



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

2025



ÍNDICE

1. Carta del CEO	03
2. Alcance del informe	04
3. Propósito, misión y valores	08
4. Conocer Ábside Media	09
• Gobierno corporativo ◦ Modelo de gobierno ▪ Composición del consejo de administración ◦ Ética, cumplimiento y canal interno de información ◦ Línea editorial y responsabilidad informativa. • Modelo de negocio ◦ Líneas de actividad ▪ Radio Popular ▪ TRECE ▪ Ábside Media Producciones ◦ Evolución económica ◦ Información fiscal ◦ Cadena de suministro ◦ Ámbito geográfico y mercados en los que operamos	
5. Gestión social, de personas y respeto a los DD.HH.	27
• Sobre empleados ◦ Composición de la plantilla ◦ Empleo estable y entorno laboral ◦ Desarrollo profesional ◦ Entorno de trabajo seguro y estable ◦ Garantía de los derechos laborales ◦ Fomento de la igualdad, y la diversidad ◦ Comunicación interna • Acción social y contribución a la sociedad	
6. Impacto en el medio ambiente	44
• Gestión ambiental y uso de recursos ◦ Eficiencia energética ◦ Utilización de energía proveniente de fuentes renovables ◦ Huella de carbono y cambio climático ◦ Otros aspectos ambientales ◦ Uso eficiente de infraestructuras • Compromiso ambiental	
7. Lucha contra la corrupción y el soborno	47
8. índice GRI	51
9. Revisión externa independiente	53



CARTA DEL CEO

En Ábside Media existimos para servir a la sociedad desde nuestra identidad cristiana, generando contenidos que aporten valor y valores. Esa convicción es la que da sentido a nuestro trabajo cada día y la que guía las decisiones que tomamos como grupo. Este Estado de Información No Financiera es la expresión de ese compromiso. No es un trámite regulatorio, es la forma en que queremos dar cuenta de quiénes somos, cómo actuamos y qué impacto generamos en las personas, en la sociedad y en el entorno. Porque creemos que la transparencia no es una obligación sino un valor. Uno que, además, nos hace mejores.

El ejercicio 2025 ha sido uno de los mejores de nuestra historia. COPE batió su récord histórico de audiencia, alcanzando a más de 3,8 millones oyentes diarios, con el conjunto de las cadenas del grupo llegando a los 6,5 millones. TRECE consolida su posición como referente televisivo familiar liderando las tardes de la TDT. Hemos consolidado también una nueva línea de servicios a terceros, poniendo al servicio del mercado el talento humano y técnico que hemos construido internamente a lo largo de los años a través de Ábside Media Producciones. Y todo esto nos ha llevado a cerrar el ejercicio con uno de los mejores resultados de ingresos de nuestra historia.

Llegamos a este momento desde una posición de fortaleza, y precisamente por eso nos hemos exigido más. En 2025 hemos puesto en marcha el Plan Estratégico 2025-2027, un proyecto apasionante y muy exigente que nos obliga a transformarnos con una visión disruptiva. No nos conformamos con mantener lo conseguido. Queremos ser sostenibles económicamente, generar valor ahora y en el futuro, y seguir siendo relevantes en un mercado que cambia a una velocidad sin precedentes.

El plan se articula en torno a cuatro grandes compromisos. La apuesta por el contenido de calidad, porque la fortaleza de nuestras marcas — COPE, CADENA 100, RockFM, MegaStarFM y TRECE— y la gestión integral de los contenidos son prioridades irrenunciables. La transversalidad como cultura, con estructuras más ágiles y una mentalidad de anticipación como antítesis de la autocomplacencia. La omnicanalidad y la gestión del dato como palancas de crecimiento. Y la inteligencia artificial generativa, donde hoy desarrollamos más de 30 proyectos dentro de la compañía, para aumentar la eficiencia operacional, mejorar la experiencia de nuestra audiencia y abrir puertas a nuevos mercados.

Con la irrupción de la IA, los medios pasamos de la transformación digital a la transformación de lo digital. No renunciamos al uso de estas herramientas, pero frente a ellas reivindicamos lo que siempre nos ha definido: la credibilidad de la radio y un periodismo riguroso que construya una relación directa y honesta con nuestra audiencia. Esa es nuestra ventaja competitiva y nuestro compromiso más profundo.

Quiero cerrar con un agradecimiento sincero. A las cerca de 900 personas que forman parte de este grupo y que han hecho posible todos los logros conseguidos este 2025, gracias por vuestro talento y vuestra entrega. A los oyentes, espectadores y usuarios que nos acompañan cada día, sois la razón de todo lo que hacemos. Y a los anunciantes que han confiado en nosotros, gracias por apostar por un proyecto que tiene vocación de largo plazo. Seguiremos trabajando para estar a la altura de esa confianza.

JAVIER VISIERS

2. ALCANCE

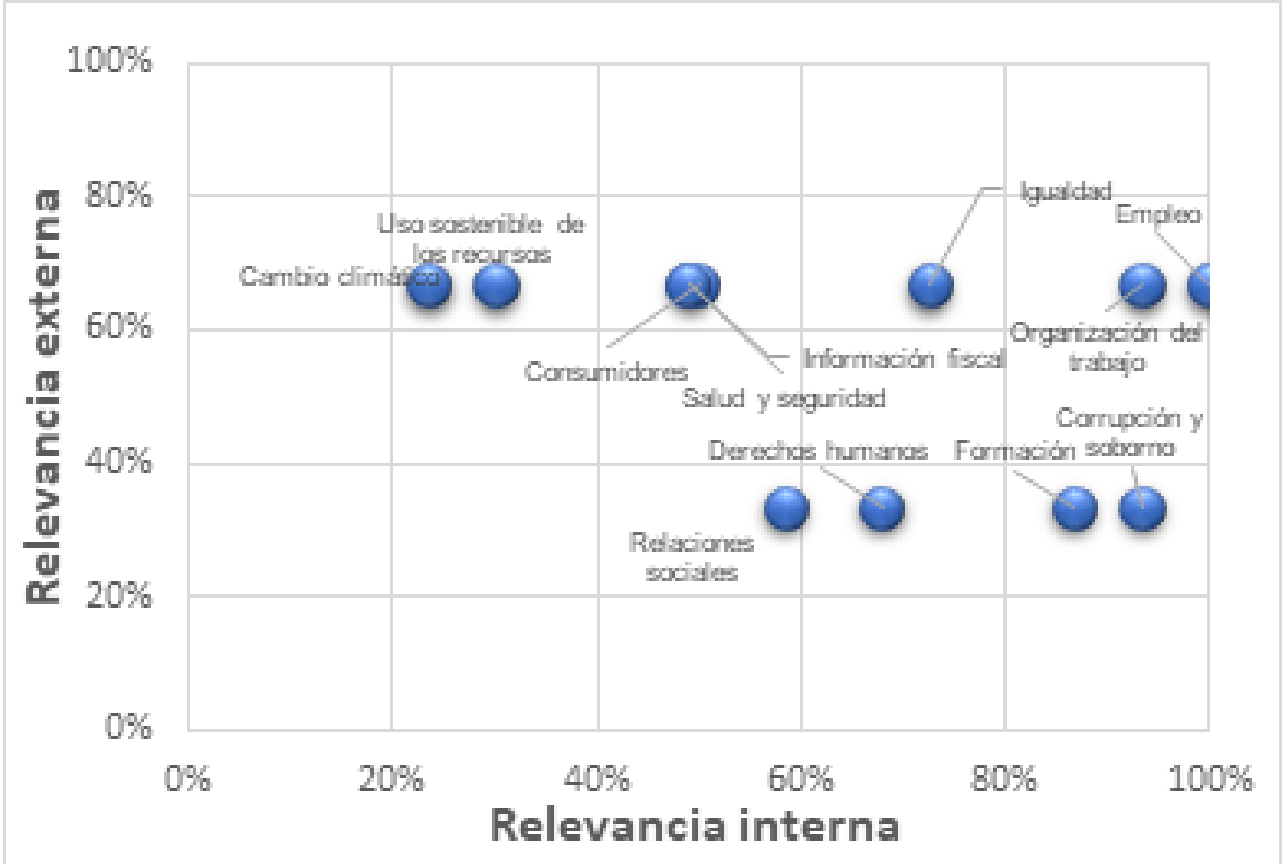
DOBLE MATERIALIDAD Y ENFOQUE DE IMPACTO

Para la elaboración del presente Estado de Información No Financiera y la selección de los contenidos objeto de desarrollo, el Grupo ha considerado las expectativas de sus principales grupos de interés:



El Grupo ha aplicado un análisis de materialidad tomando como referencia los temas de sostenibilidad propuestos para el sector en los estándares internacionales **“Global Reporting Initiative (GRI) – Sustainability Topics for Sectors”**, complementados con los marcos sectoriales cubiertos por el **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**. En una fase previa, se llevó a cabo una priorización interna de los asuntos mediante una encuesta dirigida al equipo directivo, a partir de los temas sugeridos por dichos marcos. Adicionalmente, se tuvo en cuenta una priorización externa, considerando indicadores y enfoques de referencia asociados a **GRI/SASB**, con el fin de reforzar la coherencia con las expectativas del mercado y de los grupos de interés.

El resultado de ese proceso de selección se expresa en el siguiente gráfico



La selección, el proceso y el despliegue de los indicadores de referencia se han ejecutado de conformidad con la normativa aplicable y bajo la responsabilidad de la Sociedad, incluyendo la identificación de los grupos de interés y sus necesidades. El contenido del informe se ha determinado atendiendo a los siguientes principios:

- Participación de los grupos de interés
- Contexto de sostenibilidad
- Exhaustividad
- Transparencia
- Materialidad

Todo ello bajo un criterio de significatividad o importancia relativa, otorgado por el principio de materialidad.

Asimismo, el Grupo mantiene un enfoque de gestión de riesgos ESG alineado con los asuntos identificados como relevantes, considerando tendencias regulatorias y riesgos emergentes del sector (incluyendo, entre otros, digitalización, inteligencia artificial, ciberseguridad y desinformación). En 2025 se ha mantenido como referencia la metodología aplicada en el ejercicio anterior, y se prevé avanzar en su actualización progresiva en el marco de la evolución normativa asociada a CSRD/ESRS, identificando la ampliación del análisis (incluida la doble materialidad) como una línea de trabajo prioritaria para los próximos ejercicios.

En tal sentido y en línea con la evolución normativa europea en materia de sostenibilidad y, en particular, con los requerimientos establecidos en la Directiva (UE) 2022/2464 (CSRD) y los European Sustainability Reporting Standards (ESRS), el Grupo Ábside Media ha iniciado en el ejercicio 2025 la transición hacia un modelo de análisis de doble materialidad.

Este enfoque complementa el análisis de materialidad tradicional, incorporando dos perspectivas diferenciadas y complementarias:

- Materialidad de impacto (inside-out): analiza los impactos significativos que la actividad del Grupo genera sobre el entorno económico, social y medioambiental, incluyendo aspectos como la influencia de los contenidos, la gestión del talento, la ética informativa, el uso de tecnologías emergentes o el consumo de recursos.
- Materialidad financiera (outside-in): evalúa los riesgos y oportunidades que las cuestiones ESG pueden tener sobre la situación financiera, los resultados y la posición del Grupo, considerando factores como cambios regulatorios, evolución del mercado publicitario, riesgos reputacionales, transformación digital, ciberseguridad o el desarrollo de la inteligencia artificial.



METODOLOGÍA APLICADA

Durante 2025, el Grupo ha desarrollado un primer ejercicio de aproximación a la doble materialidad, que se ha basado en:

- Identificación de asuntos ESG relevantes a partir de estándares internacionales (GRI y SASB) y tendencias sectoriales del ámbito de los medios de comunicación.
- Evaluación interna por parte del equipo directivo y áreas clave del Grupo.
- Consideración de las expectativas de los principales grupos de interés (personas, audiencia, anunciantes, socios de negocio y otros terceros).

- Análisis preliminar de riesgos y oportunidades asociados a cada asunto.

Como resultado de este proceso, se han identificado como asuntos prioritarios, entre otros:

- Ética, cumplimiento y buen gobierno
- Calidad y responsabilidad informativa
- Gestión del talento y condiciones laborales
- Transformación digital e inteligencia artificial
- Ciberseguridad y protección de datos
- Impacto social de los contenidos
- Eficiencia energética y consumo de recursos



DESARROLLO FUTURO

El Grupo continuará avanzando en la integración progresiva de la doble materialidad en su sistema de gestión y reporting, con los siguientes objetivos:

- Profundizar en la cuantificación de impactos, riesgos y oportunidades ESG.
- Incorporar indicadores específicos alineados con los ESRS.
- Formalizar una matriz de doble materialidad completa.
- Integrar estos análisis en la toma de decisiones estratégicas.

Este proceso forma parte del compromiso del Grupo con la mejora continua de la transparencia y la alineación con los estándares europeos de información sobre sostenibilidad.

Cada uno de los indicadores presentados en este informe es comparable con datos históricos disponibles para las partes interesadas. La información incluida se ha obtenido a partir de registros documentados, con el objetivo de ofrecer una imagen fiel, exacta y verificable.

Cualquier inquietud o solicitud de información adicional relativa a este Estado de Información No Financiera puede dirigirse por escrito al domicilio social de:

- Ábside Media, S.L.
Calle de Alfonso XI, 4
28014 Madrid

A la atención de la Secretaría General

3. PROPÓSITO, MISIÓN Y VALORES

Propósito

Ábside Media existe para servir a la sociedad e impulsar su crecimiento desde nuestra identidad cristiana, generando contenidos que aporten valor y valores.

Misión

Informar desde la búsqueda de la verdad construyendo puentes de diálogo, tomar postura desde la enseñanza social de la Iglesia en los debates de actualidad y entretener a través de contenidos de calidad, relevantes y comprometidos con los valores cristianos.

Visión

Seguir siendo un grupo de comunicación sostenible con marcas líderes de referencia, con contenidos relevantes y soluciones creativas, en línea con las necesidades de la audiencia, y reconocido por su rigor, independencia e identidad católica.

