

Crecimiento, rentabilidad y creación de valor

El Grupo Prisa obtuvo durante el ejercicio 2000 un beneficio neto consolidado de 15.413 millones de pesetas (93 millones de euros), frente a los 14.241 millones de pesetas (86 millones de euros) registrados en el ejercicio anterior, lo que representa un incremento del 8,2%.

En abril del año 2000 Prisa adoptó las medidas necesarias para ampliar y reforzar el perímetro de sus áreas de actividad empresarial, y procedió así a la integración del Grupo Santillana y de las empresas Mateu Cromo y Mateu Inmobiliaria. Asimismo, se procedió a la adquisición de la primera central de ventas multimedia en España, Gerencia de Medios (GDM).

Si se ajusta el resultado del año 1999 con las operaciones extraordinarias que se produjeron, el beneficio consolidado de Prisa en 2000 fue un 37,7% superior al del ejercicio anterior.

En el curso del pasado año Prisa impulsó una ambiciosa y activa política de inversiones, destinando a la misma más de 57.000 millones de pesetas (344 millones de euros), al margen de la adquisición de Santillana y Mateu Cromo, que se realizó mediante una ampliación de capital en Prisa suscrita por el Grupo Timón, propietario al 100% de las empresas citadas.

Si se ajusta el resultado del año 1999 con las operaciones extraordinarias que se produjeron (venta de la participación en la OPV de Sogecable, amortización extraordinaria de fondos de comercio y efecto neto en resultados de incorporar en 1999 a la consolidación Santillana, Mateu Cromo y GDM), el beneficio consolidado de Prisa en 2000 registra un aumento de 4.220 millones de pesetas (25 millones de euros), es decir, un 37,7% más que el ejercicio anterior.

Los ingresos de explotación han alcanzado los 184.399 millones de pesetas (1.108 millones de euros), un 94,7% más que el ejercicio precedente, debido no sólo a la incorporación de las nuevas actividades –Santillana aporta una cifra de negocio de 51.942 millones de pesetas (312 millones de euros)–, sino también como

consecuencia de la excelente evolución de la actividad en el resto de las unidades de negocio del grupo, y en especial *El País*, que reforzó su liderazgo, y la SER, que obtuvo unos resultados económicos y de audiencia récord en la historia de la radiodifusión española.

La distribución de los ingresos de Prisa en 2000 correspondieron en un 42% a publicidad, en un 28% a la venta de libros y derechos, en un 18% a la venta de periódicos y revistas, y, finalmente, en un 12% a otros ingresos. Por su origen geográfico, el 80% de los ingresos procedieron del mercado español y el 20% restante, con un significativo incremento en el último ejercicio, de otros mercados internacionales, fundamentalmente en América Latina.

Si presentamos las cifras del ejercicio 1999, incluyendo los datos correspondientes a las actividades de Santillana, Mateu Cromo y GDM, el resultado de explotación (Ebit) de Prisa muestra un incre-

La distribución de los ingresos de Prisa en 2000 correspondieron en un 42% a publicidad, en un 28% a la venta de periódicos y revistas y en un 12% a otros ingresos. El 80% de los ingresos procedieron del mercado español y el 20% restante de América Latina, fundamentalmente.

mento del 7,4%, alcanzando los 24.428 millones de pesetas (147 millones de euros), frente a los 22.741 millones de pesetas (137 millones de euros) registrados durante el ejercicio 1999, lo que supuso un margen sobre ventas del 13,2%.

La evolución de las distintas unidades de negocio del Grupo durante el ejercicio 2000 ha sido la siguiente:

El País

El País, que celebra este año el 25º aniversario desde su aparición, obtuvo unos ingresos de 53.715 millones de pesetas (323 millones de euros) y terminó el ejercicio 2000 con un beneficio neto de 8.060 millones de pesetas (48 millones de euros), un 28% más que en el ejercicio 1999. El Ebit asciende a 12.231 millones de pesetas (74 millones de euros), lo que significa un incremento del 23% respecto al año anterior. *El País* alcanzó una difusión media diaria de 436.302 ejemplares, cifra que revalida, un año más, su posición de liderazgo en el conjunto de la prensa española.

Con el fin de garantizar su independencia y preservar el respeto a los principios que inspiraron su creación, con fecha 12 de abril de 2000 Diario El País, SA, se transformó en sociedad limitada, siendo a partir de ese momento su denominación social Diario El País, SL.

El País, que cuenta en la actualidad con diez ediciones, editó en mayo de 2000 el primer número de la

revista mensual *Ciberp@ís*, sobre las tecnologías de la información y sobre sus aplicaciones y usos en la era digital. Antes de cumplir su primer año en los quioscos, *Ciberp@ís* ha alcanzado una difusión de 39.000 ejemplares.

En febrero de 2000 se lanzó un nuevo suplemento semanal, *Propiedades*, especializado en la industria inmobiliaria, que se distribuye los viernes con la edición de Madrid. La oferta de productos se completa con *El País de las Tentaciones*, una revista orientada a los jóvenes con información sobre las últimas tendencias en cine, música, televisión, teatro, viajes, vídeos y videojuegos.

