

15.- ACTIVIDAD DE LA FUNDACIÓN.

La Fundación Luca de Tena tiene como misión velar por el presente y el futuro del periodismo, defendiendo el valor de la profesión, la pluralidad informativa y el papel esencial que desempeñan los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Desde su creación en 1930, la Fundación ha mantenido un firme compromiso con el apoyo a los periodistas y a sus familias, acompañando la evolución del sector y contribuyendo de manera constante al fortalecimiento de un periodismo libre, riguroso y de calidad.

En 2025, la Fundación ha continuado avanzando en la consolidación de las cuatro líneas estratégicas de actuación definidas en 2024, reforzando su impacto y desarrollando iniciativas alineadas con los retos actuales de la profesión y de la sociedad.

- La primera línea de actuación se centra en contribuir al fomento del periodismo de calidad, promoviendo los valores de independencia, rigor y excelencia profesional que deben guiar el ejercicio periodístico.
- La segunda línea pone el foco en la formación, tanto mediante iniciativas de capacitación técnica dirigidas a profesionales de la información, como a través de programas de alfabetización mediática orientados a la sociedad. Esta última vertiente constituye una aportación especialmente relevante en la lucha contra la desinformación y en la promoción de una ciudadanía crítica y bien informada.
- La tercera línea mantiene el compromiso histórico de la Fundación con la atención a las familias de profesionales del periodismo que han sufrido la pérdida del padre o la madre. Esta labor, desarrollada de forma ininterrumpida desde la creación de la entidad, comprende apoyo económico, personal, social y emocional, y constituye uno de los pilares esenciales de la actividad fundacional.
- Por último, la cuarta línea de actuación está orientada al desarrollo y puesta en valor de los activos de la Fundación, con el objetivo de garantizar su sostenibilidad y fortalecer su capacidad de actuación a largo plazo.

ACTIVIDAD 1.- Proyecto Laboratorio de Periodismo FLT:

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Proyecto Laboratorio de Periodismo FLT
Tipo de actividad	Propia del fin fundacional
Lugar donde se realizará la actividad	Comunidad de Madrid
El objetivo de esta línea de actividad es impulsar iniciativas orientadas al conocimiento y difusión de las nuevas tendencias en comunicación y periodismo, así como de herramientas e innovaciones que contribuyan a la actualización profesional de los periodistas, a la sostenibilidad de los medios de comunicación y la difusión del conocimiento de los centros formativos y la Academia. Para ello, la Fundación Luca de Tena desarrolla acciones de investigación, identificación y divulgación de buenas prácticas y tendencias emergentes del sector. Web del Laboratorio de Periodismo FLT Uno de los principales instrumentos de esta actividad es la web del Laboratorio de Periodismo FLT, que desde 2017 se ha consolidado como un espacio de referencia sobre innovación, tendencias y transformación digital en el ámbito de la comunicación y el periodismo. El portal se dirige a estudiantes,	

profesionales, investigadores y personas interesadas en el ecosistema mediático y actúa como un punto de encuentro y difusión de conocimiento especializado.

Durante 2025, la web registró 435.101 páginas vistas y recibió más de 186.787 usuarios únicos. A esta audiencia se suman cerca de 2.685 suscriptores de la *newsletter* semanal, que mantiene una tasa de apertura cercana al 40%, reflejo del interés y compromiso de la comunidad con los contenidos desarrollados por la Fundación. Asimismo, el elevado tiempo de permanencia y el volumen de interacción evidencian la fidelidad y participación activa de los usuarios.

Del mismo modo, la sección de empleo implementada en 2024 continuó consolidándose como una herramienta de gran utilidad para el sector, superando las 44.625 visitas durante 2025.

La interacción de los usuarios con el portal se tradujo en 1.119.147 eventos registrados —entre clics, descargas, reproducciones de vídeo o envíos de formularios—, lo que pone de manifiesto el elevado nivel de participación y el valor práctico de los contenidos publicados.

En línea con la estrategia de crecimiento editorial del Laboratorio de Periodismo FLT, se ha consolidado la producción de contenidos de actualidad e innovación periodística, alcanzando una media de 27 publicaciones semanales y superando las 1360 noticias anuales.