Nuestros valores

SUPERACIÓN, LA CLAVE DE NUESTRO FUTURO

Sabemos que lo que hacemos hoy, lo podemos hacer un poco mejor mañana. Nos desafiamos continuamente y a todos los niveles para superar nuestros propios límites, nos adaptamos y trabajamos para crear un entorno en el que se promueva la innovación y la creatividad.

INTEGRIDAD, INCLUSO EN LA ADVERSIDAD

Creemos en la honestidad, la transparencia y la veracidad en toda nuestra labor. Comunicamos con libertad desde el convencimiento de que lo que hacemos aporta valor a la sociedad, sin esconder aquello que nos define. Defendemos la libertad de expresión como un derecho fundamental y, al mismo tiempo, reconocemos y asumimos la responsabilidad que conlleva.

ESPÍRITU DE SERVICIO

Dar es ganar. Las personas que formamos parte de ÁBSIDE MEDIA aspiramos a marcar una diferencia positiva en todo lo que hacemos y un impacto duradero en aquellas comunidades donde estamos presentes. Por eso mismo, no nos ponemos de perfil y mantenemos un compromiso con el desarrollo integral y la defensa de la vida humana.

CONFIANZA, PARA LLEGAR MÁS LEJOS

Creemos que es posible llegar más lejos cuando existe un ambiente basado en la confianza mutua; la que la audiencia deposita en nosotros y la que tenemos entre las personas que hacemos posible Ábside Media. Y lo conseguimos siendo coherentes entre lo que decimos y lo que hacemos.

4. CONOCER ÁBSIDE MEDIA

Ábside Media S.L. se constituyó en España el día 29 de julio de 2020 como sociedad limitada, por un período de tiempo indefinido. Su domicilio social y fiscal está radicado en la calle Alfonso XI, 4, en Madrid.

El **objeto social y actividad principal** de la Sociedad consiste en la adjudicación, tenencia, gestión, custodia, canje, explotación, administración en general y enajenación de toda clase de valores mobiliarios, tanto de renta fija como variable, títulos valores, participaciones sociales, participaciones, obligaciones, bonos o en otra forma, derechos y obligaciones de otras sociedades por cuenta propia, excluyéndose la intermediación financiera, sin captar dinero público, quedando excluidas las operaciones propias de instituciones y entidades reguladas por la Ley de Instituciones de Inversión Colectiva y del Mercado de Valores y sus normas de desarrollo y también todas aquellas actividades para cuyo ejercicio de la ley, exija requisitos especiales que no queden cumplidos por la Sociedad.

La actividad podrá ser también desarrollada por la Sociedad, total o parcialmente, de modo indirecto, mediante la participación en otra sociedad con objeto idéntico o análogo.

Ábside Media, S.L. actúa como la cabecera de un grupo de Sociedades (en adelante, “Grupo Ábside Media”, “Ábside Media, S.L. y Sociedades Dependientes” o “El Grupo”). Dentro de este grupo de sociedades cabe destacar a:

- **RADIO POPULAR S.A.** (en adelante, la Sociedad dominante del grupo), se constituyó como sociedad anónima en España por un período de tiempo indefinido, el 9 de junio de 1971. El objeto social y actividad principal de Radio Popular, S.A., es la radiodifusión. Asimismo, Radio Popular, S.A. se configura como cabecera del Grupo COPE.

- **13 TV, S.A.U.** (en adelante, “TRECE”), empresa constituida en Madrid con duración indefinida, el 14 de diciembre de 2009. Su objeto social principal es la gestión indirecta del servicio público de televisión y la gestión y explotación de los derechos de radio, televisión o cualquier otro medio de comunicación en cualquiera de sus formas de prestación, distribución o emisión, ya sea por vía terrestre, satélite, cable o internet, analógica o digital.

En el ejercicio 2020 surge el Grupo Ábside Media como respuesta a la necesidad de integración de los medios de comunicación incorporando al Grupo COPE y TRECE.



Los Estatutos Sociales regulan las condiciones de transmisión de participaciones con el fin de preservar los fines y la independencia editorial de la Sociedad (art. 8).

En el ANEXO I. de este informe se puede observar el detalle de Sociedades comprendidas en el Grupo Consolidado, Domicilio Social y Actividad Principal al 31 de diciembre de 2025.

4.1 GOBIERNO CORPORATIVO

4.1.1 MODELO DE GOBIERNO

Ábside Media cuenta con un modelo de gobierno corporativo articulado en torno a dos órganos principales: la Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración, así como con cinco comisiones internas consultivas, no ejecutivas, del Consejo.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

La Junta General es el órgano soberano de la sociedad y se reúne con carácter ordinario una vez al año para la aprobación de cuentas, la distribución de resultados y la renovación de cargos, pudiendo celebrarse juntas extraordinarias cuando las circunstancias lo requieran. Entre sus principales competencias se encuentran, aparte de las anteriormente citadas, las decisiones estratégicas y de control de mayor calado, la aprobación de la política de remuneraciones del Consejo y cualquier modificación estatutaria relevante.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración es el máximo órgano de representación, gobierno y administración de la sociedad. Se reúne con una periodicidad mínima mensual, salvo el mes de agosto de cada año y tiene atribuidas, entre otras, las funciones de definición de la estrategia empresarial, ordinaria, velar por el cumplimiento de los acuerdos aprobados por la junta General, supervisión de la gestión, formular las cuentas anuales, aprobación de los presupuestos y planes de negocio, y supervisión de los sistemas de control interno y gestión de riesgos, nombramiento de consejero/s delegado/s y, singularmente, asegurar el cumplimiento de las normas legales (compliance). El Consejo vela así mismo por el cumplimiento de los fines fundacionales de la sociedad y por la integridad de su línea editorial y código ético.

En la actualidad, el consejo de administración ha nombrado un consejero delegado, con todas las facultades inherentes al consejo, menos las indelegables por ley, competencias exclusivas de este último.

COMISIONES DEL CONSEJO

El Consejo de Administración ha constituido las siguientes comisiones internas, de naturaleza consultiva y de asesoramiento:

- Comisión de Auditoría y Control: supervisa la integridad de la información financiera, el examen de las cuentas anuales, su formulación y la correcta aplicación de los principios contables. Así mismo, propone el nombramiento de los auditores de cuentas velando por su independencia y autonomía.
- Comisión de Nombramientos y Retribuciones: vela por la adecuada composición del Consejo, de los directivos que reportan directamente al mismo y las contrataciones más relevantes y por la transparencia en la política retributiva.
- Comisión de Programación: supervisa la línea editorial y de programación de los medios del grupo, velando por su coherencia con los principios y valores fundacionales de la sociedad recogidos en el artículo 3 de los Estatutos Sociales.
- Comisión de Programación Religiosa: supervisa específicamente los contenidos de naturaleza religiosa, asegurando su adecuación a la doctrina y actividades de la Iglesia Católica.
- Comisión de Ética y cumplimiento normativo: supervisa el cumplimiento del marco normativo aplicable y del código ético de la sociedad, incluyendo los mecanismos de prevención de conflictos de interés y el canal interno de información.

El Reglamento Interno del Consejo de Administración, disponible en el portal corporativo de Ábside Media, regula en detalle la composición, funciones y régimen de funcionamiento de cada uno de estos órganos.

El sistema de gobierno corporativo de Ábside Media se describe en la siguiente tabla:

ORGANOS SOCIALES DE GOBIERNOS Y CONTROL
Junta general de Socios
Consejo de Administración
Comisión de Auditoría y Control
Comisión de ética y cumplimiento normativo
Comisión de nombramientos y retribuciones
Comisión de programación
Comisión de programación religiosa
NORMAS INTERNAS Y EXTERNAS Y RECOMENDACIONES
Reglamento interno consejo de administración
Estatutos sociales
Guía de uso de la IA generativa
Normas externas (publicidad, competencia, protección de datos...)
Políticas corporativas
Protocolos y procedimientos de cumplimiento y control
Línea Editorial
MECANISMOS DE CONTROL
Modelos de control y gestión de riesgos (financiero y no financiero)
Modelo de cumplimiento y prevención penal
Canal ético

En el portal web corporativa de Ábside Media están disponibles las composiciones de los miembros de los diferentes órganos de gobierno y control, así como el resto de información referente a normas internas de gobierno corporativo (Estatutos Sociales, Reglamento interno del consejo de administración, guía de uso de la IA generativa y políticas corporativa) además se puede encontrar el acceso al Canal ético donde se pueden realizar consultas y denuncias.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración de Ábside Media, S.L. está integrado por 11 miembros, cuya composición a 31 de diciembre de 2025 es la siguiente:

NOMBRE	CARGO	POSICIONES RELEVANTES EXTERNAS
D. José Luis Restán Martínez	Presidente no ejecutivo	Director editorial adjunto COPE; colaborador ABC y Alfa y Omega
D. Javier Visiers Lecanda	Vocal y consejero delegado	Presidente de la Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC)
ONCE (representante D. Antonio Mayor Villa)	Vocal	Director de Comunicación del Grupo Social ONCE
UMAS (representante D. Anastasio Gómez Hidalgo)	Vocal	Consejero delegado de UMAS
Boluda Fos Corporación, S.L.U. (representante Dª Esther Pastor Tomás)	Vocal	Miembro del comité editorial de Levante-EMV; Fundación Mujeres por África
D. Jesús Miguel Zamora Martín	Vocal	Secretario general de CONFER
Dª María de la O Rilova de la Hera	Vocal	Cons.ª de UMAS; Ecónoma Diocesana del Arzobispado de Burgos
Dª Ana María Figaredo Alvargonzález	Vocal	Directora general de Lombard Odier España
Dª Clara María Pardo Gil	Vocal	Fundación Montemadrid; Fundación Pablo Horstmann; ex presidenta de Manos Unidas

NOMBRE	CARGO	POSICIONES RELEVANTES EXTERNAS
D. Jesús Avezuela Cárcel	Vocal	Director General de la Fundación Pablo VI; Letrado del Consejo de Estado
D ^a Ana Matarranz Carpizo	Vocal	CEO Health & Benefits Western Europe en WTW; asesora de empresas tecnológicas

Actúa además como Consejero Asesor Don **José Gabriel Vera Beorlegui**, Director de Comunicación de la Conferencia Episcopal Española y director de la Comisión Episcopal para las Comunicaciones Sociales, con voz pero sin voto en las reuniones del Consejo.

La función de **Secretario no Consejero** fue ejercida por **D. José Ramón Gortázar Díaz hasta el 18 de diciembre de 2025**. Con posterioridad, fue nombrada **Dña. Marta Gortázar Ibáñez de la Cadiniere**, quien asumió la función de Secretaría desde esa fecha.

Los perfiles detallados de cada miembro están disponibles en el portal corporativo de Ábside Media: [institucional.absidemedia.com/consejo-de-administración/](https://institucional.absidemedia.com/consejo-de-administracion/)

Los miembros del Consejo de Administración son designados por la Junta General de Accionistas, con propuesta previa de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, conforme a los criterios y procedimientos establecidos en el Reglamento Interno del Consejo de Administración, disponible en el portal corporativo de Ábside Media.

4.1.2 ÉTICA, CUMPLIMIENTO Y CANAL INTERNO DE INFORMACIÓN

Ábside Media promueve una cultura de integridad y tolerancia cero frente a la corrupción, el soborno y cualquier conducta contraria a la legalidad o al Código Ético. Para ello, dispone de un **Sistema de Gestión de Compliance** y de un **modelo de prevención de delitos** (compliance penal) orientado a prevenir, detectar y gestionar riesgos de incumplimiento mediante su integración en los procesos de negocio y la mejora continua.

El sistema cuenta con el máximo compromiso del **Consejo de Administración, la Comisión de Ética y Cumplimiento Normativo**

y el **Comité de Dirección**, y se articula a través de la **Política de Compliance** y el resto de políticas y procedimientos de integridad. El Consejo de Administración ha designado un **Director de Cumplimiento y Ética Corporativa (Compliance Officer)** con poderes autónomos de iniciativa y control, **acceso directo al Consejo** y capacidad para acceder a la documentación y a las personas necesarias para el desempeño de sus funciones, garantizando la independencia y la neutralidad del sistema.

Como parte del marco de integridad, Ábside Media dispone de políticas

específicas para reforzar la transparencia y la correcta toma de decisiones en la relación con terceros, entre otras: **Política de Compliance Penal, Política de Regalos y Hospitalidades, Política de Donaciones y Patrocinios y Política de Relaciones con funcionarios Públicos**, alineadas con buenas prácticas en materia antisoborno (incluidas referencias a ISO-UNE 37001, cuando resulta aplicable).

El **Canal Interno de Información / Canal Ético** permite comunicar, de forma confidencial y, en su caso, anónima, potenciales incumplimientos normativos. La recepción, análisis e investigación de comunicaciones se regula mediante el **Procedimiento de tramitación de comunicaciones y el Protocolo de Investigación Interna**, disponibles para

empleados y, cuando aplique, terceros y socios de negocio

canaldenuncias@absidemedia.es y canal.denuncias@cope.es.

En 2025, el Grupo refuerza asimismo criterios para el **uso responsable de tecnologías emergentes**, incorporando directrices específicas para el **uso de IA generativa**, con el objetivo de promover un empleo ético de estas herramientas y preservar la confianza de audiencias y grupos de interés.

Para más detalle sobre el modelo de prevención de delitos, la evolución del sistema tras la integración COPE-TRECE, la evaluación de riesgos penales y la matriz de controles, véase el apartado 7 “Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.

4.1.3 LÍNEA EDITORIAL Y RESPONSABILIDAD INFORMATIVA

La línea editorial del Grupo se fundamenta en principios de ética, rigor, pluralismo, respeto y responsabilidad. Estos principios, junto con las normas de conducta que los desarrollan, se recogen en la Línea Editorial y Código Deontológico/Ético de Conducta de Ábside Media, aprobada por el Consejo de Administración el 20 de octubre de 2021 y publicada en el portal corporativo institucional. absidemedia.com.

IDENTIDAD E INDEPENDENCIA EDITORIAL

Ábside Media se sitúa en el ámbito de aquellos grupos de medios que asumen opciones sociales, educativas, culturales y espirituales concretos, traducidas en una línea editorial inspirada en los valores del humanismo cristiano y la doctrina social de la Iglesia. Esta identidad no es incompatible con el rigor informativo ni con el respeto al pluralismo, al contrario, el Grupo se compromete a ofrecer información rigurosa, opinión ponderada y convivencia plural, respetuosa y pacífica, con total y absoluta independencia frente a cualquier poder político o económico.