El fin de semana, *El País* configura un periódico distinto, completo y de carácter familiar. Los sábados acompañan al diario *Mi País*, publicación de carácter infantil, y *Babelia*, dedicada a la literatura, el pensamiento, el arte, la arquitectura y el diseño. La edición de *El País* en Barcelona también publica semanalmente el suplemento cultural en lengua catala-



na *Quadern*. Los domingos, el periódico lleva encartados los suplementos *Domingo*, que es una revista de actualidad; *Negocios*, un periódico económico en papel salmón, con información de sectores, empresas, finanzas y ofertas de empleo; *El Espectador*, y *El Viajero*, que tratan temas relacionados con la cultura, y la oferta de espectáculos y viajes, y el mundo del motor, respectivamente. Con el periódico también se distribuye la revista *El País Semanal*.

En el último trimestre del año 2000, *El País*, en una operación conjunta con la Cadena SER, comercializó la colección *Un País de Música*, que recogía en ocho libros-discos una selección de los mejores temas musicales en español de las últimas décadas, agrupados por estilos musicales. La campaña constituyó un enorme éxito, superándose el millón y medio de unidades vendidas.

En las actividades de *El País Internacional*, el hecho más importante ha sido la rápida transformación de la Edición Internacional del periódico, que pasó

El País, que celebra este año el 25º aniversario desde su aparición, alcanzó los 436.302 ejemplares de difusión media diaria, cifra que revalida, un año más, su posición de liderazgo en el conjunto de la prensa de información general española.

de semanal a diaria en octubre de 1999. Elaborada por su redacción en Madrid, la Edición Internacional se imprime en Buenos Aires y México D.F., y se distribuye desde allí a distintos países, en los que ha encontrado una receptividad muy favorable y una elevada consideración entre los sectores más informados. En la redacción del diario *El País Internacional* se producen también diariamente los Servicios de Noticias, distribuidos por medios propios o en colaboración con Los Angeles Times Syndicate en 82 medios de comunicación de todo el mundo, y en especial de América Latina.



Prensa especializada y local

Grupo Empresarial de Medios Impresos (GMI) es la sociedad constituida por Prisa a la que se aportaron todas las participaciones en el área de prensa, a excepción del diario *El País*, incluyendo las compañías distribuidoras del Grupo.

El periódico deportivo *As*, con una difusión media diaria de 158.730 ejemplares, lo que supuso un incremento del 11% respecto al ejercicio anterior, registró el mayor aumento de circulación en 2000 entre los periódicos deportivos. La cifra neta de negocio ascendió a 7.729 millones de pesetas (46 millones de euros); es decir, un 16,28 % más que en el ejercicio precedente.

El diario económico *Cinco Días* situó su difusión en 28.286 ejemplares y consolidó una firme base desde la que acometer nuevos planes para el incremento de la venta de ejemplares y para el desarrollo de nuevas actividades y servicios. En 2000, Estructura, empresa editora de *Cinco Días*, obtuvo

unos ingresos de 3.289 millones de pesetas (20 millones de euros), un 13,76% más que en el año anterior.

Progres, editora de revistas propias y publicaciones contratadas por terceros, obtuvo un beneficio neto de 124 millones de pesetas (0,8 millones de euros). Progres edita la revista mensual *Cinemanía*, que alcanzó una difusión media de 32.610 ejemplares; la revista de pensamiento *Claves de Razón Práctica*, que ha superado los diez años de existencia, y *Rolling Stone*, que, bajo la cabecera de la histórica publicación norteamericana, reúne contenidos específicos eminentemente españoles, y que después de cumplir su primer año de existencia ha alcanzado una difusión de 36.904 ejemplares. Progres produce, asimismo, distintos *anuarios*, tanto de carácter general como especializados, junto a la realización de diversas publicaciones profesionales y corporativas para distintas empresas.



En enero de 2000 Progresha tomó una participación del 22,5% de la sociedad Box News Comunicación, SL, editora de revistas de difusión gratuita, entre las que se encuentran *40 Magazine*, revista mensual de contenido musical que cuenta con una circulación de 250.000 ejemplares. Desde enero de 2001 Progresha ha ampliado su participación hasta el 80%.

Se ha constituido también la sociedad Ediciones La Mirada, SA, cuya actividad es la elaboración y edición de información y publicaciones destinadas a la prensa local y regional. Actualmente edita la revista dominical *La Mirada*, que se distribuye con 18 periódicos españoles y tiene una tirada conjunta de 200.000 ejemplares.

En la prensa regional española, GMI participa con un 75% en el capital de Espacio Editorial Andaluza Holding, sociedad matriz de las empresas editoras de los diarios *El Correo de Andalucía*, *Odiel Información*

El diario económico *Cinco Días* situó su difusión en 28.286 ejemplares. Estructura, la empresa editora, obtuvo unos ingresos en 2000 de 3.289 millones de pesetas (20 millones de euros), un 13,76% más que en el año anterior.

y *Diario Jaén*, y cuenta con una participación del 32% en *La Voz de Almería*. Durante el año 2000 se ha acometido el rediseño de *El Correo de Andalucía*, que ha aumentado su difusión en dicho periodo en un 7,6%, y *Odiel Información*, para modernizar su oferta informativa tanto en contenidos como en formato.



Dentro del plan de desarrollo de Prisa en prensa regional, GMI creó en junio de 2000 el periódico *El Día de Valladolid*, que en apenas medio año ha logrado, con un concepto novedoso, crear su propio espacio en el competido sector de la prensa local.

