

'SI' ENFADADA

Irlanda respalda el tratado de austeridad abanderado por Al... que limita al máximo el gasto público. Hollande quiere renegar...

04

Educación, información y entretenimiento en transformación

Educación, información y entretenimiento en transformación

En 2012 PRISA sigue avanzando en su proceso de transformación. El Grupo afronta desde 2010 la actualización de su modelo de negocio tradicional para ser una compañía orientada al consumidor mediante la tecnología avanzada. Este proceso se enmarca en los cambios que se están produciendo en el sector de los medios y de los contenidos, que hacen necesaria la transformación de PRISA en una nueva compañía, centrada no solo en la producción y distribución de contenidos en habla española y portuguesa, sino también en el conocimiento de cada uno de sus grupos de interés y en el uso de las nuevas tecnologías.

La transformación de PRISA

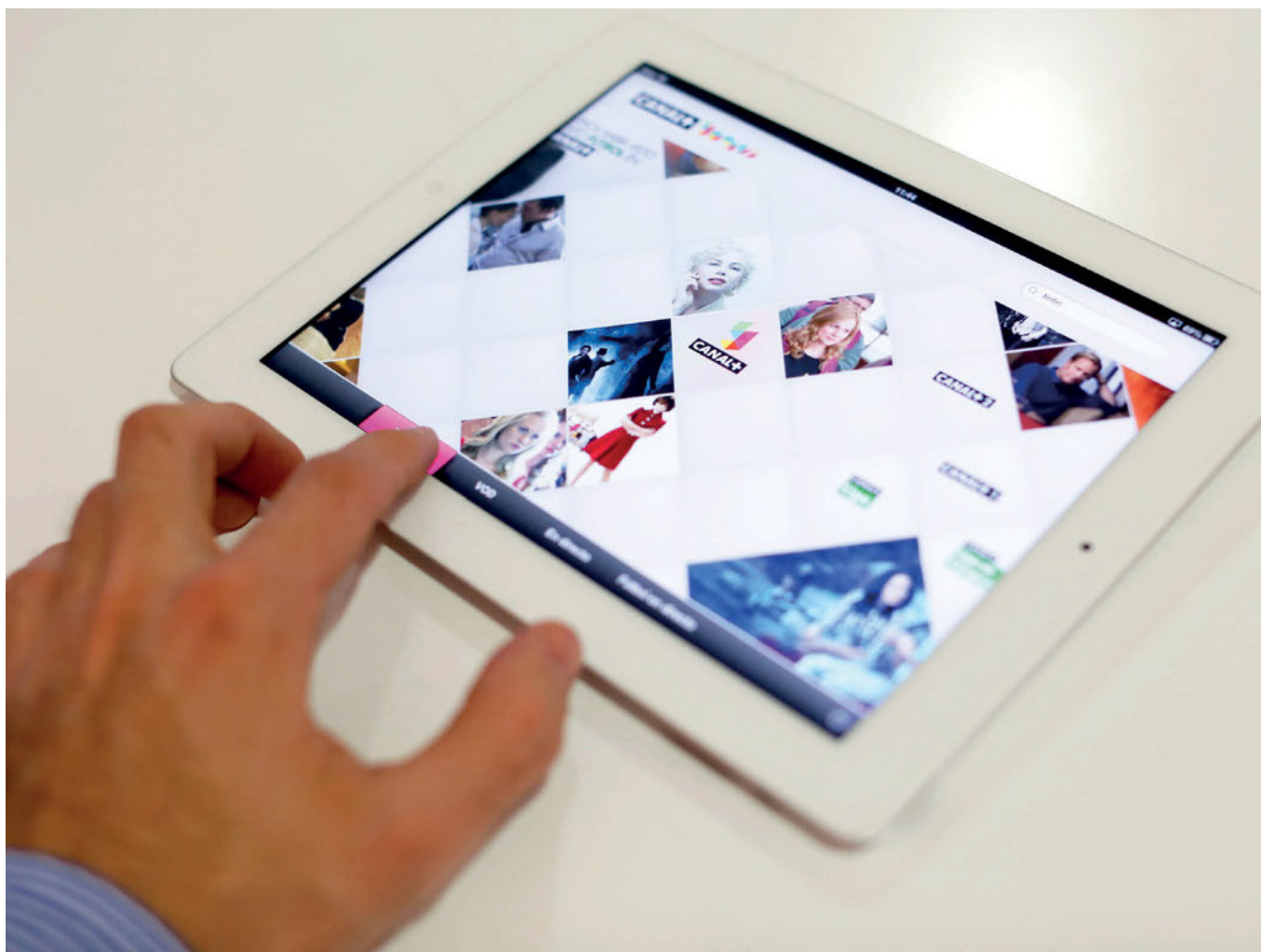
Ante la necesidad de transformación que vive nuestra industria y la exigencia que conlleva en las organizaciones, PRISA creó en 2011 la **Oficina de Transformación** para impulsar el desarrollo, la formación y la transformación cultural de las empresas que forman parte del Grupo. Después de diseñar el plan y configurar el equipo de trabajo, la Oficina de Transformación arranca en 2012 su plan, diseñado y aprobado en 2011 por todos los consejeros delegados.