Nuevas secciones del Laboratorio

Cabe destacar, la creación de dos nuevas secciones especializadas, la primera en Inteligencia Artificial y Periodismo, y la segunda, sobre confianza en el periodismo, dentro de la web del Laboratorio de Periodismo FLT.

- **Sección de Inteligencia Artificial y Periodismo:** este espacio ha nacido con el objetivo de acercar a periodistas, investigadores y estudiantes las principales novedades, herramientas y tendencias vinculadas al uso de la inteligencia artificial en el ámbito de la información y la comunicación. Además de contenidos divulgativos y análisis de actualidad, la sección ha dado visibilidad a investigaciones y artículos científicos desarrollados por universidades y centros académicos españoles y latinoamericanos, fomentando así la conexión entre el mundo académico y el ecosistema profesional periodístico. Con esta iniciativa, la Fundación refuerza su compromiso con la innovación, la transferencia de conocimiento y el análisis de los desafíos éticos, tecnológicos y profesionales derivados de la incorporación de la IA en los medios de comunicación.
- **Sección la Confianza en el Periodismo:** una cuestión estratégica tanto para el futuro de los medios de comunicación como para la fortaleza de las sociedades democráticas. Según el Reuters Digital News Report 2025, ha descendido hasta el 31%, el nivel más bajo de la última década. Ante este contexto, el Laboratorio de Periodismo FLT ha iniciado una serie de contenidos especializados, orientados a analizar iniciativas y buenas prácticas que contribuyan a reforzar la credibilidad informativa.

Podcast mensual sobre la industria de medios

Asimismo, la Fundación continuó desarrollando un podcast mensual especializado en la industria de los medios de comunicación, concebido como un espacio de análisis y divulgación de tendencias, con la participación de expertos y profesionales de referencia. Estas piezas, que alcanzaron una media de 891

descargas por episodio, con picos de más de 2.000 descargas, contribuyeron además a reforzar la difusión de las iniciativas y contenidos del Laboratorio de Periodismo FLT.

En 2025, os temas abordados y entrevistados han sido:

- Enero: Julián Dueñas — Podcast 28#. Nuevos formatos para el periodismo local: el caso de YourHometown y su modelo basado en newsletters.
- Febrero: Agustín Espada — Podcast 29#. ¿Por qué Argentina se convirtió en la capital hispana del streaming?
- Marzo: Javier Díaz-Noci — Podcast 30#. Evitación de noticias e inteligencia artificial: transformaciones en el periodismo.
- Abril: Clara Soteras — Podcast 31#. El SEO en la era de la IA: la búsqueda conversacional desafía a los medios.
- Mayo: José Alberto García-Avilés — Podcast 32#. Innovación en periodismo. Ejemplos de medios europeos.
- Junio: Aldara Martitegui — Podcast 33#. Salud mental en el periodismo: desafíos, autocuidado y prevención.
- Julio: Carmela Ríos y José Suárez de Lezo — Podcast 34#. La desinformación en la era digital: análisis del informe «Los nuevos contornos de la desinformación».
- Septiembre: Miquel Pellicer — Podcast 35#. Inteligencia artificial, desinformación y comunidades: miradas periodísticas y antropológicas.
- Octubre: Juan Carlos Blanco — Podcast 36#. Plataformas, poder y periodismo.
- Noviembre: Martha Ramos — Podcast 37#. Confianza, seguridad y nuevos desafíos del periodismo.
- Diciembre: Carmela Ríos, Werner Zitzmann, Andrés D'Alessandro, Clara Soteras, Rodrigo Salazar, Ismael Nafría, Lluís Codina, Susana Pérez-Soler, Daniel Dessein, Álvaro Liuzzi, Olga Britto, Mar Manrique, Christian Espinosa y Gema Alcolea — Podcast 38# (especial). El periodismo que viene: claves para entender 2026. La visión de destacados miembros de la industria de los medios.

Culminación del proceso de rebranding

La Fundación ha trabajado en estos años en la renovación y modernización de su web del Laboratorio de Periodismo, así como la institucional, dentro del proceso de rebranding, que culminó con el lanzamiento de la nueva imagen corporativa en abril de 2025.