Asimismo, GMI ha impulsado la sociedad Gestión de Medios de Prensa, SA (GMP), que actualmente agrupa a 14 diarios locales y regionales, en los que la aplicación de servicios conjuntos e iniciativas comerciales comunes ha supuesto im-

portantes ahorros de costes y una significativa mejora en su rentabilidad.

La adquisición de distintas participaciones en las cabeceras de Sevilla, Jaén, Huelva y Almería, y el lanzamiento del nuevo diario en Valladolid, han producido en GMI un incremento en los ingresos por publicidad del 53,8% y en las ventas de ejemplares del 12,6%.

En diciembre de 2000 GMI emprendió su expansión internacional con la compra de un 76,95% de Inversiones Grupo Multimedia de Comunicaciones, SA, de Bolivia, que edita los diarios *La Razón*, periódico líder en La Paz; *El Nuevo Día*, en la ciudad de Santa Cruz; *Vida Sana*, y *Extra*, entre otras publicaciones. Además, GMI cuenta desde el pasado mes de diciembre con una participación del 6,41% en el grupo francés Midi Libre, que edita en el sur de Francia los diarios *Le Midi Libre* y *L'Independent*.

En diciembre de 2000 GMI emprendió su expansión internacional con la compra de un 76,95% de Inversiones Grupo Multimedia de Comunicaciones, SA, de Bolivia, que edita los diarios *La Razón*, *El Nuevo Día*, *Vida Sana* y *Extra*, entre otras publicaciones.



Radio y televisiones locales y regionales

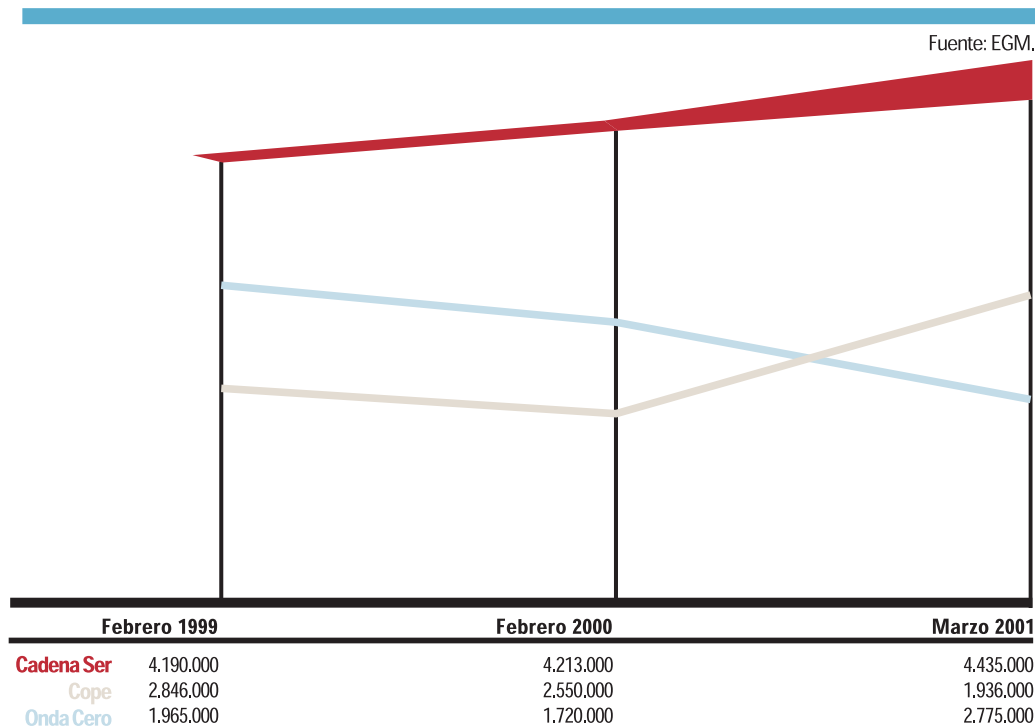
La unidad de negocio de Radio y Televisiones Locales, donde se incluye la SER, tuvo unos ingresos de explotación de 30.724 millones de pesetas (185 millones de euros), un 12,8% más que en el ejercicio anterior. Esta excelente evolución se produce tanto por el buen comportamiento de los ingresos publicitarios en el mercado español a lo largo de 2000 como por la incorporación de las actividades de Grupo Latino de Radiodifusión (GLR).

El resultado de explotación (Ebit) alcanzó los 5.704 millones de pesetas (34 millones de euros),

lo que representa un incremento del 12,2% respecto al ejercicio anterior.

El ejercicio de 2000 ha sido excepcional desde el punto de vista de la audiencia, tanto en radio convencional como en radiofórmulas. La Cadena SER no sólo es líder absoluto en todas las franjas horarias en la radiodifusión española, con 4.553.000 oyentes diarios, según los datos del Estudio General de Medios, sino que se ha situado, por merecimientos propios, entre los medios de comunicación españoles de mayor influencia social.

Audiencia Cadena Ser 1999-2001



La Cadena SER es líder absoluto en todas las franjas horarias en la radiodifusión española, con 4.553.000 oyentes diarios, según los datos del EGM, y se ha situado, por merecimientos propios, entre los medios de comunicación de mayor influencia social.

El conjunto de las empresas de radio integradas en la Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Radio cerró el año con unos beneficios conjuntos

antes de impuestos de 9.201 millones de pesetas (55 millones de euros), con un crecimiento del 9% sobre los del año 1999.