Este plan persigue un reto complejo: cambiar la cultura, ayudar a PRISA a ser aún más innovadora de lo que lo fue en el entorno tradicional, más dinámica y más creativa. Y lo hace a través de cuatro grandes líneas de actuación: desarrollo profesional, liderazgo, formación y gestión del conocimiento. El plan introduce herramientas que son mucho más que eso, son el motor de esa nueva cultura: la colaboración,

el desarrollo horizontal, la renovación del estilo de liderazgo, la retención del talento, la transparencia, el dinamismo, la cultura de gestión de proyectos, el autodesarrollo, etc.

Por primera vez, todas estas nuevas herramientas se diseñan y se lanzan para el conjunto de los profesionales, independientemente del país, del área, de la responsabilidad social o la empresa a la que pertenezcan.

El primer producto lanzado fue **Mi idea!**, en enero de 2012, una plataforma de colaboración en la que los profesionales no solo pueden compartir sus ideas y buscar aliados para las mismas, sino que los responsables de las tomas de decisiones pueden plantear retos sobre los que tengan dudas para que otros profesionales, de cualquier rincón de PRISA, puedan ayudar u opinar sobre cómo resolverlo.



El marzo se lanzó **PRISA Jobs**, un producto que supone un cambio profundo en las dinámicas de incorporaciones y selección de nuevos profesionales. También supone un incentivo y colabora a fomentar la retención del talento. Pese a ser una época de ajustes, PRISA Jobs ya ha permitido cerrar varios procesos de cambio de puesto de trabajo.

También en marzo se entregaron los diplomas a los 40 profesionales de todas las unidades de negocio que recibieron un curso interno organizado, especialmente para ellos, de Formación General Digital.

En mayo empezó el proceso para seleccionar entre las capas medias de la organización a 130 profesionales que van a actuar durante los próximos tres años como **«agentes del cambio»**. La selección se hace mediante entrevistas a diferentes profesionales de los diversos niveles de la organización.

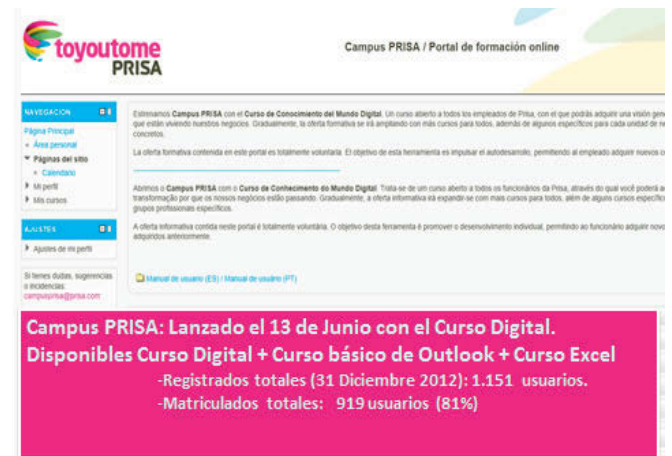
También desde la Oficina de Transformación se llevaron a cabo a lo largo de 2012 numerosas reuniones con altos cargos e intermedios, para explicarles personalmente este plan y para transmitirles la necesidad de ser parte activa en el proceso de cambio.