Esta nueva identidad visual refuerza el posicionamiento contemporáneo de la Fundación a través de un sistema gráfico que integra los colores institucionales como elemento central de conexión con el universo de la prensa, evocando su esencia y vocación periodística. Asimismo, el uso del puntillismo inspirado en las primeras fotografías del periodismo aporta una dimensión conceptual que enlaza tradición e innovación, recuperando la memoria visual de los orígenes del oficio mientras proyecta una imagen actual, dinámica y coherente con los retos del ecosistema informativo contemporáneo.



Finalmente hay que señalar que el Plan de actuación de 2025 se planificó el realizar un evento relacionado con el periodismo, que aglutine el análisis de las nuevas tendencias en el mundo de la comunicación y su incidencia sobre la industria informativa y la sociedad, pero la alta actividad de formación de la fundación concentró muchos de los recursos de la entidad, que no pudieron dedicarse a esta acción.

Comunicación

La actividad desarrollada por la Fundación durante 2025 estuvo acompañada de un importante esfuerzo de comunicación y difusión institucional, especialmente vinculado a las iniciativas formativas y de investigación.

A lo largo del ejercicio, la Fundación formó a más de 530 profesionales del sector a través de una propuesta formativa flexible y de alto valor.

En total, se impartieron 17 talleres —9 en modalidad presencial, en Madrid y Barcelona, y 8 en formato online—, logrando una cobertura de gran alcance, en el marco del convenio con Google España y un taller en colaboración con la Fundación Maldita.

Todas estas iniciativas contaron con difusión a través de las webs y redes sociales de las entidades colaboradoras que ayudó a la amplificación del alcance de las actividades y a reforzar el conocimiento de la labor de la Fundación.



En el ámbito de la investigación, la Fundación Luca de Tena desarrolló un estudio sobre desinformación y procesos electorales en el contexto de las elecciones europeas de 2024, que se tituló “Los nuevos contornos de la desinformación”. La investigación, centrada en el análisis de la desinformación en redes sociales y especialmente en la desinformación electoral, permitió identificar nuevas dinámicas y formatos de propagación de contenidos falsos tanto en España como en el entorno europeo.

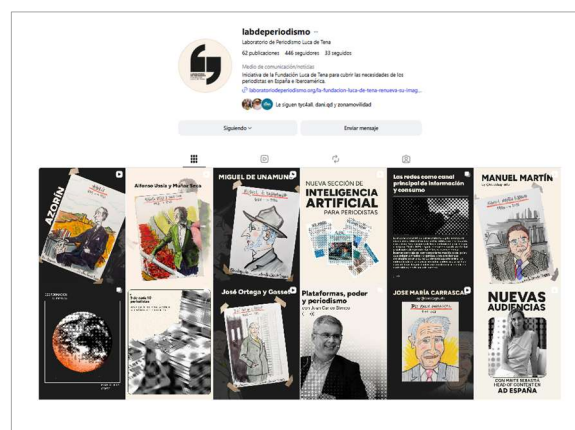
El estudio fue presentado públicamente en 2025, en un coloquio con formato de entrevista, entre los autores, la periodista Camela Ríos y José Suárez de Lezo, director del Laboratorio, que se difundió a través del canal de YouTube de la fundación, así como en redes sociales y en el Laboratorio de Periodismo; y constituyó una aportación relevante al análisis del impacto de la desinformación en los procesos democráticos.



Comunicación del relanzamiento de la marca corporativa

La Fundación Luca de Tena y su Laboratorio de Periodismo han renovado su marca, de la mano de la agencia creativa Raro y se realizó una campaña de lanzamiento, realizando varias acciones como:

- Difusión de un *white paper* que, analizaba la percepción del periodismo y era el punto de partida de la sección de confianza. Esta investigación, que se publicó el 27 de mayo, ofreció un análisis detallado sobre las causas de la pérdida de confianza en los medios y presentará estrategias verificadas y casos de éxito que han logrado revertir esta tendencia.
- Creación y difusión del corto documental “Una imagen entre comillas”, en el que explica el proceso creativo de la renovación de la marca y la relación del nuevo logo con la credibilidad y la textualidad en la información periodística, protagonizado por el diseñador Rafa Sañudo, director del estudio RARO, que acumula un extenso bagaje creativo como realizador, ilustrador, viñetista y director de arte y creador de la nueva imagen de marca.
- Lanzamiento de la cuenta de Instagram del Laboratorio de Periodismo con el objetivo de captar nuevas audiencias. En la cuenta se publican entrevistas en formatos de la red, así como una viñeta quincenal sobre personajes ilustres del periodismo realizada por Rafa Sañudo junto a su pareja de humor gráfico, Tomás Cuesta, que fue subdirector de ABC y director de Blanco y Negro. Nuestra cuenta, abierta a mediados de 2025 ha alcanzado en el último semestre del año en +40.000 views y cuenta con 419 seguidores, habiendo sacado entrevistas de medios de nicho como AD España, Foodie, Zonamovilidad o la verificadora Maldita.