Tras la adquisición del 19% de Radio Caracol, la principal cadena de radio de Colombia, y la constitución con Caracol, en términos paritarios, de Grupo Latino de Radiodifusión (GLR), prosiguieron durante 2000 las actividades empresariales del sector de la radiodifusión en los mercados de habla hispana. GLR y el Grupo costarricense Nación firmaron el pasado ejercicio un acuerdo para la creación de Grupo Latino de Radiodifusión Costa Rica, en el que ambas compañías tienen una participación del 50%. GLR, al que Caracol y Prisa han aportado sus participaciones internacionales, cuenta ya con presencia en Chile, Panamá, Estados Unidos, Francia y Costa Rica.



En el ejercicio 2000 esta unidad de negocio incorpora en sus cifras un nuevo área de actividad, que es la de las televisiones locales, a través de la constitución de Promotora de Emisoras de Televisión, SA (Pretesa). La actividad principal de la empresa es la de producir y adquirir programas de televisión para su difusión a través de las televisiones locales participadas accionarialmente o ligadas a la compañía por convenios de programación. La marca creada para la explotación de esta nueva actividad es Localia TV, que cuenta ya

GLR y el Grupo costarricense Nación firmaron durante el pasado ejercicio un acuerdo para la creación de Grupo Latino de Radiodifusión Costa Rica.

con una cobertura importante, distribuida entre más de una veintena de ciudades y grandes áreas urbanas.



Gala de los Premios Ondas 2000.

Sogecable

El Grupo Sogecable, del que Prisa tiene un 21,27 % de participación y de cuya gestión es responsable, ha mantenido en 2000 su liderazgo en el mercado de la televisión de pago en España, en un año en que la competencia se ha incrementado con la aparición de nuevos operadores.

Con unos ingresos de 148.241 millones de pesetas (891 millones de euros) en el año 2000, el Grupo Sogecable es uno de los principales motores de la industria audiovisual en España, no sólo por su rápida implantación en el mercado de la televisión digital, con un crecimiento anual superior al 29%, sino por su actitud pionera a la hora de ofrecer servicios interactivos a sus abonados y por su decidida apuesta multimedia, reflejada en sus operaciones en Internet a través del portal Plus.es.

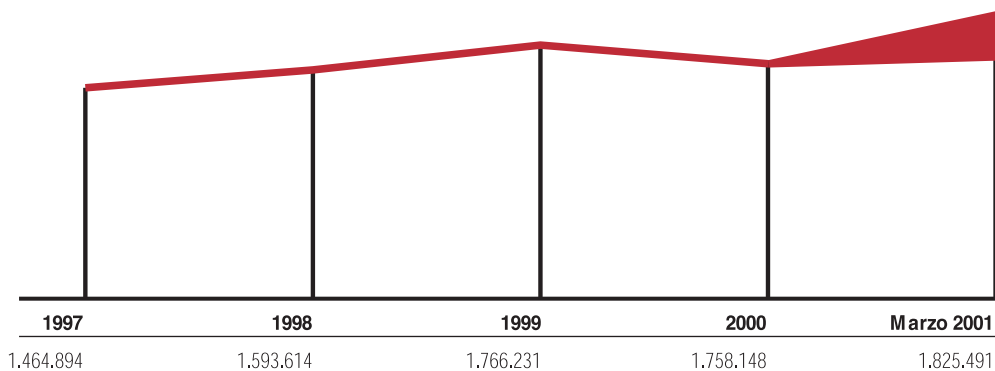
Canal+, con 1.825.491 abonados, continúa como líder indiscutible de los canales *premium* de televisión de pago en España. Canal Satélite Digital,

con 1.148.072 abonados, ha tenido en 2000 un crecimiento del 29% y sigue ampliando la distancia que le separa de sus competidores.

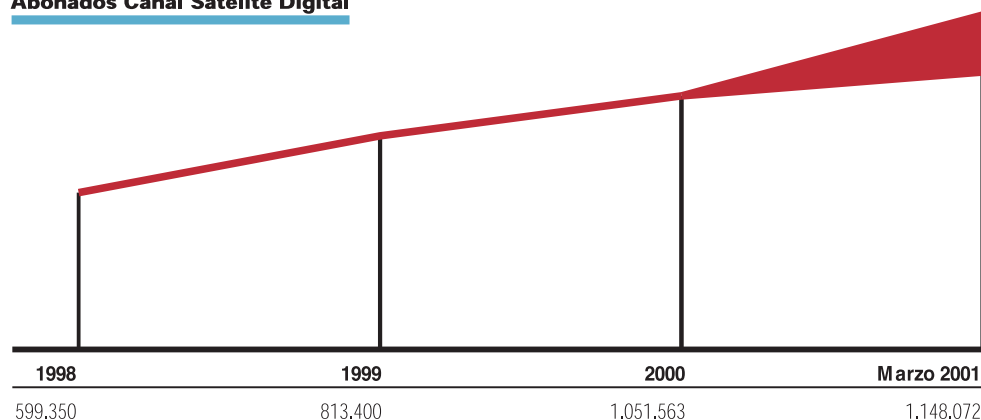
La favorable acogida en el mercado de las dos fórmulas de televisión de pago ha repercutido en la mejora del resultado neto de explotación del Grupo Sogecable, pasando en el año 2000 a tener un Ebit positivo de 548 millones de pesetas (tres millones de euros). El Ebitda fue de 19.738 millones de pesetas (119 millones de euros), lo que supuso un incremento del 33% respecto al ejercicio precedente. Finalmente, el resultado atribuido a la sociedad dominante, después del impuesto de sociedades y del resultado atribuido a socios minoritarios, asciende a 1.900 millones de pesetas de pérdidas (11 millones de euros), reduciéndose en un 18,2% las pérdidas registradas en 2000.