CONTENIDOS DE RIESGO Y RESPETO A COLECTIVOS VULNERABLES

El Grupo establece que su programación estará siempre en consonancia con su línea editorial, ideario, fines y valores, con especial atención a la protección de los colectivos más débiles y vulnerables. La Línea Editorial y Código Deontológico/Ético de Conducta recoge los principios y compromisos aplicables al tratamiento de este tipo de contenidos.

HONOR E INTIMIDAD

El Grupo asume el compromiso de respetar la intimidad personal y la vida privada de las personas, así como de tratar a todas ellas con consideración y equidad. Los profesionales de la comunicación del Grupo actúan con respeto absoluto a las personas, rehuyendo el apasionamiento unilateral y la confrontación sistemática. Estos compromisos se desarrollan en la Línea Editorial y Código Deontológico/Ético de Conducta.

VERACIDAD, CONTRASTE DE FUENTES Y RECTIFICACIÓN

Los profesionales de la comunicación del Grupo actúan con respeto absoluto a la verdad de los hechos y a la fiabilidad de las fuentes. El Grupo asume asimismo el compromiso de rectificar los errores y fallos involuntarios que pudieran producirse en el ejercicio de su actividad, como expresión de su responsabilidad informativa y de su compromiso con la confianza de las audiencias. Estos principios y los compromisos que los desarrollan se recogen en la Línea Editorial y Código Deontológico/Ético de Conducta.

LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y PLURALISMO

El Grupo defiende la libertad de expresión como derecho fundamental y garantiza que sus profesionales actúen con plena independencia y autonomía frente a cualquier poder político o económico. Al mismo tiempo, el Grupo promueve el diálogo civilizado, la convivencia plural y el respeto a la diversidad cultural y social, reconociendo plenamente las peculiaridades específicas de cada uno de los pueblos y comunidades presentes en el territorio nacional. Estos compromisos se desarrollan en la Línea Editorial y Código Deontológico/Ético de Conducta.

PROGRAMACIÓN RELIGIOSA

Dada la identidad católica del Grupo, la programación religiosa ocupa un lugar específico en su oferta editorial. Los programas de esta naturaleza conjugan la dimensión informativa con el mensaje editorial, en sintonía con los proyectos pastorales de la Iglesia, y están sujetos a los mismos principios de rigor, respeto y responsabilidad informativa que el resto de la programación.

CONFLICTOS DE INTERESES

El Grupo establece que los intereses privados y las consideraciones personales no deben afectar a ninguna decisión editorial o de negocio. Sus profesionales deben evitar cualquier actividad o situación que pueda provocar un conflicto de intereses, y tienen la obligación de comunicarlo de forma inmediata cuando este se produzca. En materia de regalos y hospitalidades, el Grupo dispone de una política específica que establece los límites aplicables. Estos compromisos se desarrollan en la Línea Editorial y Código Deontológico/Ético de Conducta y en la Política de Regalos y Hospitalidades, ambas disponibles en el portal corporativo.

RIGOR Y FORMACIÓN PROFESIONAL

El Grupo asume el compromiso de la formación inicial y permanente de todos sus profesionales, con especial atención a los responsables de la información, la opinión, la programación y la publicidad, tanto en los aspectos técnicos y culturales como en los deontológicos. La calidad editorial es entendida como un proceso de mejora continua que requiere la capacitación constante de las personas que hacen posible los medios del Grupo.

USO RESPONSABLE DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En 2025, el Grupo ha incorporado directrices específicas para el uso responsable de la inteligencia artificial generativa en la elaboración de contenidos, con el objetivo de preservar la veracidad, la calidad editorial y la confianza de las audiencias. Estas directrices se recogen en la Guía de uso de la IA generativa, disponible en el portal corporativo.

4.2 MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio de Ábside Media se basa en la creación y distribución de contenidos audiovisuales y sonoros a través de plataformas tradicionales (radio y televisión) y digitales (webs, apps, streaming, audio bajo demanda), y en la monetización mediante comercialización publicitaria, acuerdos con anunciantes y alianzas.

4.2.1 LÍNEAS DE ACTIVIDAD

Para llevar a cabo este modelo de negocio, el grupo cuenta con cadenas de emisoras en formato convencional o radio hablada, cadenas musicales y una cadena de televisión en abierto cuya explotación publicitaria constituye la práctica totalidad de la cifra de negocios.

Con **6.511.000** oyentes diarios, las cadenas de radio del Grupo Ábside Media terminaron 2025 con un **26,6%** de cuota de oyentes sobre el total de la audiencia de radio. A su vez, TRECE alcanza cada día a más de **2,5 millones** de espectadores y cubre una cuota de pantalla del **1,9%**.

6,5

Millones de oyentes

2,5

Millones de espectadores



Para la medición de su audiencia Ábside Media utiliza los sistemas comúnmente aceptados por el mercado en España:

- Radio: el Estudio General de Medios (EGM), elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), organismo independiente que audita y certifica los datos de audiencia radiofónica en España. Los datos presentados en este informe corresponden a la 3ª Ola del EGM 2025.
- Televisión: los datos de audiencia y share proceden de Kantar Media, empresa de medición independiente y referencia del mercado televisivo en España.
- Medios digitales: los datos de audiencia digital cross-canal y multidispositivo tanto de web/app, CTV, como de redes sociales y plataformas de video se obtienen a través del medidor Comscore (datos auditados) así como de Google Analytics, Metricool o plataformas de analítica similares.

4.2.1.1 RADIO POPULAR, S.A.

COPE



Cadena COPE es una radio generalista de referencia en España que combina información rigurosa, análisis de profundidad y entretenimiento de calidad.

Con una programación construida alrededor de grandes comunicadores, referentes de opinión y el mejor equipo deportivo del país, se ha consolidado como una de las voces más influyentes del panorama mediático español.

En 2025, Cadena COPE ha cerrado 2025 con **3.591.000 oyentes diarios**

obtuvo su **mejor dato histórico de audiencia en la 2ª Ola del EGM 2025, llegando a 3.813.000 oyentes diarios**. En el **plano digital**, COPE **consolida su liderazgo** siendo la cadena con más oyentes a través de streaming con 824.000 oyentes diarios.

Actualmente COPE se mantiene como la segunda emisora más escuchada en España y, con una edad media de los oyentes de 52,8 años, se sitúa con el perfil más joven frente a sus principales competidores.



Programas de actualidad y entretenimiento



HERRERA EN COPE

Con Carlos Herrera, Jorge Bustos y Alberto Herrera

Lunes a viernes de 06:00 a 13:00 H

2.598.000 oyentes diarios*

MEDIODÍA COPE

Con Pilar García de la Granja

Lunes a viernes de 13:00 a 15:00 H

577.000 oyentes diarios*



LA TARDE

Con Pilar García Muñiz

Lunes a viernes de 15:00 a 19:00 H

635.000 oyentes diarios*

LA LINTERNA

Con Ángel Expósito

Lunes a viernes de 19:00 a 23:00 H

971.000 oyentes diarios*



FIN DE SEMANA

Con Cristina López Schlichting,

Sábados y domingos de 10:00h a 14:00 H

754.000 oyentes diarios*

*Fuente: 3ª ola EGM 2025



AGRO-POPULAR

Con César Lumbreras

Sábados 8:30h a 10:00 H

929.000 oyentes diarios*

LA MAÑANA FIN DE SEMANA

Con Fernando de Haro

Sábados y domingos de
6:00h a 08:30 H

853.000 oyentes diarios*



Programas deportivos. Los Nº1 en España



EL PARTIDAZO DE COPE

Con Juanma Castaño

Lunes a viernes de 23:30
a 01:30 H

767.000 oyentes diarios*

TIEMPO DE JUEGO

Con Paco González,
Manolo Lama

Sábados 13:00h-01:00 H /
Domingos 12:00h-01:30 H

2.106.000 oyentes diarios*

Programas religiosos

LA LINTERNA DE LA IGLESIA

Con Irene Pozo

Viernes de 22.30 a 23.30
H

381.000 oyentes diarios*

IGLESIA NOTICIA

Con Faustino Catalina

Lunes a viernes de 23:30
a 01:30 H

506.000 oyentes
diarios*

SANTA MISA

Todos los domingo

De 9:00h a 9:45 H

533.000 oyentes
diarios*

Por otro lado, las cadenas musicales de Ábside Media lograron concentrar **2.920.000 oyentes cada día**

CADENA
100



Es la radio musical con la **mejor variedad musical**. Mezcla los números uno de hoy con los grandes favoritos de los últimos treinta años. CADENA 100 ha cerrado el año 2025 (3ª Ola EGM 2025) con **1.849.000 oyentes diarios** y continúa en la segunda posición del ranking de cadenas musicales y es líder en oyentes diarios por streaming, con 227.000 oyentes. Su programa matinal ¡Buenos días, Javi y Mar! Ha reunido a 1.211.000 oyentes en la 3ª Ola del EGM 2025.

Es la radio musical para los **devotos del Rock**, su música es un fenómeno que trasciende etiquetas. El producto se diferencia de todas las ofertas radiofónicas del mercado. Lo componen verdaderas obras maestras de la época moderna a las que se añaden las voces, la credibilidad y la pasión de los presentadores más auténticos de la radio musical. Se ha consolidado como la 5ª emisora musical del país, llegando cada día a **983.000 oyentes** en el 3er Año Móvil del EGM 2025. El morning show de la cadena, El Pirata y su Banda, ha sido seguido por 495.000 oyentes diarios.

ROCKFM



MEGASATAR



Es la radio musical del grupo **dirigida al público más joven** que rompe los esquemas de la radio musical tradicional con un sonido fresco, moderno e innovador. MegaStarFM en el conjunto del 2025 ha alcanzado una audiencia de **153.000 oyentes diarios**. Su programa de la mañana, La MegaMañana, ha reunido cada día a 86.000 oyentes.

DIGITAL

COPE Sites cierra el año 2025 consiguiendo el mejor dato histórico de audiencia digital llegando a **18.248.000 usuarios únicos** según Comscore (Diciembre 2025 – Desktop & Mobile MMX Multi-Platform – Total Digital Population). Este dato le permite consolidarse como el 7º grupo de comunicación en audiencia total digital. En cuanto a la audiencia social, COPE Sites alcanza la 2ª posición en el ranking y reúne a 16.038.000 usuarios únicos (Diciembre 2025 – Desktop & Mobile MMX Multi-Platform - Social). En Desktop & Mobile COPE Sites cierra 2025 con 8.799.000 usuarios únicos y 49 millones de páginas vistas en diciembre. Desglosando por sites:

AUDIENCIA ONLINE 2025	8.799.000 usuarios únicos
COPE	8.173.000 usuarios único
CADENA 100	469.000 usuarios únicos
RockFM	280.000 usuarios únicos

*Fuente: 3ª ola EGM 2025

4.2.1.2 13 TV S.A.U.



TRECE se ha consolidado como una televisión de servicio y de referencia para el público familiar que sienta delante de la pantalla a 3 millones de personas cada día para estar informado, para divertirse con valores y vivir su fe y su compromiso social.

El ejercicio 2025 se cerró con una audiencia media de **1,9%**, mismo resultado que el ejercicio anterior (2024). Sigue liderando las tardes de la TDT con un 3,1%. Un año más, es el único canal de este segmento que supera el 3% en esta franja con una ventaja de 4 décimas sobre su principal competidor.

El año 2025 se consolida la programación híbrida entre COPE y TRECE añadiendo los TRECE y COPE es noticia de Pilar García de la Granja y Ángel Expósito entre semana y el cambio importante de presentador en El Cascabel, en el que José Luis Pérez ha salido respaldado por la audiencia. Tres son los ejes de esta programación:

INFORMACIÓN Y OPINIÓN

Más de 20,5 millones de españoles se han mantenido informados a lo largo del año con la programación de TRECE. Los formatos de información y análisis son **TRECE y COPE es Noticia 14:30, TRECE y COPE es Noticia 20:30 y El Cascabel**.

El Cascabel se mantiene en el **2%** de cuota siendo el programa nocturno de referencia para el análisis y la opinión. Cerca de 5 millones de personas conectan cada mes con el programa que en la primera parte del ejercicio conducía Antonio Jiménez y que, a partir de septiembre, corre a cuenta de José Luis Pérez.

El año 2025 ha estado marcado por estos hitos informativos: el fallecimiento del Papa Francisco y posterior nombramiento del nuevo Pontífice, León XIV, el gran apagón que dejó sin luz a millones de personas en la península, el regreso de Donald Trump a la Casa Blanca y la imposición de aranceles.