Asimismo, el trabajo desarrollado por el Laboratorio de Periodismo FLT continuó consolidando su reconocimiento institucional y sectorial, gracias a la calidad y relevancia de los contenidos divulgativos publicados.

Captación de fondos

En el ámbito de la captación de fondos y alianzas estratégicas, la Fundación Luca de Tena renovó en 2025 su convenio de colaboración con Google España, consolidando una relación estratégica con esta tecnológica. Esta colaboración ha permitido impulsar distintos proyectos formativos orientados a la adaptación del sector periodístico a los nuevos desafíos tecnológicos.

La Fundación contó además con el apoyo de entidades como la Fundación March y la Fundación Antoni Serra Santamans, así como con aportaciones de 4 donantes particulares, reforzando así su sostenibilidad y capacidad de actuación.

B) Recursos humanos empleados en la actividad

TIPO	NUMERO		NUMERO HORAS/AÑO	
	Previsto	REALIZADO	Previsto	REALIZADO
Personal asalariado	3	3	500	453
Personal con contrato de servicios **	3	3	1000	912
Personal voluntario	0	0	0	0
Saldo Final	6	6	1500	1365

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad.

TIPO	Numero	
	Previsto	REALIZADO
Personas físicas	50.000	186.787
Personas jurídicas		
Personal Voluntario		
SALDO FINAL....	50.000	186.787

D) Objetivos e indicadores de realización de la actividad.

Objetivo	Indicador	Objetivos previstos	Cifras 2025
1. Consolidación de la web especializada y generación de contenidos que potencian la reacción de una audiencia alrededor del producto informativo.	Nº de piezas informativas	1.015	1.360
2. Rebranding de la webs de Fundación y Laboratorio de Periodismo.	Nuevos sites.	2	2
3. Adecuación web Lab. de periodismo a las nuevas secciones	Nuevas secciones web	2	2
4. Potenciar el audio y al mismo tiempo que el propio audio sea una herramienta	Nº de podcast	11	11

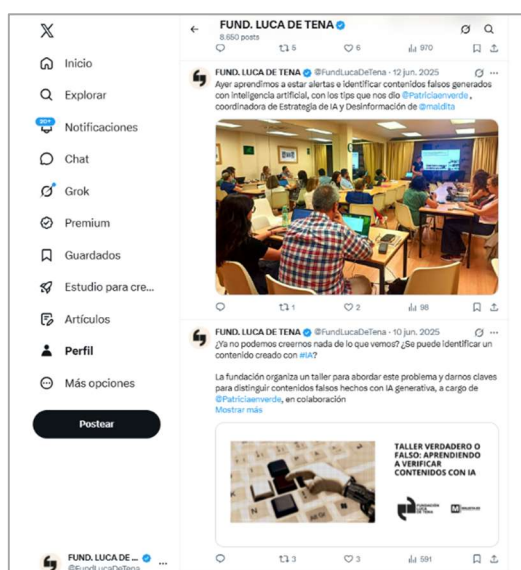
a través de la cual se hable también del audio como herramienta periodística.			
5. Creación de nueva sección sobre cómo recuperar la confianza en el periodismo	Nº de piezas informativas	8	8
6. Difusión de nuevas herramientas digitales para periodistas	Nº de piezas informativas	6	0
7. Potenciar el crecimiento de la web Laboratorio de Periodismo	Nº de visitas anuales a la web del Laboratorio de Periodismo	210.000	435.101
	Nº de suscriptores newsletter	5.000	2.685
8. Potenciar las redes sociales de la web del Laboratorio de Periodismo	Nº de seguidores en las redes sociales del Laboratorio de Periodismo	5.500	6.300
9. Buscar recursos económicos para los proyectos de la Fundación	Nº de ayudas económicas recibidas	2	4

ACTIVIDAD 2: Formación y educación democrática.