Sogecine, la productora cinematográfica del Grupo, próxima a cumplir su décimo ejercicio de acti-

Abonados Canal+



Abonados Canal Satélite Digital



vidad, se ha consolidado como líder de taquilla en España, gracias a su planificación y a la participación en muchos de los títulos más representativos de nuestro cine más reciente.

Con un catálogo propio que supera los 700 títulos, Sogepaq es distribuidora de más de 5.000 pe-

lículas en España y 360 en el mercado internacional. Entre ellas se cuentan todas las de Studio Canal France y Sogecable, y una importante cartera de Universal Pictures International Spain. Sus derechos de televisión incluyen más de 2.500 horas de emisión para el territorio español.

La plataforma en Internet de Sogecable, Plus.es, que se puso en marcha en septiembre de 2000, ha alcanzado una destacada posición de liderazgo en Internet entre las compañías del sector audiovisual, con 10.888.000 páginas visitadas en el mes de febrero y más de 200.000 usuarios registrados, según los últimos datos oficiales de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Plus.es incluye los contenidos de Canal+ y Canal Satélite Digital, y ofrece además un amplio abanico de productos que incluyen información de actualidad, el cine, el deporte y otras vertientes de ocio.

Canal+, con 1.825.491 abonados, continúa como líder indiscutible de los canales *premium* de televisión de pago en España. Canal Satélite Digital, con 1.148.072 abonados, ha tenido en 2000 un crecimiento del 29% y sigue ampliando la distancia que le separa de sus competidores.

Música

En su primer año de actividad, Gran Vía Musical, que integra el conjunto de empresas de Prisa dedicadas al desarrollo de actividades y servicios en todo el proceso de creación musical, ha alcanzado unos ingresos de explotación de 3.910 millones de pesetas (23 millones de euros), con una pérdida de explotación de 128 millones de pesetas (0,8 millones de euros). En febrero de 2001 Prisa adquirió el 60% del capital de la compañía

discográfica independiente Horus, así como su catálogo discográfico y el de su compañía editorial, Lyrics & Music. Esta operación supone un importante incremento de catálogo para la editora Nova, empresa que gestiona y administra los derechos de autor de Gran Vía Musical, que cuenta ya con un repertorio de, aproximadamente, 5.000 títulos de la mejor música en español de los últimos años.

Para impulsar la internacionalización de sus proyectos en el sector de la música, Prisa ha creado con Universal Music Group, compañía líder mundial, la discográfica MuXXIc Latina, participada por Prisa al 75%, para la explotación comercial de la música en español. Localizada operativamente en Miami, tiene como objetivo fundamental la contratación, licencia y difusión del trabajo de artistas latinos a nivel mundial. MuXXIc Latina empezará a operar a partir del segundo trimestre de 2001.

Para impulsar la internacionalización de sus proyectos en el sector de la música, Prisa ha creado con Universal Music Group la discográfica MuXXIc Latina.



Editorial

El Grupo Santillana es el principal grupo editorial de lengua española en todo el mundo por implantación geográfica, tanto por su presencia en veintidos países a ambos lados del Atlántico como por la diversidad y prestigio de sus líneas editoriales. Su resultado de explotación fue de 5.549 millones de pesetas (33 millones de euros), un 32,1% más que en el ejercicio anterior.

En el año 2000 Santillana vendió 38 millones de libros y publicó 2.268 novedades. Dentro de sus líneas de actividad, en el área de la educación destaca el lanzamiento del Bachillerato Interactivo, galardonado con el Premio Worlddidac 2000, como banco de prácticas para reforzar el aprendizaje de las materias fundamentales y preparar la selectividad. También se han llevado a cabo una serie de iniciativas para favorecer la reflexión sobre el mundo educativo y apoyar al profesorado, como la *web* Inexnet.

En la renovación de los ciclos iniciales sobresale, por su sentido innovador, el planteamiento para educación infantil, que incluye una fórmula audiovisual, así como los dos primeros cursos del proyecto *Entre amigos*, la nueva propuesta para educación primaria.

Respecto a la enseñanza de idiomas, en la línea de inglés, Richmond ha duplicado su cuota de mercado en el nivel de enseñanza secundaria, mientras en francés se ha consolidado su posición de liderazgo en secundaria y bachillerato. Especial importancia tiene la reciente adquisición de una participación mayoritaria en la empresa Net Languages, escuela virtual de idiomas *on line* para el aprendizaje de inglés y español.