En junio de 2012 se lanzó **Campus PRISA**, una plataforma de formación online preparada para que todos los profesionales/alumnos puedan seguir sus cursos desde cualquier país y desde cualquier dispositivo. En enero de 2013, 919 compañeros están siguiendo alguno de los cursos que se han lanzado a lo largo de estos meses.

Todas estas herramientas, más las que se irán lanzando a lo largo de 2013, se integran en **Toyoutome**, la intranet global de PRISA. Todas ellas refuerzan la filosofía que está detrás del concepto Toyoutome y apoyan también una nueva conversación entre nosotros.

Todos los empleados de PRISA reciben además, a diario, una **píldora informativa (tuit)**, vía email, que ayuda a comunicar todos estos avances tanto de la sociedad y la economía en general, como de los productos y negocios de PRISA y también los propios avances de este Plan de Transformación de la organización. Y cada mes la **newsletter corporativa** refuerza la comunicación de todos estos contenidos y proyectos.

También dentro de este programa especial de comunicación, los profesionales de PRISA tienen un nuevo medio, el **blog** Toyoutome, para aportar su visión o su conocimiento a todo tipo de lectores.

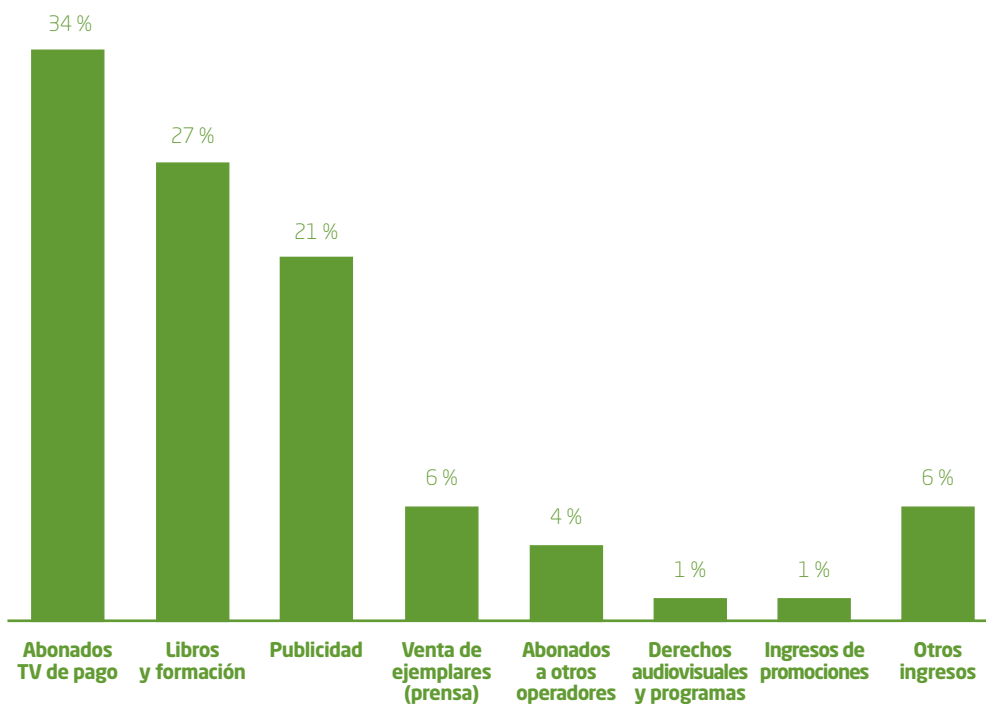


Principales magnitudes

Ingresos de explotación (millones de euros)