Denominación de la actividad	Formación y educación democrática
Tipo de actividad	Propia del fin fundacional
Lugar donde se realizará la actividad	Ámbito nacional
○ Realizar actuaciones para formar a periodistas y estudiantes de periodismo en herramientas que mejoren su desempeño profesional -especialmente las que ayuden a luchar contra la desinformación- así como sobre las nuevas herramientas digitales que vayan surgiendo y que requieren un conocimiento básico para su adopción. ○ Impulsar una estrategia institucional orientada a la alfabetización mediática en España y la lucha contra la desinformación, en la que promuevan alianzas con instituciones, medios y centros educativos con el objetivo de fomentar el espíritu crítico, el conocimiento de los medios y la distinción de las noticias de otro tipo de contenidos entre los más jóvenes y la población en general. Actividades de formación especializada	

La fundación diseña talleres y contenidos orientados al desarrollo de competencias digitales y formación especializada, dando respuesta directa a las demandas actuales del mercado laboral en los ámbitos del periodismo y la comunicación.

- **Taller sobre desinformación e Inteligencia Artificial:** En alianza con la Fundación Maldita, la fundación celebró el taller 'Desinformación e Inteligencia Artificial', el 11 de junio de 2025, que fue impartido por Patricia Ruiz Guevara, coordinadora de Maldita Tecnología. El programa abordó de forma práctica los desafíos que plantean los contenidos generados por IA, ofreciendo claves para detectar narrativas falsas y comprender su impacto en la sociedad digital.



- **Formación en el marco del convenio con Google España.**

Google España y la Fundación Luca de Tena firmaron, en 2025, un convenio para impartir talleres de formación dirigidos a las redacciones de los medios de comunicación, que facilitasen a los periodistas su adaptación a la nueva realidad digital en la que desempeñan su labor.

La amplia penetración de la inteligencia artificial en todos los ámbitos impone profundizar en los conocimientos necesarios para entender las implicaciones, el funcionamiento y el uso potencial de esta tecnología en el ecosistema de la información por lo que se impartieron a redacciones, másteres de periodismo, así como asociaciones de editores y periodista, los talleres:

1. *Introducción a la IA y Herramientas de IA para periodistas:* Gemini: Análisis y generación de contenidos con IA; Pinpoint y el periodismo de investigación y NotebookLM, el asistente virtual que facilita la organización y el análisis de fuentes informativas).
2. *Desarrollos de Audiencias:* Análisis de audiencias con Analytics4 y engagement, con News ConsumerInsights

Este Programa de Formación a Periodistas consolidó su impacto en 2025 al capacitar a más de 500 profesionales del sector a través de una propuesta formativa flexible y de alto valor.

En total, se impartieron 17 talleres —9 en modalidad presencial, en Madrid y Barcelona, y 8 en formato online—, logrando una cobertura de gran alcance. Este éxito fue posible gracias a la estrecha colaboración estratégica con las principales asociaciones de editores y periodistas, grupos mediáticos como PRISA y Unidad Editorial, reafirmando el compromiso de la fundación con la actualización del talento y el fortalecimiento del ecosistema informativo.

El éxito del programa en 2025 radicó en la personalización metodológica, adaptando los contenidos según el perfil de la audiencia (estudiantes de máster, periodistas en activo y editores), lo que garantizó una óptima asimilación y aprovechamiento de las materias.

Entre la oferta formativa, destacó el taller de introducción a la Inteligencia Artificial debido al gran interés estratégico de sus contenidos prácticos, especialmente en lo referente al uso corporativo de los *agentes de IA* y la aplicación sectorial de *NotebookLM*, permitiendo a los participantes una adopción tecnológica ágil e inmediata.

Por su parte, el taller de desarrollo de audiencias, aunque registró una convocatoria cuantitativamente menor, destacó por su alta calidad técnica, congregando a un perfil de asistente altamente especializado y con sólidos conocimientos previos en la materia.