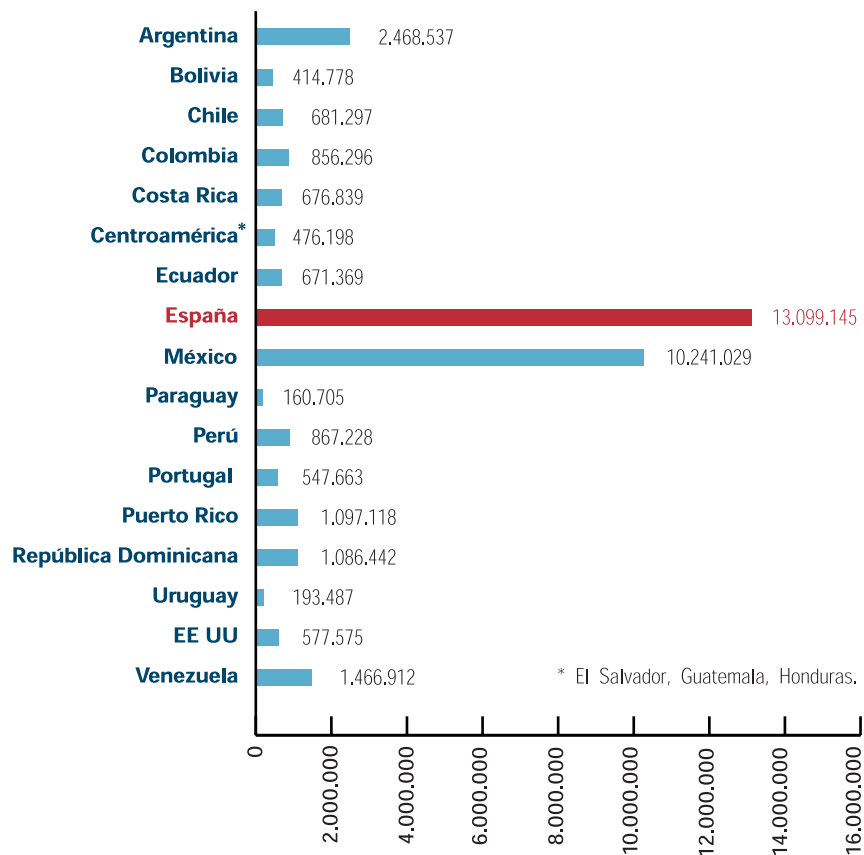
Santillana aborda de manera importante la edición de libros de interés general, a través de las editoriales Alfaguara, Aguilar y Taurus, y la edición de libros juveniles e infantiles a través

En el año 2000 Santillana vendió 38 millones de libros y 2.268 novedades. En el área de la educación destaca el lanzamiento del Bachillerato Interactivo, galardonado con el Premio Worlddidac 2000, como banco de prácticas para reforzar el aprendizaje.



Ejemplares vendidos por países en 2000

Total= 37.874.070 ejemplares



de Alfaguara Juvenil y Altea. En el año 2000 se han producido dos importantes acontecimientos literarios: el lanzamiento de *La fiesta del Chivo*, de Mario Vargas Llosa, con más de 400.000 ejemplares vendidos en Europa y América, y los dos últimos libros de Arturo Pérez-Reverte: la novela *La carta esférica* y la cuar-

ta entrega de la serie *El capitán Alatriste*, titulada *El oro del rey*. En este último caso, el lanzamiento se produjo a nivel mundial gracias a la colaboración de Prisa y del portal Inicia, que en el mes de noviembre puso en la Red la edición digital del libro de Pérez-Reverte, del que se descargaron más de 300.000 copias.

Esta iniciativa potenció el posterior lanzamiento de la edición en papel, que alcanzó las ventas más altas de todos los títulos de la serie.

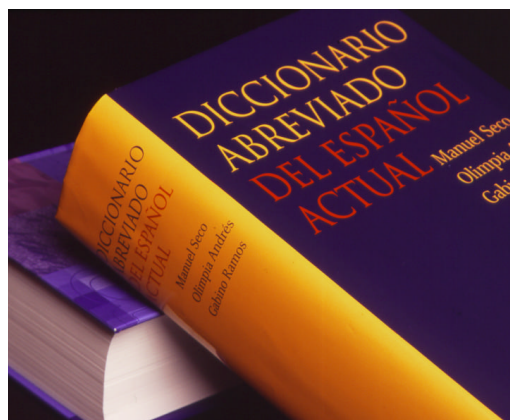
Además, 2000 ha sido también el año del lanzamiento y consolidación de Suma de Letras como una de las grandes editoriales dedicada al libro de bolsillo en España y América. Esta empresa, creada conjuntamente por Santillana y Ediciones B, ha publicado desde su lanzamiento en el mes de mayo una media de 30 libros al mes, distribuidos y puestos a la venta en todos los países de habla hispana.

En 2001 Prisa ha adquirido, a través de Santillana, el 100% de la importante editorial brasileña Moderna, especializada en la edición de libros de texto. Moderna cuenta en la actualidad con una cuota de mercado en Brasil del 10%. Prisa toma con Moderna una decisiva posición estratégica de cara al desarrollo de sus actividades en un mercado que cuenta con 50

millones de habitantes en edad escolar y que posee un extraordinario potencial de crecimiento.

En el área de distribución y venta, el Grupo Santillana adquirió la cadena de librerías Fausto, de Buenos Aires, una de las grandes cadenas argentinas que operan en el sector del libro, con una tradición de 40 años al servicio de la cultura y de los lectores. Santillana tiene su propia red de distribución y, a través de la cadena de librerías Crisol en España, está también presente en el sector del comercio de los libros y el ocio cultural. A través de la *web* Crisol.es, a la que se asociará la cadena Fausto, se dispone de una excelente plataforma para el desarrollo de las actividades de comercio electrónico y para dar respuesta a la creciente demanda internacional de compra en la Red. Durante 2000 se abrió una nueva tienda Crisol en Alicante.