Ingresos por líneas de actividad



Datos proforma sin efectos extraordinarios

Ingresos por origen geográfico (millones de euros)

2012		2011		2010	
España	Internacional	España	Internacional	España	Internacional
1.740 (66 %)	912 (34 %)	1.836 (68 %)	878 (32 %)	1.959 (71 %)	792 (29 %)

EBITDA (millones de euros)



EBIT (millones de euros)



Datos proforma sin efectos extraordinarios

Audiencias digitales

El año 2012 PRISA registró unos ingresos digitales de 60.319.000 €, experimentando un crecimiento superior al 18 % frente al ejercicio anterior.

De estos, los ingresos por publicidad móvil crecieron un 170 % respecto a 2011. El total de ingresos por movilidad alcanzó los 4 millones de euros.

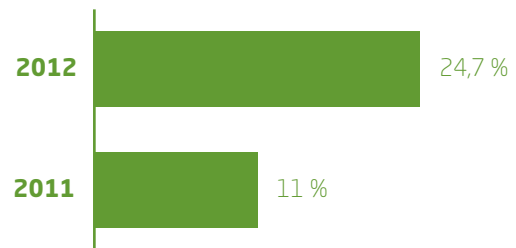
En 2012, PRISA atrajo a una audiencia media de 32,7 millones de usuarios únicos (comScore), lo que supone un crecimiento de más del 26 % frente al ejercicio 2011. Durante este año, los medios de PRISA fueron visitados por 72 millones de navegadores únicos (Omniure+Netscope), un 9,4 % más que en 2011, lo cual indica como, ante un ecosistema tan fragmentado por múltiples dispositivos y navegadores, los usuarios acceden a nuestros contenidos y servicios estén donde estén. Los principales *sites* de PRISA siguen con su tendencia creciente llegando en algunos casos a duplicar la media mensual de usuarios únicos del año anterior. Cabe destacar el crecimiento de Elpaís.com, Cincodías.com, Planeo.com y Canalplus.es. Esta tendencia creciente se ve reforzada por la relevancia de nuestras marcas. Prueba de ello es que los usuarios siguen accediendo directamente a los sitios web de PRISA y es que en el 46 % de las ocasiones los usuarios teclean en el navegador la dirección web. También se incrementan los accesos desde las redes sociales, hasta llegar así al 4 % del total. En el 41 % de las ocasiones los usuarios accedieron a los *sites* del grupo a través de buscadores.

Entre Latinoamérica y España se reparte, por igual, un 84 % del total de la audiencia. El resto se divide entre varios países, con presencia mayoritaria de Portugal. Destaca también Estados Unidos, que representa un 3 % del total.

Movilidad

El año 2012 ha presenciado un importante despegue del tráfico desde los dispositivos móviles en las propiedades de PRISA. El tráfico móvil supone, al final del ejercicio, un 24,7 % sobre el total, alcanzando máximos superiores al 25 % en algunos meses del año. Estas cifras duplican la cifra del año 2011. Entre las plataformas disponibles, Android sigue siendo la que más crece en tráfico, confirmando la tendencia del mercado.

Tráfico móvil PRISA (%)*



* Importante crecimiento en 2012 (+ 13,7 p.p. respecto a 2011)

Fuente: Adobe Omniure. Páginas vistas. Acum. dic 2011 y acum. dic 2012

PRISA cuenta con casi 400 aplicaciones disponibles en las diferentes plataformas móviles (Apple, Android, Windows, Blackberry). Gran parte de las mismas corresponden a SANTILLANA, muestra de su firme apuesta por la movilidad en el terreno educativo. El número de descargas supera los 11 millones, lo cual supone prácticamente triplicar los 4 millones de descargas de aplicaciones registradas en 2011. El lanzamiento de aplicaciones de PRISA Radio en Latinoamérica ha sido determinante en este crecimiento, representando casi 2 millones de descargas y cerca de 60 millones de horas de escucha anuales a través de nuestras aplicaciones.