Talleres en asociaciones de editores



Talleres en asociaciones de prensa



Talleres en grupos mediáticos



Talleres en másters de periodismo



- **Taller de herramientas frente a la desinformación.** Con el propósito de contribuir activamente a los grandes debates sectoriales, la Fundación Luca de Tena estuvo presente en el X Congreso Internacional de Transparencia y Gobierno Abierto (@COTransparencia), celebrado en la

Universitat Jaume I. En el marco de este encuentro de referencia, la entidad impartió el 'Taller de herramientas frente a la desinformación', una sesión especializada que estuvo a cargo de la Dra. Amaya Noain y que sirvió para transferir conocimiento práctico y soluciones metodológicas ante los retos informativos actuales.



Actividades de educación democrática

En un escenario global donde la proliferación de la desinformación plantea un desafío urgente para la convivencia social, la estabilidad democrática y la reputación corporativa, la Alfabetización Mediática y el fomento del pensamiento crítico se consolidan como las herramientas estratégicas más eficaces para proteger a la ciudadanía.

Consciente de esta realidad y firmemente comprometida con los valores de la información veraz, la independencia y la libertad de prensa, la Fundación Luca de Tena dedica sus esfuerzos a reivindicar el papel estructural que desempeñan los medios de comunicación. A través de la profesionalidad y de los rigurosos procesos de verificación periodística, los medios no solo resultan indispensables para reconstruir la confianza social, sino que actúan como un contrapeso esencial en los sistemas democráticos.

Asimismo, en sintonía con los principios de la Carta de Derechos Digitales y la vocación europea de nuestra sociedad, la fundación promueve activamente la Alfabetización Mediática como el instrumento idóneo para capacitar a los ciudadanos, garantizando así su derecho a participar de manera consciente, crítica y activa en la construcción del espacio público

- **Apoyo al proyecto Voces del Aula**

La Comunidad de Madrid creó en el curso 2023-2024 el proyecto “Voces del aula”, una iniciativa de innovación educativa pretende utilizar el poder del audio como una herramienta para mejorar la calidad de la educación y promover la alfabetización mediática.

El proyecto, que arrancó a principios de 2024, contó con 120 centros escolares adscritos con el objetivo de fomentar el conocimiento y el pensamiento crítico de los alumnos, a través del aprendizaje sobre como hacer podcast en la radio escolar.

En 2025, por segundo año consecutivo, la Fundación ha colaborado con este programa, formando a 100 profesores en temas de lucha contra la desinformación.



- **Talleres de Alfabetización Mediática en colegios**

En la Semana de la Ciencia y la Innovación 2025 organizamos un Taller de Alfabetización Mediática para 150 estudiantes de ESO, con la finalidad de desarrollar el espíritu crítico frente a la desinformación, en colaboración con la UCM a cargo de la profesora Isabel Serrano Maillo.

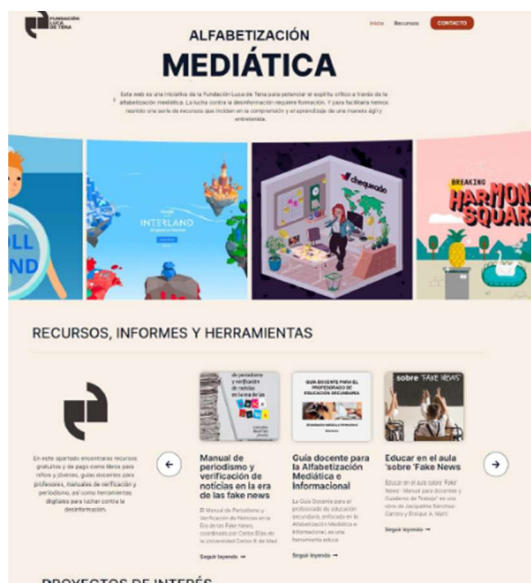
Los alumnos provenientes del Colegio Fundación San Bernardo, el IES Instituto Cervantes y el colegio Nuestra Señora de Gracia, pertenecían a la ESO y participaron activamente durante más de dos horas de esta formación

Completamos la impartición de talleres, en diciembre de 2025, con el Taller de Alfabetización Mediática en el Colegio La Inmaculada Concepción de San Lorenzo de El Escorial, que buscaba el desarrollo el espíritu crítico de los jóvenes, con la asistencia de 60 alumnos.