ENTRETENIMIENTO

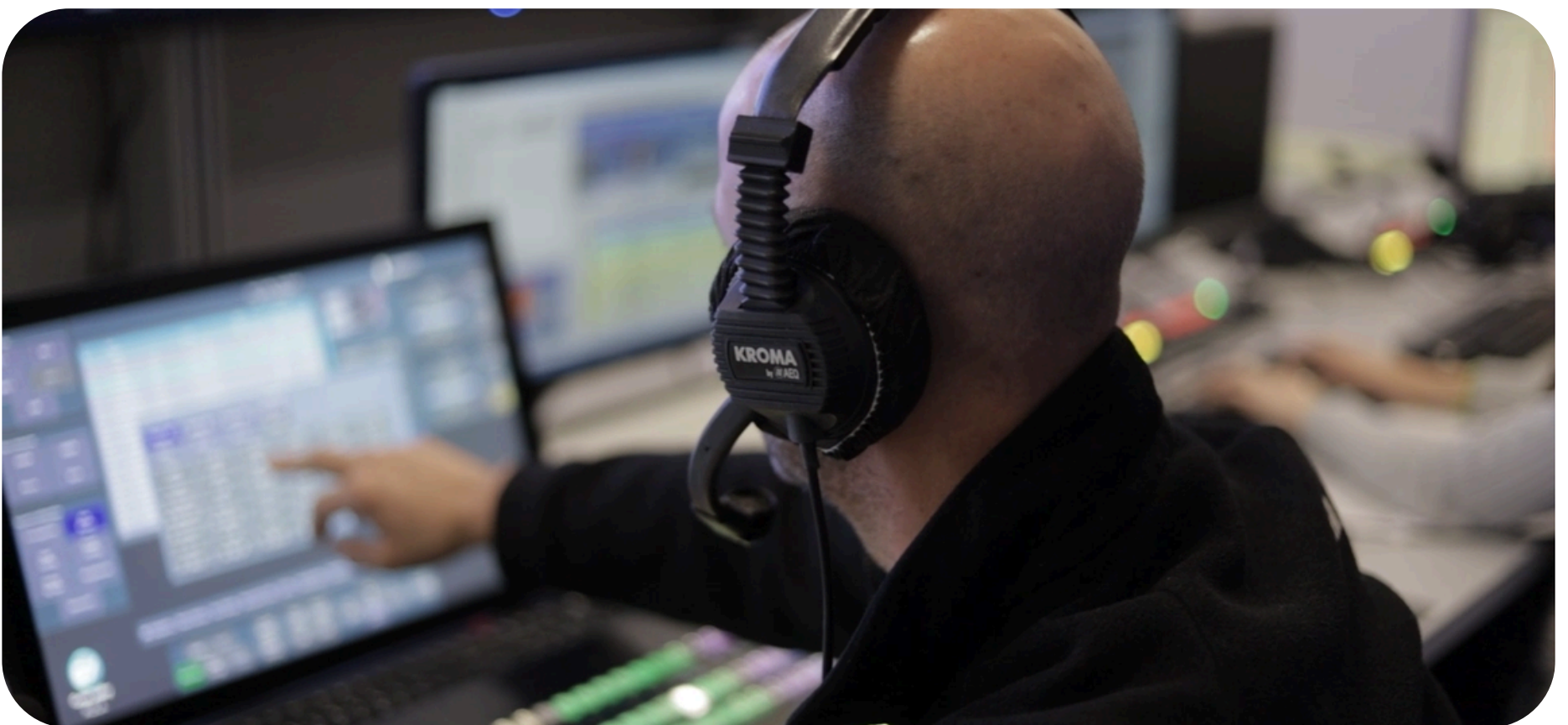
Año tras año TRECE sigue líder del segmento TDT en las tardes, sobre todo gracias a su apuesta por el cine. Desde 2017 se mantiene este liderazgo. Más de 30 millones de personas conectan con la ficción de TRECE en el año.

El cine es el protagonista de las tardes; donde destaca el western. También los fines de semana con el cine español o los viernes con “Classics”. Además, este año, TRECE cuenta con un nuevo ciclo que copa el Access prime time de la cadena “Tu cine”.

Además del cine, TRECE emite en late night El Partidazo, programa deportivo líder de las noches en la radio, que gracias a las sinergias con COPE, también se puede ver en TRECE.

Estos han sido los productos de ficción más seguidos por la audiencia:

- “El fuera de ley”: 1 de enero: 567.000 espectadores y 4,7% de share.
- “Río lobo”: 6 de enero: 466.000 espectadores y 3,6% de share.
- “El valle de la ira”: 19 de febrero: 465.000 espectadores y 5,6% de share.



FIDELIDAD A LA MISIÓN

TRECE no se entiende sin su valor como acompañamiento religioso. Así es la cadena referencia para la actualidad y la vitalidad de la Iglesia española y universal. Ecclesia al Día, programa diario de información religiosa, se mantiene los siete días a la semana, con información y opinión.

Más de 10 millones de personas se han acercado a la programación religiosa a lo largo del año. Siendo especialmente referencia en periodos fuertes del calendario litúrgico como Navidad o Semana Santa.

La Santa Misa ha conseguido datos del 5% de share ese año.

En 2025 se han estrenado nuevas temporadas de Solidarios por el Bien Común y Eméritos y se produce el estreno en primicia de Un lugar en la tierra. Estos programas consiguen que TRECE mantenga su compromiso con la misión evangélica.

Estas son las retransmisiones religiosas con más audiencia del año:

- Desfile procesional desde Málaga: 17 de abril: 166.000 espectadores y 1,7% de share.
- Santa Misa de la cena del Señor: 17 de abril: 161.000 espectadores y 2,1% de share.
- Especial: Misa Exequial del Papa Francisco: 26 de abril: 151.000 espectadores y 3,9% de share

ÁBSIDE MEDIA PRODUCCIONES

En 2025 Ábside Media Producciones (AMP) se afianzó en el mercado televisivo gracias a la producción de la miniserie documental ‘Cayetana, la duquesa de todos’, desarrollada y producida en colaboración con NETFLIX y Canal Sur y que se estrenará a finales de marzo de 2026 con motivo del centenario del nacimiento de la Duquesa de Alba.

En el ámbito publicitario, Ábside Media Producciones destacó por la producción del spot de la campaña promocional del VIII Centenario de la Catedral Primada de Toledo.

En lo concerniente a la producción técnica, un año más, AMP volvió a liderar la producción de distintos eventos y conciertos masivos como el ‘POR ELLAS’ y ‘LA NOCHE’ de Cadena 100.



ENTORNO DIGITAL

Durante el ejercicio 2025, TRECE ha consolidado de forma significativa su posicionamiento en el entorno digital, registrando un notable incremento tanto en alcance como en comunidad.

En conjunto con Ecclesia, los contenidos socio-religiosos del grupo, se ha superado el millón de seguidores, duplicando el crecimiento respecto a 2024, y alcanzando más de 336 millones de impresiones, lo que supone triplicar el alcance del ejercicio anterior.

Destaca especialmente la evolución de Ecclesia, que, con una comunidad de 381.000 seguidores ha cuadruplicado

su crecimiento interanual, al incorporar más de 300.000 nuevos usuarios, y ha quintuplicado su alcance hasta superar los 170 millones de impresiones.

Por su parte, TRECE ha experimentado un crecimiento sostenido, alcanzando los 636.000 seguidores (+42% vs 2024) y más de 167 millones de impresiones (+71%), reforzando además su estrategia audiovisual con 224.000 suscriptores en YouTube, donde se distribuye su programación en directo y bajo demanda.

Este desempeño refleja la creciente relevancia del ecosistema digital como palanca de expansión y conexión con nuevas audiencias.

4.2.2 EVOLUCIÓN ECONÓMICA

Durante el ejercicio 2025, el Grupo Ábside Media ha consolidado una evolución económica positiva, reforzando su capacidad de generación de valor y su solidez financiera. La **cifra de negocio** consolidada ha ascendido a **148.144.019 euros**, reflejando la estabilidad y fortaleza del modelo de negocio del Grupo. El **resultado antes de impuestos** se ha situado en **12.052.698 euros**, mientras que el **resultado después de impuestos** ha alcanzado los **8.561.035 euros**, lo que supone un incremento del **25,2%** respecto al ejercicio anterior.

En lo que respecta a la sociedad dominante, **Radio Popular, S.A. (COPE)**, durante 2025 ha superado nuevamente el máximo histórico de cifra de negocios, alcanzando los **137 millones de euros**, con un **crecimiento del 2%** respecto a 2025. Mantiene una cartera de clientes **diversificada**, sin concentraciones relevantes que condicionen su desempeño económico. En particular, durante 2025 ninguna administración pública (central, autonómica o local) ha superado el 10% de los ingresos totales del Grupo en concepto de publicidad institucional. Asimismo, ningún anunciante individual ha superado el 10% de los ingresos totales, lo que refuerza la diversificación comercial del Grupo y mitiga riesgos asociados a dependencias significativas.

Esta evolución se ha apoyado en una gestión eficiente de los recursos, caracterizada por una ligera reducción de los gastos fijos y un control riguroso del resto de partidas de gasto.

Como consecuencia del incremento de ingresos y de la política de contención de costes, el resultado antes de impuestos de **Radio Popular, S.A.** se ha situado en **15.812.330 euros**, lo que representa un incremento del **22,8 %** en comparación con el ejercicio anterior. **El EBITDA** ha alcanzado los **16.986.448 euros**, **mejorando en 1.926.419 euros** la cifra registrada en 2024.

Por su parte, la filial de televisión ha mantenido en el ejercicio 2025 magnitudes económicas similares a las del año anterior, consolidando la estabilidad de su actividad.

Desde el punto de vista patrimonial, el Grupo mantiene una **estructura financiera sólida**, con un **patrimonio neto de 91.013.039 euros**, situándose en niveles que evidencian una posición robusta y alejada de cualquier escenario de riesgo significativo. Asimismo, la **liquidez inmediata** —integrada por la tesorería y los valores representativos de deuda— **supera los 54 millones de euros** a 31 de diciembre de 2025, reforzando la capacidad del Grupo para atender sus compromisos financieros y acometer nuevas inversiones.

En conjunto, los resultados del ejercicio 2025 reflejan la capacidad del Grupo Ábside Media para generar valor económico de manera sostenida, manteniendo criterios de eficiencia, prudencia financiera y sostenibilidad a largo plazo.

MAGNITUDES	VALOR
CIFRA DE NEGOCIO	148.144.019 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	12.052.698 €
PATRIMONIO NETO	91.013.039 €
TESORERÍA/LIQUIDEZ	>54.000.000€

4.2.3 INFORMACIÓN FISCAL

Ábside Media cuenta con una estrategia fiscal definida y basada en el cumplimiento riguroso de la normativa tributaria en todos los territorios en los que desarrolla su actividad, con el objetivo de aplicar criterios fiscales homogéneos en todas sus operaciones.

Esta estrategia refleja el compromiso de Ábside Media con el principio de fiscalidad responsable y con las buenas prácticas en materia tributaria, así como con el desarrollo sostenible y el ejercicio responsable y transparente de su actividad.

En este sentido, la estrategia fiscal de la Compañía vela por el estricto cumplimiento de la legislación vigente y la máxima transparencia en todas sus actuaciones.

Para ello, analiza de forma continua y sistemática todos los aspectos relacionados con su actividad empresarial, asegurando una adecuada gestión de los riesgos fiscales y el alineamiento de sus decisiones con la normativa aplicable y sus principios corporativos.

Al cierre del ejercicio 2025, el Grupo ha obtenido un resultado antes de impuestos de **12.052.698 €**. El importe de los impuestos sobre las ganancias del Grupo se detalla en la Nota 18 de la memoria de las cuentas anuales consolidadas de Ábside Media, S.L. y sociedades dependientes. En el ejercicio 2025, dicho importe asciende a (3.491.663) €.



4.2.4 CADENA DE SUMINISTRO

Ábside Media cuenta con **políticas y procedimientos de compras** orientados a garantizar **la transparencia, objetividad y eficiencia** en sus relaciones con proveedores de contenidos, así como con proveedores de bienes y servicios. Estos procedimientos se encuentran recogidos en el **Manual de Compras**, definido en el **marco del Sistema de Gestión de Compliance**, y se basan en criterios de calidad, solvencia técnica y económica, cumplimiento normativo, responsabilidad social y alineamiento con los principios corporativos del Grupo.

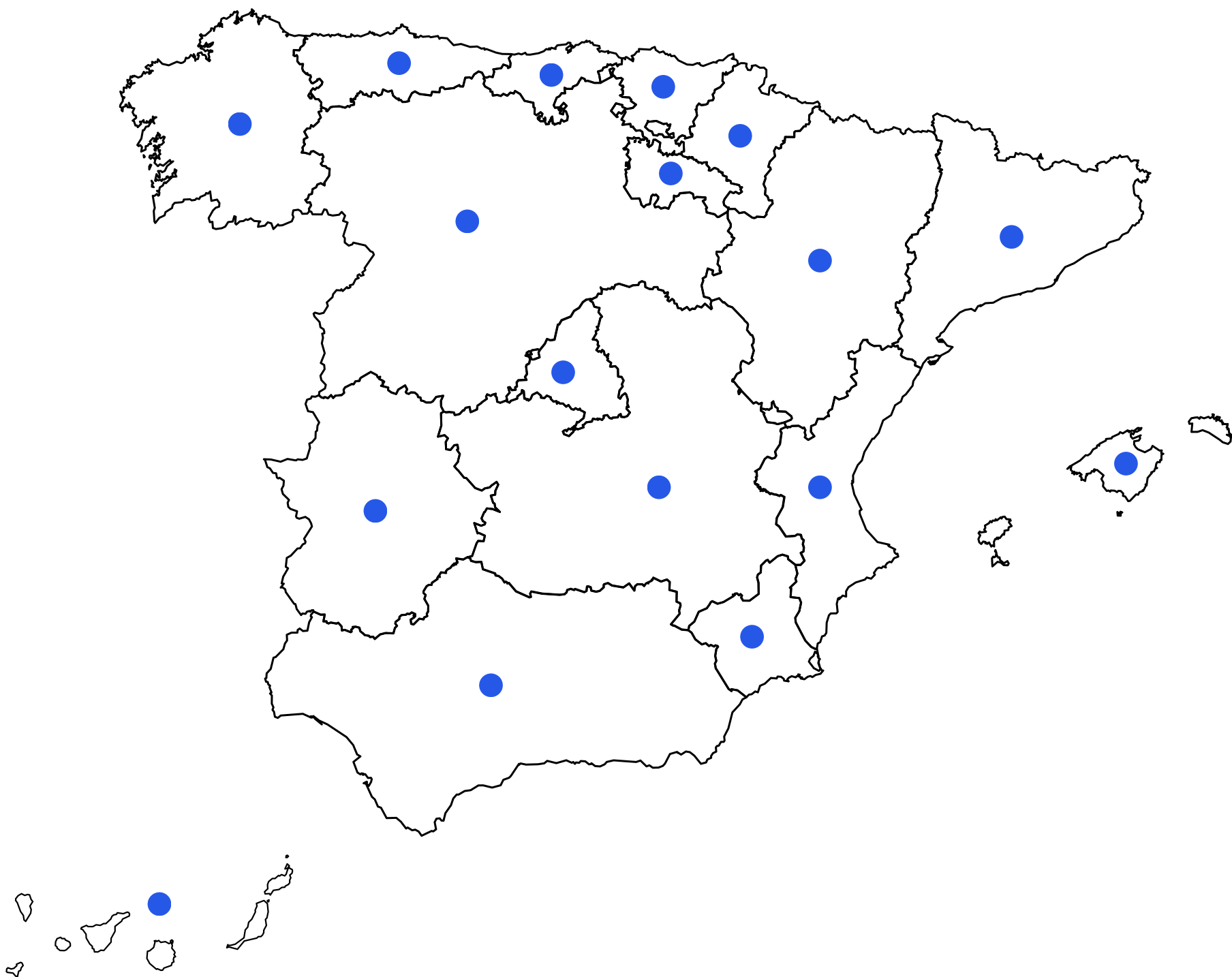
El Grupo promueve relaciones estables y de confianza con sus proveedores, fomentando prácticas responsables en materia laboral, medioambiental y de buen gobierno. Asimismo, impulsa el cumplimiento de la

legalidad vigente y de estándares éticos en toda su cadena de suministro, integrando cláusulas contractuales y mecanismos de supervisión cuando resulta necesario, de acuerdo con los criterios y controles establecidos en dicho marco de compras y compliance.