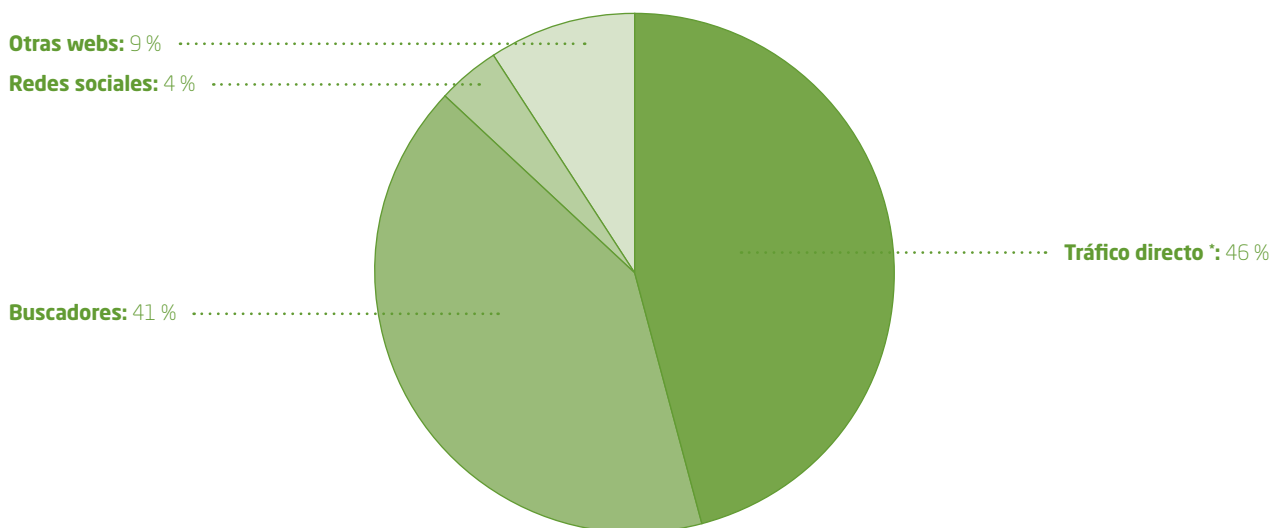
Registros

Cerramos 2012 con casi 10 millones de usuarios registrados en nuestras bases de datos. En 2012 ampliamos nuestras bases de datos en más de 3 millones de usuarios, superando los 9,8 millones al agregar usuarios de nuestras unidades de negocio y de nuestros socios comerciales. Cabe destacar que el 33 % de los nuevos usuarios registrados lo ha hecho a través de una red social, de nuevo muestra de la socialización de nuestras marcas y estrecha relación con los usuarios en estos entornos.

Fans y seguidores

En todas las unidades de negocio se ha experimentado un intenso crecimiento de seguidores, llegando a un total de 24 millones, frente a los 11 millones del ejercicio 2011.

Origen del tráfico de PRISA 2012



* Los usuarios teclean nuestras marcas directamente para acceder a los *sites* de PRISA

Fuente: Adobe Omniture. Instancias. Diciembre de 2012

Audiencia digital PRISA (usuarios únicos)