- **Web de alfabetización mediática:**

La Fundación Luca de Tena ha mantenido la web EducacionMediatica.org, un site que quiere servir como un agregador que va reuniendo en un solo lugar recursos, juegos, informes, etc. para profesores y niños. En la web se indican los recursos gratuitos y de pago, otras webs de apoyo, etc. De igual manera, se incluye proyectos que se están llevando a cabo en España, así como en países de nuestro entorno sobre Alfabetización Mediática y lucha contra la desinformación.



B) Recursos humanos a emplear en la actividad prevista.

TIPO	NUMERO		NUMERO HORAS/AÑO	
	Previsto	REALIZADO	Previsto	REALIZADO
Personal asalariado	3	3	1000	1204
Personal con contrato de servicios	3	3	2000	2160
Personal voluntario				
Saldo Final...	6	6	3000	3364

D) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.

TIPO	Numero	
	Previsto	REALIZADO
Personas físicas	1000	870
Personas jurídicas		
Personal Voluntario		
SALDO FINAL...		870

D) Objetivos e indicadores de realización de la actividad previstos.

Objetivo	Indicador	Cuantificación	Realizado
1. Realizar talleres para aprender habilidades en la búsqueda y mejora de empleo o realizar un emprendimiento.	Nº de cursos y talleres. Nº de alumnos inscritos.	9 60	2
2. Talleres de Alfabetización Mediática y contra la desinformación en entidades y empresas	Nº de talleres. Nº de alumnos formados. Convenio con Google España.	2 50	17 500
3. Talleres de Alfabetización Mediática y contra la desinformación en centros educativos escolares.	Nº de talleres. Nº de alumnos.	9 200	2 210 formados
4. Consolidación de la web de alfabetización mediática.	Nº de sites.	1	1
5. Realización de un evento de promoción de la alfabetización mediática con profesores.	Nº de eventos Nº de profesores inscritos.	0 100	1

6. Consolidación de un consejo rector.	Nº de reuniones.	2	0
--	------------------	---	---

ACTIVIDAD 3: Proyecto de Atención Psicosocial.

A) Identificación.

Denominación de la actividad	Proyecto Social
Tipo de actividad	Propia del fin fundacional
Lugar donde se realizará la actividad	Ámbito nacional
El Objetivo de esta Actividad es: Apoyar a la profesión periodística, en el ámbito social. En ese sentido, se han realizado acciones de apoyo a las familias de periodistas fallecidos –como la Fundación ha venido haciendo desde su creación en 1930–, con una adecuación a las demandas actuales de esas familias y a la realidad de nuestro país, que tiene un Estado de Bienestar consolidado. Descripción detallada de las actividades realizadas: ➤ Atención Social: A las familias en situación de duelo se les ha proporcionado acompañamiento en la adaptación a los cambios producidos por el fallecimiento, tanto a nivel personal y social, como económico y emocional. - Atención psicológica: En 2025 se ha apoyado a 3 usuarios que han sufrido la pérdida del padre de familia con terapia psicológica realizada de manera presencial y en función de las necesidades expresadas por los usuarios, de manera que el profesional se ha adaptado a sus necesidades. - Atención socioeducativa: En 2025 se han otorgado Becas mensuales para apoyo formativo a 9 huérfanos de periodistas en situación de vulnerabilidad. Estas becas se componen de ayudas formativas mensuales, repartidas en los meses lectivos y adaptadas al calendario escolar del alumno y ha supuesto un total de 15.052 euros. En este proyecto ha se realizado un seguimiento mensual con cada participante, con el objetivo de hacer una revisión constructiva de la evolución de la situación del alumno o alumna y de su familia de manera que se pueda intervenir con otros apoyos si fuera necesario.	

Complementariamente se ha dado apoyo a usuarios en situación de extrema vulnerabilidad, que encajan en los fines fundacionales, por una cuantía de 8.400 euros.

- Salida Cultural con madres/padres viudos:
Se realizó una excursión de una jornada a Pastrana con la asistencia de 10 usuarios. El objeto de estos encuentros se mantener el vínculo con la fundación y entre los usuarios para servir de apoyo en momentos de necesidad

- Encuentro de Familias/usuarios:

Un año más se ha realizado un encuentro de familias en fechas cercanas a la Navidad para seguir favoreciendo el mantenimiento del vínculo y apoyo a las familias de la Fundación, en el que han participado 45 personas de las cuales 28 eran viudos y viudas y 17 alumnos y alumnas.