Durante el ejercicio 2025 no se han producido cambios significativos en la estructura de la cadena de suministro del Grupo, ni se han identificado interrupciones relevantes o impactos negativos que hayan afectado de manera sustancial a la actividad. Ábside Media mantiene un seguimiento continuo de los riesgos asociados a su cadena de suministro, con el objetivo de anticipar posibles contingencias y garantizar la continuidad operativa.

4.2.5 ÁMBITO GEOGRÁFICO Y MERCADOS EN LOS QUE OPERA

El Grupo a través de sus sociedades cuenta con delegaciones y estudios radiofónicos en casi todas las capitales de provincia de España y en varias ciudades importantes, en consecuencia, está presente en todas las Comunidades Autónomas. Asimismo, a nivel televisivo emite su programación desde varios platós en la sede principal en la calle Alfonso XI de Madrid.



5. GESTIÓN SOCIAL, DE PERSONAL Y RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS

5.1 SOBRE EMPLEADOS

Los datos referidos en este capítulo incluyen de manera agregada, a los empleados de la **Sociedad dominante del grupo que representa el 90.64 %** del total del grupo y, a los empleados de TRECE. En tal sentido, no se toman en cuenta el resto de filiales. Se incluyen también los becarios que si bien, no tienen la consideración de empleados a efectos jurídicos, se considera que su inclusión es necesaria en este apartado.

El Grupo cuenta con Políticas de Personas, que incluyen política de Seguridad y Salud Corporativa, las cuales marcan las líneas de actuación de materia de gestión de personas y de Prevención de Riesgos Laborales (PRL).

Destaca el compromiso de integración de riesgos y salud laboral en el sistema general de gestión del Grupo.

PRINCIPALES INDICADORES A CIERRE DE 2025:

PLANTILLA TOTAL	908 personas
PLANTILLA POR SEXO	549 hombres
	359 mujeres
CONTRATOS INDEFINIDOS	87,11% sobre plantilla total
DESPIDOS (2025)	5 hombres / 4 mujeres
ACCIDENTES DE TRABAJO	1
ABSCENTISMO (AT+EP)	1,95% Sociedad dominante (2025)
ÍNDICE DE ROTACIÓN TOTAL	5,02%

HORAS DE FORMACIÓN	18.449
PARTICIPANTES FORMACIÓN	833
PERSONAS CON DISCAPACIDAD	10

5.1.1 COMPOSICIÓN DE LA PLANTILLA

La plantilla del Grupo Ábside Media a cierre de 2025 estaba compuesta por **908 personas** (incluyendo becarios), lo que supone una variación del -3.8% respecto al cierre de 2024 (944 personas). Segregada por sexo, la plantilla se sitúa en **359 mujeres (39.5%) y 549 hombres (60.5%)**.

La distribución por edad muestra que el 67,8% de la plantilla se sitúa en el tramo de >40 años, el 27,1% en el tramo de 25-

40 años y el 5,1% en <25 años. Del total de la plantilla, 10 personas cuentan con algún tipo de discapacidad (1,1%).

Durante 2025 se registraron 9 despidos (5 hombres y 4 mujeres). En materia de seguridad y salud, la sociedad dominante registró un índice de absentismo (AT+EP) del 1,95% y se produjo 1 accidente de trabajo; el índice de frecuencia de accidentes fue 0,46 y el índice de gravedad 173,83).

NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS Y DISTRIBUCIÓN POR SEXO, EDAD, CATEGORÍA PROFESIONAL Y TIPO DE CONTRATO:

Número total de empleados y distribución por sexo (a 31/12)		
SEXO	2024	2025
HOMBRES	570	549
MUJERES	374	359
TOTAL	944	908

Distribución por edad (a 31/12)		
RANGO		
	2024	2025
<25 AÑOS	52	46
25-40 AÑOS	260	246
>40 AÑOS	632	616
TOTAL	944	908

Distribución por categoría profesional (a 31/12)		
CATEGORÍA		
	2024	2025
ADMINISTRACIÓN	91	89
COMERCIAL	84	82
DIRECCIÓN	55	53
PROGRAMACIÓN	492	471
SERVICIOS GENERALES	7	7
TÉCNICO	181	177
BECARIO	34	29
TOTAL	944	908

5.1.2 EMPLEO ESTABLE Y ENTORNO LABORAL

La organización mantiene un enfoque orientado a la estabilidad laboral y a la atracción y fidelización del talento. En 2025, el **87,11 %** de la plantilla cuenta con **contrato indefinido**.

ESTABILIDAD EN EL EMPLEO

Distribución por tipo de contrato (% a 31/12)		
MODALIDAD	2024	2025
CONTRATO INDEFINIDO	88,56%	87,11%
CONTRATO TEMPORAL	6,46%	6,28%
CONTRATO A TIEMPO PARCAL	1,38%	3,41%
BECARIOS	3,60%	3,19%



Modalidades de contrato por sexo (nº de personas, a 31/12/2025)		
MODALIDAD	HOMBRES	MUJERES
CONTRATO INDEFINIDO	473	318
CONTRATO TEMPORAL	40	17
CONTRATO A TIEMPO PARCIAL	20	11
BECARIOS	16	13

Modalidad de contrato por rango de edad (% a 31/12)						
	2024			2025		
MODALIDAD	<25 años	25-40 años	>40 años	<25 años	25-40 años	>40 años
CONTRATO INDEFINIDO	4	214	618	5	202	584
CONTRATO TEMPORAL	22	33	6	20	31	6
CONTRATO A TIEMPO PARCIAL	1	4	8	0	5	26
BECARIOS	25	9	0	21	8	0

Modalidades de contrato por empleado desagregados por categoría a 31 de diciembre de 2025:							
MODALIDAD	Admin.	Comercial	Dirección	Programación	Serv. Grales.	Técnico	Becarios
CONTRATO INDEFINIDO	85	78	51	420	7	151	0
CONTRATO TEMPORAL	1	3	1	35	0	19	0
CONTRATO A TIEMPO PARCIAL	3	1	1	16	0	7	0
BECARIOS	0	0	0	0	0	0	29

Modalidad de contrato y número de despidos desagregados por rango de edad (% y nº respecto al total de la plantilla A 31/12

	2024			2025		
MODALIDAD	<25 años	25-40 años	>40 años	<25 años	25-40 años	>40 años
CONTRATO INDEFINIDO	7,69%	82,31%	97,78%	10,87%	82,11%	94,81%
CONTRATO TEMPORAL	42,31%	12,69%	0,95%	43,48%	12,60%	0,97%
CONTRATO A TIEMPO PARCIAL	1,92%	1,54%	1,27%	0%	2,03%	4,22%
BECARIOS	48,08%	3,46%	0%	45,65%	3,25%	0%
Nº DE DESPIDOS	0	2	3	0	1	8

Modalidades de contrato y números de despidos desagregados por categoría (expresado en porcentajes respecto al total de la plantilla) a 31 de diciembre de 2025:

MODALIDAD	Admin.	Comercial	Dirección	Programación	Serv. Grales.	Técnico	Becarios
CONTRATO INDEFINIDO	9,36%	8,59%	5,62%	46,26%	0,77%	16,63%	0,00%
CONTRATO TEMPORAL	0,11%	0,33%	0,11%	3,85%	0,00%	2,09%	0,00%
CONTRATO A TIEMPO PARCIAL	0,33%	0,11%	0,11%	1,76%	0,00%	0,77%	0,00%
BECARIOS							3,19%
Nº DE DESPIDOS	1	1	1	3	0	3	0

Número de despidos desagregado por sexo durante el ejercicio 2025.



CONDICIONES LABORALES

Remuneración media por sexo, edad y categoría

El Grupo Ábside Media ha mantenido las condiciones laborales pactadas con sus empleados y, durante 2025, ha introducido mejoras en determinados aspectos de sus condiciones salariales, en línea con su objetivo de atraer, reconocer y fidelizar el talento. En este marco, el Grupo entiende la igualdad salarial como un derecho fundamental de las personas trabajadoras y diseña incentivos retributivos justos y acordes al mercado, que reconocen, entre otros elementos, la asunción de mayores responsabilidades a lo largo de la trayectoria profesional.

Los datos retributivos recogidos en este apartado se han calculado sobre la base del promedio de las remuneraciones medias de Radio Popular, S.A. (sociedad dominante del grupo) y TRECE, con el objetivo de ofrecer una visión agregada y comparable. En este sentido, la remuneración media desagregada por sexo en 2024 fue de 40.687,85 € para los hombres y 40.132,51 € para las mujeres; en 2025, ascendió a 42.272,24 € para los hombres y 43.801,50 € para las mujeres. La siguiente tabla recoge la evolución y la comparativa interanual.

Tabla: remuneración media desagregada por sexo		
EJERCICIO	HOMBRES	MUJERES
2024	40.687,65 €	40.132,51 €
2025	42.272,24 €	43.801,50 €

* NOTA: Se entiende por remuneración los conceptos salariales de convenio más las cantidades abonadas al trabajador por realización de funciones específicas, disponibilidad, dedicación, responsabilidad, así como bonos/incentivos o comisiones

Remuneraciones medias desagregadas por edad, correspondientes al ejercicio 2024 y 2025

EDAD	2024 (€)	2025 (€)
< 25 AÑOS	21.326,14	22.825,52
25-40 AÑOS	28.322,71	29.665,93
≥ 40 AÑOS	48.009,42	50.347,05

Remuneraciones medias a efectos comparativos desagregadas por categoría profesional, correspondiente al ejercicio 2024 y 2025

CATEGORÍA	2024 (€)	2025 (€)
ADMINISTRACIÓN	33.784,47	34.855,77
COMERCIAL	49.760,83	53.278,02
DIRECCIÓN	115.933,55	116.854,54
PROGRAMACIÓN	34.770,53	36.952,05
SERVICIOS GENERALES	26.153,52	27.523,90
TÉCNICO	32.485,09	33.910,40
BECARIO	4.426,66	4.509,84

Remuneraciones medias percibidas en el ejercicio 2024 y 2025 desagregadas por sexo y categoría profesional:

CATEGORÍA	2024 hombres (€)	2024 mujeres (€)	2025 hombres (€)	2025 mujeres (€)
ADMINISTRACIÓN	30.319,72	37.249,23	30.368,14	39.343,40
COMERCIAL	53.513,09	46.008,57	59.952,09	46.603,96
DIRECCIÓN	90.368,85	141.498,24	95.066,56	138.642,52
PROGRAMACIÓN	35.861,10	33.679,97	37.455,07	36.449,03
SERVICIOS GENERALES	33.774,91	26.377,16	18.488,28	26.772,17
TÉCNICO	33.563,89	31.406,30	34.413,17	33.407,63
BECARIO	4.454,12	4.399,20	4.365,86	4.653,82

NOTA: La composición actual de la dirección no permite ofrecer la información de la distribución media desagregadas por sexos ya que se podría deducir de forma inequívoca la retribución concreta e individual de alguno de sus directivos y no existe obligación legal de hacerla pública. Al objeto de preservar de carácter privado y confidencial, se engloba dentro de la categoría de directores; la alta dirección, directores y mandos intermedios

Al efectuar un análisis de información antes expuesta se puede establecer la brecha salarial a 31 de diciembre de 2025 desagregada por categoría profesional, tal y como se muestra en el siguiente cuadro

Brecha salarial por categoría (2024-2025)		
CATEGORÍA	2024	2025
ADMINISTRACIÓN	22,85%	29,55%
COMERCIAL	-14,02%	-22,26%
DIRECCIÓN	56,58%	45,84%
PROGRAMACIÓN	-6,08%	-2,69%
SERVICIOS GENERALES	-21,90%	-27,60%
TÉCNICO	-6,43%	-2,92%
BECARIO	-1,23%	6,60%

Remuneración media de consejeros y directivos a 31 de diciembre de 2025:

La información relativa a remuneraciones de consejeros y alta dirección se especifica, en la nota 21 de la memoria de las cuentas anuales consolidadas de Ábside Media, S.L. y sociedades dependientes; habiendo retribuido el grupo a su Consejo de Administración con 801.884,71 euros por todos los conceptos.

Al 31 de diciembre de 2025 el grupo no mantenía saldos pendientes con ningún miembro de su Consejo de Administración. Durante el ejercicio 2025, el grupo no ha pagado primas de seguro de responsabilidad civil por daños ocasionados por actos u omisiones en el ejercicio del cargo. A 31 de diciembre de 2025 el grupo no ha contraído obligaciones en materia de pensiones y seguros de vida con los miembros del Consejo de Administración.

A 31 de diciembre de 2025, el grupo no mantiene saldos con la alta Dirección en concepto de remuneraciones pendientes por el Plan Social ni por otros conceptos. Al 31 de diciembre de 2025, el grupo no había contraído obligaciones en materia de pensiones y seguros de vida con la alta Dirección.

Cabe destacar, que al cierre del ejercicio 2025 la Sociedad dominante del grupo ha presentado la memoria de las cuentas anuales de Radio Popular, S.A. y sociedades dependientes (antes mencionado Grupo COPE). En tal sentido, se identifica en la nota 21 "Información relativa a Administradores y personal de alta Dirección de la Sociedad dominante" y la nota 23 "Información sobre empleados".