En noviembre de 2000 se produjo el lanzamiento en la Red del libro de Arturo Pérez-Reverte *El oro del rey*, del que se descargaron más de 300.000 copias.



Venta de publicidad en medios

En marzo de 2000 Prisa adquirió la totalidad del capital de Gerencia de Medios (GDM), la central de ventas multimedia líder del mercado publicitario español, que incluye en su cartera 129 medios de comunicación: 6 cadenas de radio, 25 diarios, 11 revistas, 19 canales de televisión, 23 *sites* y 45 medios internacionales.

La cifra de negocio gestionada por GDM en el año 2000 ascendió a 46.224 millones de pesetas (278 millones de euros), lo que representa un incremento del 7,7% con respecto al ejercicio anterior, con un beneficio neto consolidado de 796 millones de pesetas (cinco millones de euros), cifra que refleja un aumento del 9% con relación a 1999.

GDM, que cuenta con oficinas en seis ciudades españolas y una en Portugal, ha desarrollado durante el pasado ejercicio nuevas áreas de negocio, para aportar soluciones globales a las demandas de los anunciantes y lograr nuevas

formas de comercialización distintas a las convencionales. Entre ellas cabe destacar el patrocinio, a través de su filial Ociomedia; la planificación y compra de medios internacionales; el *merchandising*; el *marketing* promocional, y la publicidad electrónica, entre otros. GDM presta, además, una especial atención a la comercialización de la publicidad en soportes emergentes como canales digitales de televisión y sitios de Internet, propiciando así el uso de posibilidades interactivas.

La central de ventas multimedia ha sido pionera en la comercialización de la publicidad interactiva. Con este sistema GDM gestionó durante el año 2000, con notable impacto, diversas campañas publicitarias para importantes anunciantes que utilizaron el soporte de la televisión digital.

La publicidad electrónica, con una creciente presencia en las retransmisiones por televisión de eventos en directo, permite la incorporación de imágenes tridimensionales y de espectaculares efectos visuales. GDM cuenta con la exclusiva en España para explotación y comercialización de este procedimiento, que se está utilizando en las retransmisiones de acontecimientos singulares de gran audiencia y de los encuentros de la Liga de fútbol y de la Asociación de Clubes de Baloncesto (ACB).

En marzo de 2000 Prisa adquirió la totalidad del capital de Gerencia de Medios (GDM), la central de ventas multimedia líder del mercado publicitario español, que incluye en su cartera 129 medios de prensa, radio, televisión e Internet, nacionales e internacionales.

Internet

En el año 2000 Prisa constituyó la sociedad Prisa-com con el objetivo de potenciar el desarrollo digital del Grupo en Internet y en todo tipo de nuevos soportes.

La actividad principal de Prisa-com se centra en la creación, distribución y gestión de contenidos, así como en la adaptación a formato digital del material que producen las diferentes cabeceras y marcas del Grupo para los soportes y productos tradicionales. Entre los objetivos más importantes de Prisa-com figura el contribuir a la internacionalización y a la diversificación geográfica de una actividad con elevados márgenes de crecimiento en la explotación de los contenidos de las empresas de Prisa.

Un año después de su fecha de presentación en sociedad, 1 de marzo de 2000, Inicia, el proveedor de

acceso, contenidos y servicios en Internet (ISP), cuenta con más de 260.000 clientes que utilizan los servicios de acceso gratuito y *premium* a la Red, y sirve mensualmente una media de 27 millones de páginas.

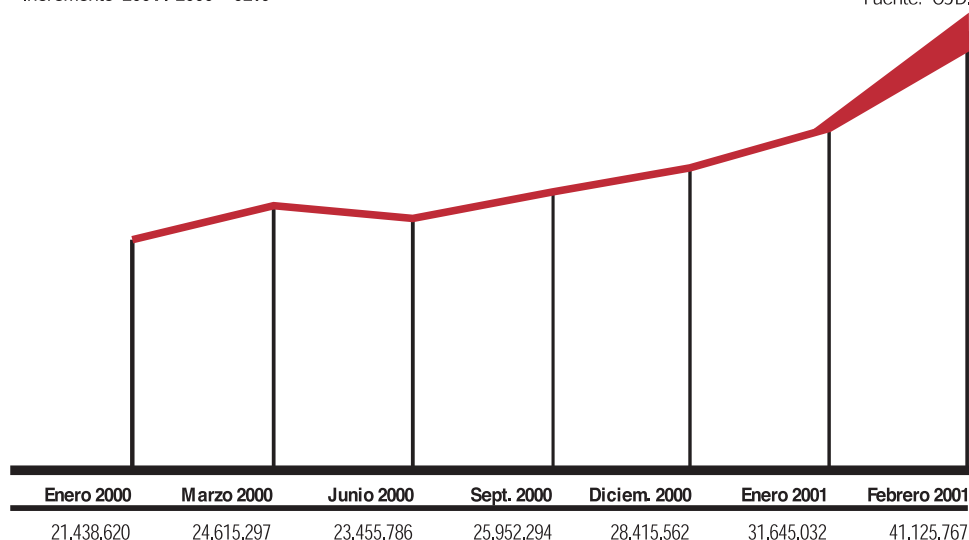
Como proveedor de acceso (ISP), Inicia, que se ha dotado de una de las más complejas y modernas plataformas tecnológicas, dispone de una red propia que le permite ofrecer una alta velocidad de conexión y garantizar la calidad de sus prestaciones. Cuenta también con un centro de proceso de datos capaz de facilitar acceso a Internet de alta calidad a un millón de clientes.