- Atención Social:

Se ha realizado seguimiento y apoyo emocional con 8 usuarios además de los becarios, de la ayuda social y de los apoyos psicológicos

B) Recursos humanos a emplear en la actividad prevista.

TIPO	NUMERO		NUMERO HORAS/AÑO TIPO	
	Previsto	REALIZADO	Previsto	REALIZADO
Personal asalariado	3	3	912	816
Personal con contrato de servicios	3	2	165	34
Personal voluntario	0	0	0	0
Saldo Final...			1077	850

C) Beneficiarios o usuarios de la actividad previstos.

TIPO	Numero	
	Previsto	REALIZADO
Personas físicas	66	67
Personas jurídicas		
Personal Voluntario		
SALDO FINAL...	66	67

D) Objetivos e indicadores de realización de la actividad previstos.

Objetivo	Indicador	Previsto	REALIZADO
1-Atender las necesidades detectadas y/o expresadas	1.1-Nivel de satisfacción del usuario	1.1.1-El 90 % de los usuarios sienten que su	88%

		necesidad ha sido atendida	
2-Promover que el usuario sea agente activo de su proceso terapéutico	2.1 Nivel de participación en la terapia	2.1.1-Al menos el 80% de los usuarios han sido evaluados en su participación con un resultado superior de 7	100%
3.-Sentir que son agentes activos de su Proyecto Educativo	3.1-Nivel de esfuerzo	3.1.1-El 75% de los alumnos tienen 7 o más en su autoevaluación del esfuerzo.	77%

ACTIVIDAD 4: OTRAS ACTIVIDADES: ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES Y GESTION CARTERA DE VALORES

A) Identificación.

Denominación de la actividad	OTRAS ACTIVIDADES: ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES Y GESTIO CARTERA DE VALORES
Tipo de actividad	X Otras actividades (financiera o de arrendamiento)
Lugar dónde se realiza la actividad	
Descripción detallada de la actividad realizada: 1.- Los ingresos que se han obtenido por el arrendamiento de los siguientes inmuebles han sido: - C/Padilla 6, 2º Derecha: 48.000,00€ - C/Macarena 37: 204.516,27€ 2.- Gestión de la cartera de valores propiedad de la entidad. Los ingresos que se han obtenido por dividendos y otros ingresos financieros en 2025 han sido de: - dividendos 7.963,81€ - Beneficio en la valoración de instrumentos financieros: 248,28€ El importe de ambas partidas coincide con el cuadro final de ingresos distribuidos por actividad de la memoria económica, en función del plan de actuación 2025.	

ANEXO
MEMORIA ECONÓMICA EXIGIDA POR LA LEY 49/2002

1.-Enumeración de las actividades realizadas por la Fundación en el ejercicio:

Actividad Fundacional: La Fundación tiene como fin velar por el presente y el futuro del periodismo, defendiendo el valor de la propia profesión y la pluralidad informativa, y atendiendo a los profesionales que la desempeñan. En concreto, la Fundación persigue:

Fortalecer el periodismo y reivindicar la información de calidad, claves para la protección y la defensa de la democracia.

Ayudar a los profesionales del periodismo y sus familias, especialmente a aquellos que se encuentran en situación de precariedad.

Apoyar a los periodistas jóvenes y a los futuros profesionales en formación.

Estos objetivos se traducen en la adopción de 3 proyectos y la actividad de arrendamiento y financiero que colaboran en su consecución.

- Proyecto 1: Fortalecimiento periodismo
- Proyecto 2: Formación y educación democrática
- Proyecto 3: Social
- Otras actividades: Arrendamiento y financiero

-(*) Formando parte del Proyecto 2, en 2025, la Fundación Luca de Tena, ha realizado actividad económica considerada exenta por los artículos 6.4 y 7.3 de la Ley 49/2002 consistente en la gestión común de actividades de investigación periodística.

- (**) Otras actividades consisten en la explotación a través del arrendamiento, de dos inmuebles propiedad de la Fundación y la explotación de la cartera financiera. En ambos casos, todos los recursos se destinan al sostenimiento de los fines fundacionales.