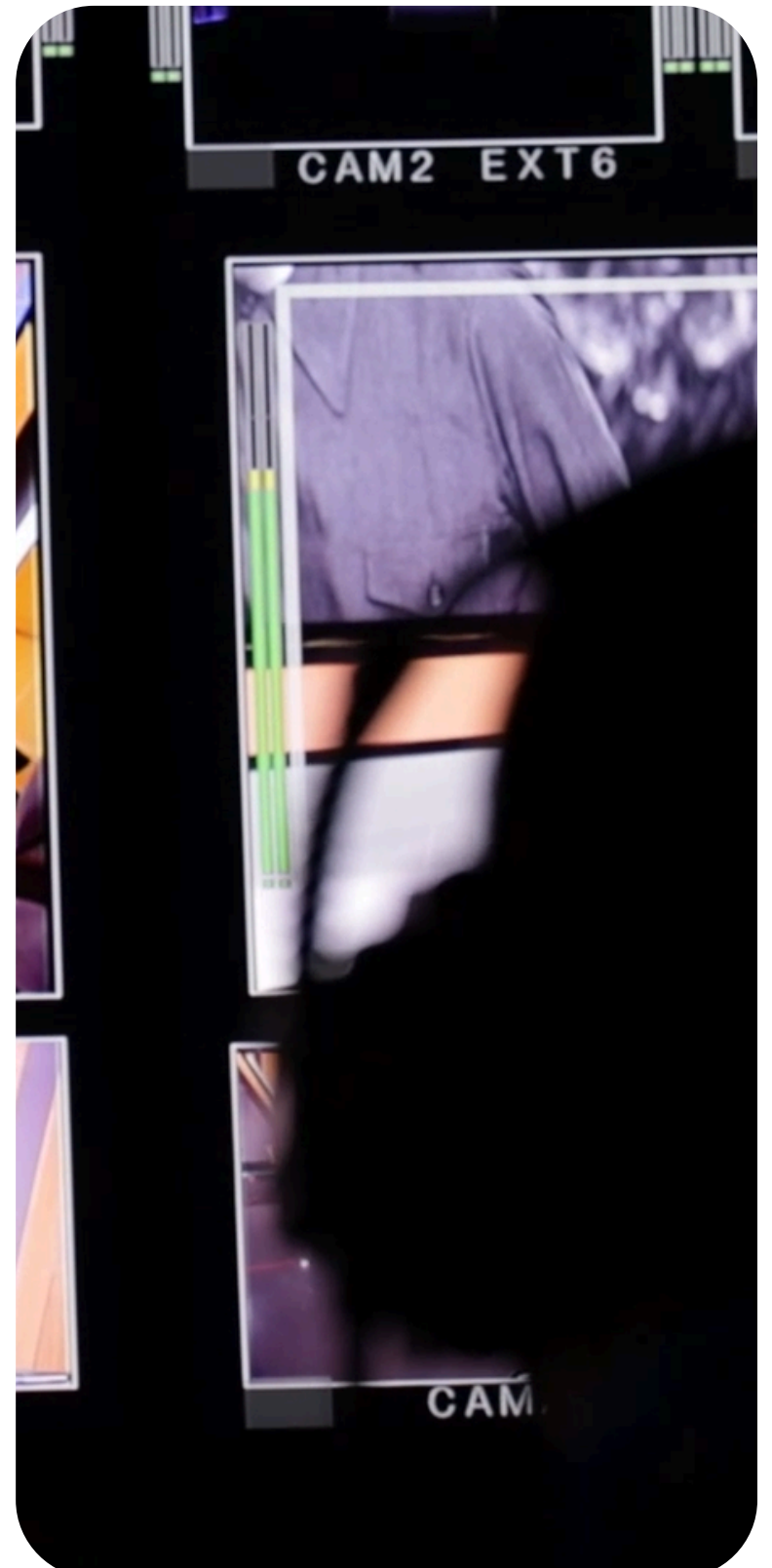
5.1.3 DESARROLLO PROFESIONAL

Durante 2025, Ábside Media ha reforzado su apuesta por el desarrollo profesional en un contexto de transformación del sector y avance de la digitalización.

El Plan de Formación se ha orientado a:

- Acelerar la capacitación en competencias digitales y herramientas corporativas,
- Fortalecer capacidades de liderazgo y gestión de equipos,
- Consolidar conocimientos técnicos vinculados a la producción audiovisual y a los procesos corporativos,
- Impulsar una cultura preventiva y de cumplimiento (igualdad y prevención del acoso, prevención de riesgos laborales y formación legal).

El despliegue formativo combina acciones internas y externas, priorizando contenidos aplicables al puesto y alineados con los objetivos operativos de cada área. La planificación se complementa con seguimiento de ejecución y el aprovechamiento de mecanismos de bonificación disponibles (p. ej., FUNDAE), con el objetivo de maximizar el impacto del esfuerzo formativo.



Principales magnitudes 2025 (Plan de Formación)

INDICADOR	2025
PARTICIPANTES ÚNICOS (REGISTRO NOMINAL)	833 (COPE 779 TRECE 54)
ACCIONES FORMATIVAS (PLAN)	49
HORAS TOTALES DE FORMACIÓN (HORAS X PARTICIPANTES)	18.449

En términos comparativos, el volumen de formación en 2025 refleja un aumento significativo respecto a 2024, asociado al despliegue de acciones transversales y a la ampliación del alcance del plan formativo.

Distribución por categoría profesional (a 31/12)

KPI	2024	2025
HORAS DE FORMACIÓN (TOTAL)	2.668	18.449
PARTICIPANTES EN FORMACIÓN	383	833
HORAS MEDIAS POR PARTICIPANTE	6,97	22,15

LÍNEAS FORMATIVAS 2025 (PRINCIPALES TEMÁTICAS)

Las principales líneas del plan se estructuran en las siguientes temáticas, en función de participaciones y alcance:

- Legal
 - Prevención
 - Digital
 - Liderazgo
- Ofimática
 - Competencia técnica
 - Idiomas
 - Técnica audiovisual

5.1.4 ENTORNO DE TRABAJO SEGURO Y ESTABLE

La naturaleza de la actividad radiofónica y televisiva exige una organización del trabajo con distintos turnos para garantizar la cobertura de programación e información 24 horas al día, 7 días a la semana. En este contexto, el Grupo integra la seguridad y salud en el sistema general de gestión y desarrolla medidas preventivas para proteger el bienestar de las personas.

SEGURIDAD Y SALUD

La seguridad y salud en el trabajo es una prioridad del Grupo. La actividad se gestiona mediante un sistema preventivo, basado en la identificación, evaluación y control de riesgos en los distintos centros de trabajo, incluyendo formación específica en PRL y medidas de seguimiento para la mejora continua.

En 2025 se registró 1 accidente de trabajo, sin accidentes mortales, lo que supone una mejora relevante respecto a 2024, ejercicio en el que se registraron 4 accidentes. Este avance se refleja también en la evolución de los índices: el índice

de frecuencia se redujo de 1,84 (2024) a 0,46 (2025) y el índice de gravedad descendió de 267,50 (2024) a 173,83 (2025). Asimismo, las horas de absentismo disminuyeron de 3.738 (2024) a 2.618 (2025).

Adicionalmente, el índice de absentismo (AT + EP) en 2025 fue del 1,95%, situándose por debajo del índice de absentismo del sector (2,72%), lo que evidencia una evolución positiva en términos de salud laboral.

INDICADOR PLR	2024 (€)	2025 (€)
ACCIDENTES DE TRABAJO	4	1
ACCIDENTES MORTALES	0	0
ÍNDICE DE FRECUENCIA	1.84	0,46
ÍNDICE DE GRAVEDAD	267,50	173,83
HORAS ABSENTISMO	3.738	2.618

BENEFICIOS SOCIALES

A fin de promover y asegurar el bienestar de la plantilla, el Grupo pone a disposición de sus empleados determinadas medidas y beneficios sociales. Entre otros:

- Acceso a **sanidad privada** con tarifas especiales; las sociedades abonan aproximadamente el **85% del coste de la póliza** contratada por el empleado.
- Medidas de conciliación recogidas en el **Plan de Igualdad/Convenio** (Radio Popular, S.A.), incluyendo lactancia (posible acumulación), ayudas por natalidad, permisos por motivos particulares, etc.
- Posibilidad de **retribución flexible** para pagos de guardería (Radio Popular, S.A.).

Incentivos sociales – Modelo retributivo de Radio Popular S.A.

- Complemento de salario al 100% en bajas médicas.
- Seguro médico privado voluntario.
- Ticket guardería.
- Ayuda de nupcialidad.
- Ayuda de natalidad.
- Premio a la fidelidad del trabajador por los 13, 25, 35 y 45 años de servicio.
- Ayuda de comidas.
- Seguro de vida.
- Ayuda por hijos discapacitados con grado del 33% o superior.
- Plan de pensiones.
- Regalo de Navidad.
- Incentivo de jubilación.
- Ayuda de estudio a los hijos de los trabajadores.

Incentivos sociales – Modelo retributivo de TRECE

- Complemento de salario al 100% en bajas médicas.
- Seguro médico privado voluntario.
- Regalo de Navidad.

Medidas de conciliación (ejemplos incluidos en planes y convenios)

- Lactancia: 2 horas de ausencia por hijo menor de 12 meses, divisible en dos fracciones; posibilidad de reducción de jornada en 1 hora al inicio o al final, o acumulación del permiso de lactancia en una licencia retribuida de 21 días naturales (Radio Popular, S.A.).
- Permiso por maternidad/paternidad: 17 semanas.
- Impulso de nuevas tecnologías (videoconferencias, multiconferencias y dispositivos móviles) como vía para reducir viajes y facilitar la conciliación.
- Ayuda por natalidad por cada hijo nacido y ayuda para empleados con hijos con discapacidad (Radio Popular, S.A.).
- Hasta 5 días por motivos particulares para facilitar la conciliación (Radio Popular, S.A.).
- Retribución flexible para pagos de guardería (Radio Popular, S.A.).
- Cinco días de permiso por hospitalización o intervención quirúrgica con reposo domiciliario de familiares hasta segundo grado, ampliable a ocho días si requiere desplazamiento.

Adicionalmente, el Grupo cuenta con medidas de flexibilidad organizativa (p. ej., teletrabajo/oficina flexible) como apoyo a la conciliación, de acuerdo con la política interna vigente.

5.1.5 GARANTÍA DE LOS DERECHOS LABORALES

El Grupo promueve un marco de relaciones laborales basado en el **diálogo social** y el **respeto a los derechos laborales**, manteniendo una interlocución abierta y constructiva con la representación de las personas trabajadoras. Para ello, se realizan reuniones mensuales con la representación sindical en Madrid y reuniones periódicas tanto con el Comité Intercentros (COPE) como con el Comité de TRECE, abordando los asuntos que afectan al conjunto de la organización.

Las consultas, negociaciones y temas a tratar se entablan desde el convencimiento

en el diálogo constructivo y en la necesidad de que ambas partes aporten su visión para que la empresa y la actividad se enriquezcan.

En este sentido, la estrategia del Grupo en el ámbito de las personas se centra en generar un entorno de trabajo cercano y respetuoso, considerando esencial mantener una comunicación fluida con los empleados y asegurar que estén informados sobre cualquier cuestión que les afecte y sobre la evolución de la compañía.

En el marco de esta negociación colectiva, durante 2025 Radio Popular, S.A. (COPE) ha firmado un nuevo Convenio Colectivo, que incorpora una cláusula relativa a la integración de la inteligencia artificial (IA) en el entorno de trabajo, en los términos previstos en el propio convenio.

Cobertura de los Convenios
Colectivos por país (Cope y Trece):

- País % empleados cubiertos por C.C.

España	99,89%
Italia	0,11%

DESCONEXIÓN DIGITAL Y MEDIDAS DE FLEXIBILIDAD

El avance de las nuevas tecnologías y la creciente digitalización del trabajo refuerzan la necesidad de regular el derecho de las personas trabajadoras a desconectar de las herramientas tecnológicas fuera del tiempo de trabajo. En este contexto, resulta esencial mantener un equilibrio adecuado entre las necesidades operativas de la empresa y los derechos de la plantilla.

La Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales (LOPD-GDD), regula el derecho a la desconexión digital y establece la obligación empresarial de disponer de una política interna que garantice el respeto al tiempo de descanso, así como a la intimidad personal y familiar. Para su correcta implantación, dicha política debe contemplar las distintas modalidades de relación laboral existentes en la organización y contar con la participación de la representación de las personas trabajadoras.

En este sentido, Ábside Media cuenta con una política de desconexión digital negociada con la representación de los trabajadores, aprobada y publicada en octubre de 2022.

Con carácter general, una política interna de desconexión digital debe:

- Estar dirigida a toda la plantilla, no únicamente a quienes soliciten medidas de conciliación.
- Definir las modalidades de ejercicio del derecho a la desconexión.
- Incluir acciones de formación y sensibilización sobre el uso

razonable de las herramientas tecnológicas, con el fin de evitar riesgos asociados como la fatiga informática.

Este enfoque no solo tiene implicaciones en el ámbito laboral, sino también en materia de prevención de riesgos laborales, dado que existe una obligación de formar y gestionar los riesgos para la salud derivados de un uso inadecuado de la conectividad y la disponibilidad digital.

En paralelo al desarrollo del marco de desconexión digital, el Grupo impulsa medidas de flexibilidad organizativa que contribuyen a la conciliación y a una gestión más eficiente del tiempo de trabajo; entre ellas, la política de oficina flexible, implantada en la organización, que facilita adaptar la prestación de servicios a las necesidades de los equipos sin menoscabo del respeto a los periodos de descanso.

Medida organizativa complementaria:
“oficina flexible”

Resumen de condiciones principales:

- 1 día a la semana de teletrabajo, fijado por acuerdo con el responsable del área según necesidades del servicio.
- Jornada completa (no fraccionable) y no acumulable si no puede disfrutarse una semana concreta.
- Cinco días adicionales de teletrabajo por trimestre, solicitables para cualquier día de la semana para facilitar la conciliación, con posibles adaptaciones puntuales de horario acordadas con el responsable.