Prisa-com gestiona, desarrolla y mantiene las siguientes marcas: en el terreno de la información general, las *webs* de *El País*, Cadena SER, *Cinco Días* y

Páginas visitadas El País Digital

Incremento 2001 / 2000 = 92%

Fuente: OJD.



diario *As*; en el campo de ocio y entretenimiento, una de sus principales marcas es la de 40 Principales, que se ha convertido en un referente para las webs musicales españolas. En el área de la educación se está preparando con Santillana un conjunto de proyectos para el desarrollo del *e-learning* para empresas y universidades, y la enseñanza de idiomas a través de la Red. También hay que añadir los desarrollos que se están realizando en el área de los anuncios clasificados, el buscador Buscopio y varios nuevos proyectos locales y de servicios.

El País.es se ha consolidado en el año 2000 como el diario en español más consultado por Internet, según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), elevándose a 158.000 la media de visitas diarias. *El País.es*, primer periódico español que se puso en Internet, es uno de los principales diarios en lengua española y una referencia imprescindible para los usuarios de la Red que desean estar informados especialmente de la actualidad, tanto española como europea y latinoamericana, y recibir una oferta amplia y cualificada de servicios. Los usuarios consultan en la actualidad más de cincuenta millones de páginas mensuales



y es para los anunciantes una importante plataforma publicitaria.

A partir de febrero de 2001 se puso en marcha una nueva versión de *El País Digital*, tanto en contenidos como en sistema productivo, bajo la denominación de *El País.es*. El nuevo sitio, que renueva completamente su sistema de navegación, cuenta, entre otros, como servicios diferenciales de interés, con la actualización permanente de noticias, la incorporación de una oferta de contenidos informativos propios no procedentes de la edición impresa, servicios de interactividad tales como encuestas, chats, debates y cartas, y los suplementos temáticos y regionales, y añade, además, una atención prioritaria al desarrollo de elementos multimedia, infografías y fotografías. *El País.es*, por sus contenidos, por su autoridad y por sus características tecnológicas, es el portal informativo y de referencia en español.

FirstMark Comunicaciones España, compañía participada por Prisa en un 17,5%, obtuvo en 2000 una licencia de telecomunicaciones vía radio para operar en la frecuencia de 3.5 GHz. En menos de un año, FirstMark ha completado el despliegue en las 26 ciudades más importantes por población, y antes de que finalice 2001 habrá extendido su cobertura a 50 ciudades más. De todos los adjudicatarios de licencias en esta tecnología, FirstMark ha sido el primero en presentar y comenzar la comercialización de sus ofertas en banda ancha. Con un potente equipo de gestión y una eficaz programación, FirstMark presta ya servicios de voz, datos e Internet en precios y condiciones altamente competitivos.

Prisaprint

En junio de 2000 se creó Prisaprint, sociedad que agrupa las empresas del Grupo Prisa dedicadas a las actividades de impresión de libros, periódicos, revistas y folletos comerciales. Prisaprint cerró el pasado ejercicio con unos ingresos de 15.008 millones de pesetas (90 millones de euros) y un resultado de explotación de 2.440 millones de pesetas (14,7 millones de euros). La producción del grupo gráfico alcanzó los 28 millones de libros en rústica, 15 millones de libros en cartóné, 137 millones de libros y revistas cosidos con alambre y 557 millones de folletos impresos. En prensa facturó 2.711 millones de pesetas.

Además, se iniciaron nuevas actividades relativas a Mateu Liber, impresión de libros en monocromo; Mateu Digital, dedicada a atender la actividad de impresión de libros bajo demanda, y la transformación de las plantas de prensa e imprentas mixtas, tanto de periódicos como de productos comerciales.

Mateu Cromo, situada en Pinto, en Madrid, es uno de los principales fabricantes europeos de li-

Prisaprint cerró el pasado ejercicio con unos ingresos de 15.008 millones de pesetas (90 millones de euros) y un resultado de explotación de 2.440 millones de pesetas (14,7 millones de euros). En prensa facturó 2.711 millones de pesetas.



Maqueta de la nueva planta de impresión de Mateu Press.

bro, prensa, revistas y folletos comerciales, y el primer exportador español en el sector gráfico. Su división de libros y revistas obtuvo en 2000 unos ingresos de 12.389 millones de pesetas, con un beneficio neto de 663 millones de pesetas. En septiembre de 2000 se finalizó la construcción e instalación de la planta de Mateu Press, que inició sus actividades de impresión de periódicos, revistas y folletos comerciales, y alcanzó unos ingresos de 1.927 millones de pesetas.

Field Mateu, fruto de la joint venture con el grupo británico Field Packaging, está participada en un 49% por Mateu Cromo y se dedica a la impresión y manipulado de embalaje.

Macrolibros, localizada en Valladolid, centra su actividad en la impresión y encuadernación de libros en cartóné.

Distribuciones Aliadas, situada en Dos Hermanas, en Sevilla; Ediciones Bidasoa, en Valencia, y Norprensa, que tiene sus instalaciones en Lugo, se dedican a la impresión de prensa diaria.