5.1.6 FOMENTO DE LA IGUALDAD Y DIVERSIDAD

El Grupo promueve la igualdad de trato y oportunidades, la no discriminación y la diversidad, impulsando mecanismos internos y planes específicos que refuerzan la cultura de respeto, la prevención del acoso y la integración de colectivos con necesidades particulares. Las medidas de conciliación y beneficios sociales se detallan en el apartado correspondiente (ver “Beneficios sociales y medidas de conciliación”).

Planes de igualdad

Radio Popular, S.A. (sociedad dominante) dispone de un Plan de Igualdad, efectiva entre mujeres y hombres, elaborado, negociado y acordado con la comisión negociadora, conforme a la Ley Orgánica 3/2007 y al Real Decreto 901/2020. El plan se actualizó el 8 de febrero del 2023 y establece el marco de actuación, medidas, calendario e indicadores de seguimiento, así como la gobernanza a través de la Comisión de Igualdad y de la Comisión de Seguimiento.

En 2025, COPE reforzó la sensibilización y la capacitación de su plantilla en materia de igualdad mediante una acción formativa específica. Esta formación, impartida a toda la plantilla y con una duración de 6 horas, se alinea con las medidas de sensibilización y prevención contempladas en los planes de igualdad y refuerza la cultura corporativa de respeto y tolerancia cero frente a cualquier conducta discriminatoria o de acoso.

TRECE constituyó a finales de 2020 la Comisión de Igualdad para la negociación, desarrollo, implantación y revisión del Plan de Igualdad, aprobando su reglamento de funcionamiento. Entre sus competencias se incluyen la participación en el diagnóstico, el impulso, negociación, aprobación y seguimiento del Plan, así como el análisis de propuestas de medidas y acciones positivas en materia de igualdad y no discriminación.

Inclusión de personas con discapacidad

El Grupo tiene el objetivo de facilitar la integración de las personas con discapacidad en el mercado laboral. En 2025, 10 personas de la plantilla cuentan con algún tipo de discapacidad.

Dadas determinadas circunstancias organizativas, el cumplimiento estricto del Real Decreto Legislativo 1/2013 (Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social) resulta complejo en algunos supuestos. Por ello, para cumplir con la obligación legal, el Grupo ha optado por solicitar la declaración de excepcionalidad y la adopción de medidas alternativas para el cumplimiento de la cuota de reserva.

Dicha declaración fue concedida mediante resolución de fecha 05/08/2024, formalizándose un contrato de prestación de servicios con un Centro Especial de Empleo (CEE). En consecuencia, la empresa cumple con la obligación legal de cuota de reserva mediante las medidas alternativas aplicables



5.1.7 COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna constituye un eje estratégico en la gestión de personas del Grupo, estrechamente vinculada al proceso de transformación que vertebra el Plan Estratégico vigente. En este contexto, la comunicación interna desempeña un papel habilitador, contribuyendo a generar las condiciones de confianza, alineamiento y cohesión necesarias para acompañar el cambio organizativo.

La estrategia se articula en torno a un modelo bidireccional que combina canales de alcance general con espacios de diálogo directo. La intranet corporativa actúa como repositorio de información y la newsletter semanal como vehículo de actualización periódica sobre la evolución del negocio y las personas. El formato de café virtual con el CEO busca aproximar la alta dirección a la plantilla, reduciendo barreras jerárquicas en línea con los valores de transparencia que el Grupo aspira a consolidar durante esta etapa de transformación.

Este modelo se complementa con espacios presenciales y reuniones periódicas que refuerzan el diálogo y el alineamiento estratégico en diferentes capas organizativas,

Con el objetivo de medir la efectividad de estos canales y detectar áreas de mejora, el Grupo lleva a cabo encuestas internas periódicas cuyos resultados orientan las decisiones de gestión hacia las necesidades reales de los equipos.



5.2 ACCIÓN SOCIAL Y CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

El Grupo, en línea con su ideario, mantiene un firme compromiso con el desarrollo humano, cultural y social de las personas, así como con el progreso de la sociedad en todas las Comunidades Autónomas de España. Para ello, se enfoca en la divulgación de contenidos educativos, informativos y de entretenimiento de alta calidad a nivel local.

De acuerdo con el ámbito geográfico descrito en el apartado "Modelo de negocio", el Grupo tiene presencia en todas las Comunidades Autónomas, contando con estudios de televisión en la capital y estudios de radio en casi todas las capitales de provincia y en otras ciudades relevantes. Su labor en la difusión de información local y regional se refuerza mediante una estrecha colaboración con organismos públicos e institucionales en distintos niveles.

En cuanto al impacto de su actividad en el empleo y el desarrollo local, si bien no se considera un factor material en los procesos de selección, ya que prima la capacitación y preparación de los candidatos más allá de su lugar de origen, el Grupo mantiene una plantilla distribuida a lo largo de sus delegaciones en toda España.

Los fines estatutarios del Grupo incluyen la difusión de la doctrina de la Iglesia Católica, la orientación de la opinión pública desde una perspectiva cristiana y la promoción del desarrollo humano, social y cultural. En consonancia con estos principios, el Grupo presta servicios publicitarios gratuitos a entidades sin ánimo de lucro para apoyar iniciativas sociales, humanitarias y culturales. Entre las organizaciones beneficiarias destacan Cáritas, Ayuda a la Iglesia Necesitada, Manos Unidas y Obras Misionales Pontificias.

En 2015, la Organización de Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, que incluye 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En este ejercicio, el compromiso del Grupo con la sostenibilidad se ha centrado en la identificación de aquellos ODS alineados con sus actividades, con el objetivo de desarrollar futuras iniciativas que contribuyan a "mejorar la vida de todos sin dejar a nadie atrás" .

Además, el Grupo ha elaborado su Estado de Información No Financiera (EINF) tomando como marco de referencia los estándares GRI en su versión más actualizada. Asimismo, siguiendo las recomendaciones de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC), ha identificado los ESRS aplicables, y está trabajando en su implementación, con el objetivo de encaminarse hacia el cumplimiento de las disposiciones europeas establecidas en la Directiva CSRD en el plazo previsto.



6. IMPACTO DE ÁBSIDE MEDIA EN EL MEDIO AMBIENTE

Ábside Media desarrolla su actividad en el sector de los medios de comunicación, caracterizado por un impacto ambiental directo limitado en comparación con sectores industriales. No obstante, el Grupo reconoce su responsabilidad en la gestión eficiente de los recursos y en la contribución a la transición hacia una economía más sostenible.

En este contexto, el Grupo adopta un enfoque de mejora continua basado en:

- El cumplimiento de la normativa ambiental aplicable
- La optimización del consumo de recursos naturales
- La progresiva integración de criterios ambientales en la gestión operativa
- El uso de su capacidad de comunicación para sensibilizar sobre sostenibilidad

Asimismo, en línea con la evolución normativa europea (CSRD y ESRS), Ábside Media ha iniciado el desarrollo de un modelo más estructurado de gestión ambiental, que incluye la medición de su huella de carbono y la definición progresiva de indicadores y objetivos ambientales.

6.1 GESTIÓN AMBIENTAL Y USO DE RECURSOS

El enfoque ambiental del Grupo se articula principalmente en torno a la eficiencia en el uso de la energía, la optimización de infraestructuras y la reducción de impactos asociados a su actividad.

Dado el modelo de negocio del Grupo, los principales aspectos ambientales identificados son:

- Consumo energético (principal vector de impacto)
- Uso de infraestructuras técnicas (centros emisores y estudios)
- Consumo de recursos asociados a oficinas y producción audiovisual

El Grupo mantiene un seguimiento de estos aspectos con el objetivo de mejorar su desempeño ambiental de forma progresiva.

6.1.1 EFICIENCIA ENERGÉTICA

Ábside Media impulsa medidas orientadas a mejorar la eficiencia energética de sus instalaciones y operaciones, contribuyendo tanto a la reducción de su impacto ambiental como a la optimización de costes.

En el ejercicio 2025, el consumo eléctrico global ha experimentado una variación moderada del **+1,2%** respecto a 2024, motivada principalmente por ajustes y regularizaciones de facturación, sin que ello responda a un incremento estructural de la actividad.

Cabe destacar que, en el **periodo 2022-2025**, el Grupo ha logrado una **reducción** acumulada del consumo energético superior al **7%**, lo que refleja la efectividad de las medidas implantadas

PRINCIPALES MEDIDAS PROMOVIDAS:

- Sustitución progresiva de transmisores por equipos de mayor eficiencia energética
- Transición de sistemas de iluminación convencional a tecnología LED
- Renovación de sistemas de climatización por equipos más eficientes
- Mejora de aislamiento térmico en determinadas instalaciones
- Optimización operativa de centros emisores

Estas actuaciones permiten reducir el consumo energético y, de forma indirecta, las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas.

6.1.2 UTILIZACIÓN DE ENERGÍA PROVENIENTE DE FUENTES RENOVABLES

El Grupo prioriza la **contratación de energía eléctrica** con origen renovable como principal medida de reducción de su impacto climático.

En 2025, el porcentaje estimado de consumo eléctrico procedente de fuentes renovables en la sociedad dominante se sitúa en, **99,93%** de energía renovable.

Este elevado porcentaje sitúa al Grupo en una posición favorable en términos de transición energética y reducción de emisiones indirectas.

Los consumos de otras fuentes energéticas (gas natural, gasóleo) no son significativos en el conjunto de la actividad.

6.1.3 HUELLA DE CARBONO Y CAMBIO CLIMÁTICO

En el ejercicio 2025, Ábside Media ha iniciado el desarrollo de un modelo de medición de su huella de carbono, como base para la futura definición de objetivos de reducción de emisiones.

Enfoque metodológico

El Grupo está avanzando en la adopción de metodologías de referencia internacional, como el GHG Protocol, para la cuantificación de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

En una primera fase, el análisis se centra en:

- Alcance 2 (Scope 2): emisiones indirectas derivadas del consumo eléctrico.
- Alcance 1 (Scope 1): emisiones directas no significativas en el contexto de la actividad del Grupo.

Dado el elevado porcentaje de energía renovable contratada, el impacto climático asociado al consumo eléctrico se ve significativamente reducido.

Evolución y tendencias

La reducción acumulada del consumo energético en los últimos ejercicios, junto con el uso intensivo de energía renovable, contribuye a una disminución progresiva de la huella de carbono del Grupo.

Próximos pasos

Ábside Media tiene previsto avanzar en:

- La cuantificación completa de su huella de carbono (incluyendo Alcance 3 en la medida de lo posible).
- La definición de indicadores de emisiones (tCO₂e).
- El establecimiento de objetivos de reducción a medio plazo.
- La integración de la variable climática en la estrategia corporativa.

6.1.4 OTROS ASPECTOS AMBIENTALES

Agua: El consumo de agua no se considera un aspecto material en el contexto de la actividad del Grupo. En determinados emplazamientos, la información no es directamente accesible debido a las condiciones contractuales de arrendamiento. No obstante, el Grupo promueve un uso responsable del agua en sus instalaciones.

Residuos: La generación de residuos asociada a la actividad del Grupo es limitada y se gestiona conforme a la normativa aplicable. Se promueve la reducción del consumo de materiales y la gestión responsable de residuos en oficinas y centros de producción.

6.1.5 USO EFICIENTE DE INFRAESTRUCTURAS

La actividad del Grupo requiere el uso de infraestructuras técnicas (centros emisores, estudios y oficinas), cuyo desarrollo puede generar impactos ambientales si no se gestiona adecuadamente.

Por ello, Ábside Media adopta un enfoque basado en:

- Reutilización de infraestructuras existentes, evitando la construcción de nuevos emplazamientos cuando existen alternativas
- Compartición de centros emisores con otros operadores
- Minimización del impacto visual y ambiental

En el ejercicio 2025, no se ha llevado a cabo la construcción de nuevos centros emisores, manteniéndose la política de optimización y uso compartido de infraestructuras

6.2 COMPROMISO AMBIENTAL Y LINEAS FUTURAS

Ábside Media asume el compromiso de seguir avanzando en la integración de criterios ambientales en su actividad, en línea con las mejores prácticas del mercado y los requerimientos regulatorios europeos.

Las principales líneas de trabajo a futuro incluyen:

- Desarrollo de un sistema de gestión ambiental más estructurado
- Definición de objetivos e indicadores ambientales
- Mejora de la trazabilidad de la información
- Integración de la sostenibilidad en la toma de decisiones
- Sensibilización ambiental a través de sus contenidos y capacidad de comunicación



7. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

CONTEXTO Y ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPLIANCE

Con la creación en 2020 de Ábside Media como plataforma de comunicación que aúna a COPE y a TRECE como principales medios, fue necesario en el año 2021 realizar la actualización del Sistema de Gestión de Compliance implantado para COPE de manera que cubra el perímetro de control de la nueva plataforma.

De esta forma:

Se realiza una reubicación de la función de Compliance en ÁBSIDE MEDIA, de manera que el órgano de Compliance se ocupa de la supervisión no sólo de las actividades realizadas en COPE sino también las realizadas en TRECE.

Se actualizan los documentos del Sistema de Gestión de Compliance para que cubra las necesidades de la nueva organización, así como su perímetro de control, y de esta forma facilitar la coordinación con las nuevas áreas sinérgicas identificadas.

Se realiza una evaluación de riesgos penales específica para TRECE y se elabora una nueva matriz de riesgos y controles que recoge las medidas de mitigación necesarias en el conjunto de ÁBSIDE MEDIA, al abarcar nuevas áreas de negocio no contempladas en el modelo vigente.

Con todo esto se crea un Sistema de Gestión de Compliance único alineado con los objetivos estratégicos del grupo y teniendo en cuenta tanto las exigencias que puedan provenir de las partes interesadas (grupos de interés) como los intereses de la propia organización.

SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPLIANCE: FINALIDAD Y BASE DOCUMENTAL

Este Sistema de Gestión de Compliance es un sistema de organización y gestión para la prevención de incumplimientos, cuyo objetivo es la prevención, detección y gestión de riesgos mediante su integración en los procesos de negocio, así como la medición para su mejora continua, y cuya base esencial se representa en la Política de Compliance (en adelante la Política) y en el Documento Vertebrador del Sistema.

Para el cumplimiento efectivo de las disposiciones establecidas en la Política de Compliance, ésta tiene el máximo compromiso del Consejo de Administración, de la Comisión de Ética y Cumplimiento Normativo y del Comité de Dirección, así como del resto de miembros de la organización.

A partir del compromiso de cumplimiento de la Política se ratifica la voluntad de la organización de mantener una conducta respetuosa tanto con las normas como con sus valores éticos y la determinación de no tolerar en su seno ninguna conducta que pueda ser constitutiva de una no conformidad.

La Política de Compliance es de obligado cumplimiento y de aplicación global a toda la organización. Los miembros de la organización deberán cumplir con su contenido, independientemente del cargo que ocupen y del territorio en el que se encuentren, salvo que la legislación aplicable en la jurisdicción en la que opere establezca disposiciones más severas que deberán prevalecer sobre esta Política.

Esta política está a disposición de todos los miembros de la organización en la intranet y de los socios de negocio en la página web del grupo.

COMPLIANCE PENAL: PREVENCIÓN DE DELITOS Y RESPONSABILIDAD PENAL

También se desarrolla una Política de Compliance penal en la organización que da cumplimiento a las exigencias establecidas en la normativa penal española en cuanto a la existencia de las medidas de vigilancia y control idóneas para la prevención de delitos. Se describen las figuras penales que, de acuerdo con lo establecido en el artículo 31 bis del Código penal español, las personas jurídicas pueden ser investigadas en España. Junto con esta descripción, se dan indicaciones sobre la conducta que la organización espera por parte de los sujetos afectados, señalando algunos textos o procedimientos organizativos que les pueden ayudar a cumplir con tales expectativas. Estas descripciones concretas no evitan el conocimiento y la aplicación del resto de normas de conducta interna vigentes en la organización.

Las personas jurídicas serán también penalmente responsables de los delitos cometidos, en el ejercicio de actividades sociales y por cuenta y en provecho de las mismas, por aquellos que, estando sometidos a la autoridad de los representantes legales y administradores de hecho o de derecho de la Organización han podido cometer un delito por no haberse ejercido sobre ellos el debido control atendidas las concretas circunstancias del caso. Esto supone que la ausencia de control sobre este colectivo, que no sólo abarca a los Miembros de la Organización sino también a los Socios de negocio, puede desencadenar la responsabilidad penal en el seno de la Organización en caso de que cometan un delito en las circunstancias contempladas en el Código penal español.

Actuaciones realizadas en 2025

- Se han fijado los objetivos del Compliance Penal para el ejercicio, definiéndose objetivos estratégicos y operativos.
- Se ha realizado la reevaluación de riesgos penales.
- Se ha llevado a cabo la actualización de la matriz de riesgos y controles.
- Se han desarrollado acciones formativas en materia de compliance penal para reforzar el conocimiento y aplicación del modelo. Esta formación, de una hora y media de duración, se impartió al 8% de la plantilla.



ÓRGANO DE COMPLIANCE Y RESPONSABILIDADES

La organización dispone de un órgano de Compliance que se encarga de dotar de efectividad la política a través de la implementación de las diferentes medidas previstas en el Sistema de Gestión de Compliance.

El Consejo de Administración ha designado al Director de Cumplimiento y Ética Corporativa (Compliance Officer), dotándole de poderes autónomos de iniciativa y control, así como de la máxima independencia para desarrollar sus cometidos, de forma que esté libre de cualquier condicionante de negocio que pudiera perjudicar el desempeño de sus cometidos. Goza del pleno apoyo del Consejo de Administración al que tiene acceso directo y se le confía la responsabilidad de supervisar el funcionamiento y observancia del sistema de gestión de Compliance. De esta forma está facultado para acceder libremente a los documentos de la organización como a los miembros de la misma que precise para el desarrollo de sus cometidos.

La independencia del Compliance Officer garantiza la neutralidad en la toma de decisiones. Esta independencia está respaldada por el acceso directo al Consejo de Administración y, de esta forma, al distanciamiento del equipo directivo y mandos intermedios a cargo de la gestión operativa.

El Consejo de Administración y la Alta Dirección de la organización promueven de forma activa la cultura de Compliance en la organización velando porque ésta disponga de los recursos adecuados para ejecutar eficazmente el Sistema de Gestión de Compliance y fomentando el uso de procedimientos y canales habilitados para la comunicación de conductas potencialmente delictivas que puedan afectar a la organización y a sus actividades. Durante 2025, en el ámbito de la función de Compliance penal, se han desarrollado, entre otras, las siguientes actuaciones:

- Elaboración del Cronograma de Actividades de 2025, con el objetivo de ofrecer una visión global, ordenada y detallada de las actuaciones a realizar en materia de Compliance.
- Asesoramiento en materia de incidentes de Compliance penal y resolución de consultas relacionadas con el modelo de cumplimiento.
- Elaboración de la Memoria de Actividades de Compliance penal correspondiente al ejercicio 2025.



POLÍTICAS DE INTEGRIDAD

Además, se cuenta con las siguientes políticas de integridad:

Política de Donaciones y patrocinios:

Pretende establecer unos criterios básicos para la realización de donaciones, patrocinios o acciones de carácter social dentro de un marco básico de cumplimiento en materia anti-soborno de conformidad con lo previsto en el estándar internacional ISO-UNE 37001, sobre Sistemas de gestión anti-soborno. Las iniciativas de proyectos de mecenazgo, patrocinio y acción social deberán realizarse sobre aspectos relativos a la promoción de la educación, del empleo y de la asistencia humanitaria, velando siempre porque el destinatario de los proyectos sean organizaciones reputadas, transparentes y alineadas con los valores de la organización.

Política de relaciones con funcionarios públicos:

La organización condena de manera tajante cualquier práctica corrupta que, además de contravenir las disposiciones legales que en su caso fueran aplicables, es contraria a sus principios éticos y valores. En este sentido, la presente Política establece un marco básico de cumplimiento en materia antisoborno de conformidad con lo previsto en el estándar internacional ISO-UNE 37001, sobre Sistemas de gestión antisoborno.

Política de regalos y hospitalidades:

Condena de manera tajante cualquier práctica corrupta que, además de contravenir las disposiciones legales que en su caso fueran aplicables, es contraria a sus principios éticos y valores. En este sentido, la presente Política establece un marco básico de cumplimiento en materia antisoborno de conformidad con lo previsto en el estándar internacional ISO-UNE 37001, sobre Sistemas de gestión antisoborno. En este sentido establece los límites que debe respetar cada miembro de la organización para aceptar o realizar algún tipo de regalo u hospitalidad.

Durante 2025 se han difundido comunicaciones sobre políticas de

integridad mediante la elaboración de píldoras informativas sobre:

- Procedimiento para la denuncia de irregularidades.
- Política de regalos y hospitalidades.
- Cultura corporativa.
- Política anticorrupción.
- Información sobre regalos en Navidad para evitar conflictos de interés.

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN E INVESTIGACIÓN Y CANAL DE DENUNCIAS

También se desarrolla un procedimiento de gestión e investigación de denuncias que tiene como objeto establecer los mecanismos necesarios para comunicar y gestionar de manera temprana cualquier Incumplimiento, así como establecer los procedimientos necesarios para llevar a cabo la tramitación e instrucción interna de aquellas Denuncias o cualquier circunstancia conocida que deba ser investigada.

Los miembros de la organización deben necesariamente informar sobre comportamientos individuales, colectivos o actividades que concurren en el contexto de sus actividades en la organización y que puedan suponer una contravención del contenido de la Política de Compliance o del resto de documentos del Sistema de Gestión de Compliance.

Para acceder al Canal de denuncias, los Miembros de ÁBSIDE MEDIA, así como sus Socios de Negocio y Terceros, pueden usar la siguiente dirección de correo electrónico:

canaldenuncias@absidemedia.es
canal.denuncias@cope.es

Durante el ejercicio 2025 se han recibido denuncias y quejas por medio de distintos canales. Por canales internos, se han recibido 12 en total, de las cuales 3 se han recibido a través del Canal ético y las otras 9 a través de una comunicación verbal a través del Responsable del Sistema Interno de Información o a través de terceros de la organización. Por canales externos, se han recibido 3 denuncias adicionales a través de burofaxes y prensa.

8. ÍNDICE GRI

GRI	ESRS	Contenido	Ubicación en el EINF	Verificación externa
2-1	ESRS 2 SBM-1	Detalles de la organización	4. Conoce Ábside Media	✓
2-2	ESRS 2 BP-1	Entidades incluidas	2. Alcance del informe	✓
2-3	ESRS 2 BP-2	Periodo y alcance	2. Alcance del informe	✓
2-4	ESRS 2 BP-2	Reexpresión de información	-	N/A
2-5	ESRS 2 GOV-5	Verificación externa	9. Verificación externa	✓
2-6	ESRS 2 SBM-1	Actividades y cadena de valor	4.2 Modelo de negocio	✓
2-7	ESRS 2 S1-6	Empleados	5. Personas	✓
2-8	ESRS 2 S1-6	Trabajadores no empleados	5. Personas	✓
2-9	ESRS 2 GOV-1	Estructura de gobierno	4.1 Gobierno corporativo	✓
2-10	ESRS 2 GOV-1	Nombramientos	41	✓
2-11	ESRS 2 GOV-1	Presidente del órgano	41	✓
2-12	ESRS 2 GOV-2	Supervisión ESG	41	✓
2-13	ESRS 2 GOV-1	Delegación funciones	41	✓
2-15	ESRS 2 GOV-4	Conflictos de interés	4.1.3 / 7	✓
2-16	ESRS 2 GOV-4	Comunicación preocupaciones	4.1.2 Canal ético	✓
2-19	ESRS 2 GOV-3	Remuneración	51	✓
2-20	ESRS 2 GOV-3	Proceso remuneración	41	✓
2-22	ESRS 2 SBM-1	Estrategia	Carta del CEO	✓
2-23	ESRS 2 MDR-P	Políticas	3. Propósito, misión y valores	✓
2-24	ESRS 2 MDR-A	Integración políticas	41	✓
2-25	ESRS 2 MDR-A	Remediación impactos	Canal ético	✓
2-26	ESRS 2 GOV-4	Canal denuncia	412	✓
2-27	ESRS 2 MDR-P	Cumplimiento normativo	7. Compliance	✓
2-28	ESRS 2 SBM-1	Afiliaciones	-	N/A
2-29	ESRS 2 SBM-2	Stakeholders	3. Materialidad	✓
2-30	ESRS 2 S1-9	Convenios colectivos	5. Personas	✓
3-1	ESRS 2 IRO-1	Proceso de doble materialidad	3. Materialidad	✓
3-2	ESRS 2 IRO-1	Temas materiales	3	✓
3-3	ESRS 2 MDR	Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	Todo el informe	✓

8. ÍNDICE GRI

GRI	ESRS	Contenido	Ubicación en el EINF	Verificación externa
302-1	E1-5	Consumo energético	6. Medio ambiente	✓
302-4	E1-5	Reducción consumo	6	✓
305-1	E1-6	Emisiones alcance 1	6	En desarrollo
305-2	E1-6	Emisiones alcance 2	6	En desarrollo
305-3	E1-6	Alcance 3	-	N/A
305-5	E1-6	Reducción emisiones	6	✓
401-1	S1-6	Contratación y rotación	51	✓
401-2	S1-11	Beneficios sociales	51	✓
401-3	S1-11	Permisos parentales	51	✓
404-1	S1-13	Formación	51	✓
404-2	S1-13	Desarrollo profesional	51	✓
405-1	S1-9	Diversidad	51	✓
405-2	S1-16	Brecha salarial	51	✓
403-1	S1-14	PRL	51	✓
205-1	G1-1	Riesgos de corrupción	7	✓
205-2	G1-3	Formación anticorrupción	-	N/A
205-3	G1-4	Casos de corrupción	7	✓
412-3	S2-1	Cláusulas contractuales	424	✓

9. REVISIÓN EXTERNA INDEPENDIENTE

ANEXO I. Sociedades comprendidas en el Grupo Consolidado, Domicilio Social y Actividad Principal al 31 de diciembre de 2025

Sociedad	Domicilio social	Ciudad	Provincia	Actividad principal
Radio Popular, S.A.	Alfonso XI, 4	Madrid	Madrid	Radiodifusión
Protemas, S.A.	Ctra. de la Costa, 87	Gijón	Asturias	Radiodifusión
Iniciativas Radiofónicas y de Televisión, S.L.	Alfonso XI, 4	Madrid	Madrid	Televisión local
Editorial Catalana, S.A.	Diputación, 238	Barcelona	Barcelona	Radiodifusión
Radio 13 de Cataluña, S.A.	Diputación, 238	Barcelona	Barcelona	Radiodifusión
Extra Ediciones Musicales, S.A.	Alfonso XI, 4	Madrid	Madrid	Edición, impresión, publicación, gestión y representación de obras musicales
Dial Doñana, S.L.	Zapatería, 49	Plas	Sevilla	Radiodifusión
Difusión en Imagen y Voz, S.A.	Alfonso XI, 4	Madrid	Madrid	Radiodifusión
Megocos Ondas Radio, S.A.	Paseo de la Castellana 36-38	Madrid	Madrid	Radiodifusión
Forma y Comunicación, S.A.	C.C. Montecarlo, Ctra. N-515	Pozuelo de Alarcón	Madrid	Radiodifusión
FIL Radio Canarias S.L.	A. Rodríguez López,24	Santa Cruz de la Palma	Santa Cruz de Tenerife	Radiodifusión
Radio TV Digital Ibérica, S.A.	Alfonso XI, 4	Madrid	Madrid	Radiodifusión
Televisión Popular de Zaragoza, S.A.	Poligono de Argualas, nave19	Zaragoza	Zaragoza	Televisión local
Televisión Popular de Astorga, S.A.	El Carmen, 2	León	León	Televisión local
Televisión Popular de León, S.A.	Maestro Nicolás 71	León	León	Televisión local
Televisión Popular de Badajoz, S.A.	Hernán Cortés 2	Santiago de Compostela	La Coruña	Televisión local
Canal de Televisión del Arzobispado de Madrid, S.A.	Pasa, 3	Madrid	Madrid	Televisión local
13TV, S.A.	Alfonso XI, 4	Madrid	Madrid	Gestión indirecta del servicio público de televisión y gestión y explotación de derechos de radio, televisión u otro medio de comunicación

Fuente: Memoria de las cuentas anuales consolidadas.