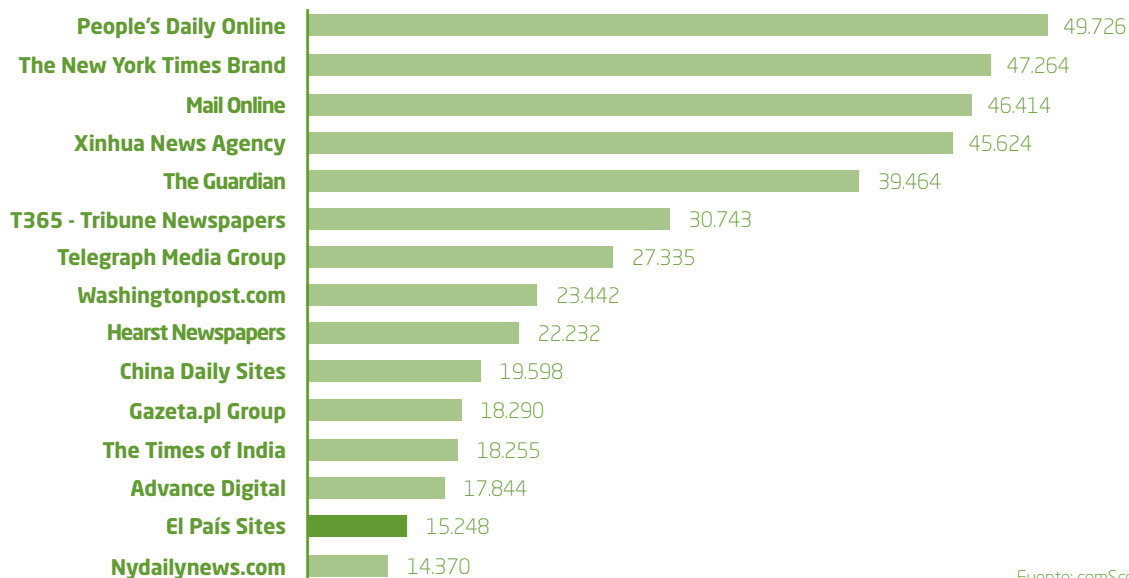
	2012	2011
España	42 %	42 %
Lat AM	42 %	45 %
EE. UU.	3 %	3 %
Otros	13 %	10 %

Fuente: comScore diciembre 2012

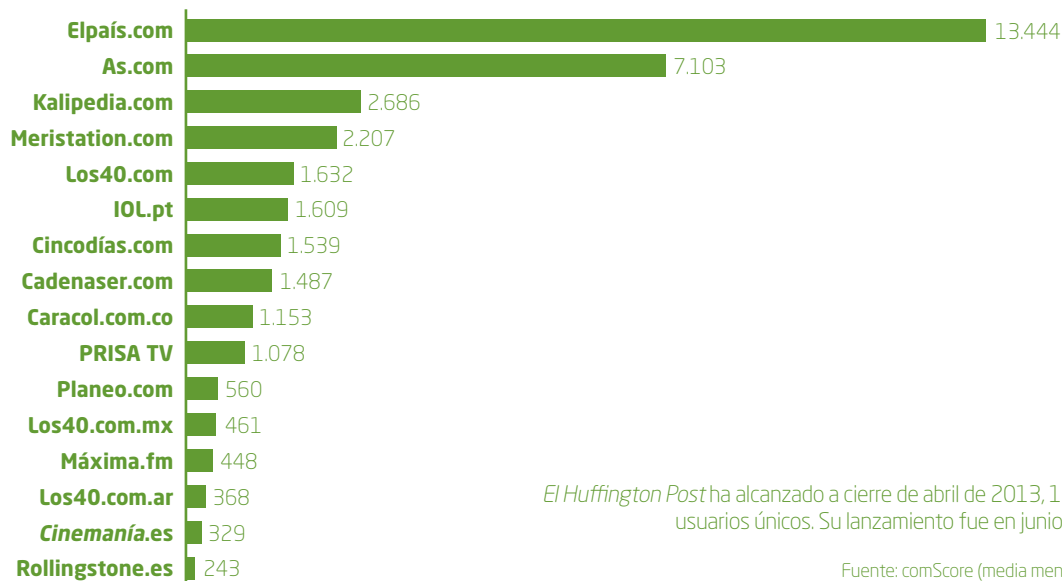
Usuarios únicos 2012: 32,7 millones (Fuente: comScore)

Navegadores únicos 2012: 72 millones (Fuente: Omniture + Netscope)

Audiencia de los principales sitios de información (millones de usuarios únicos)

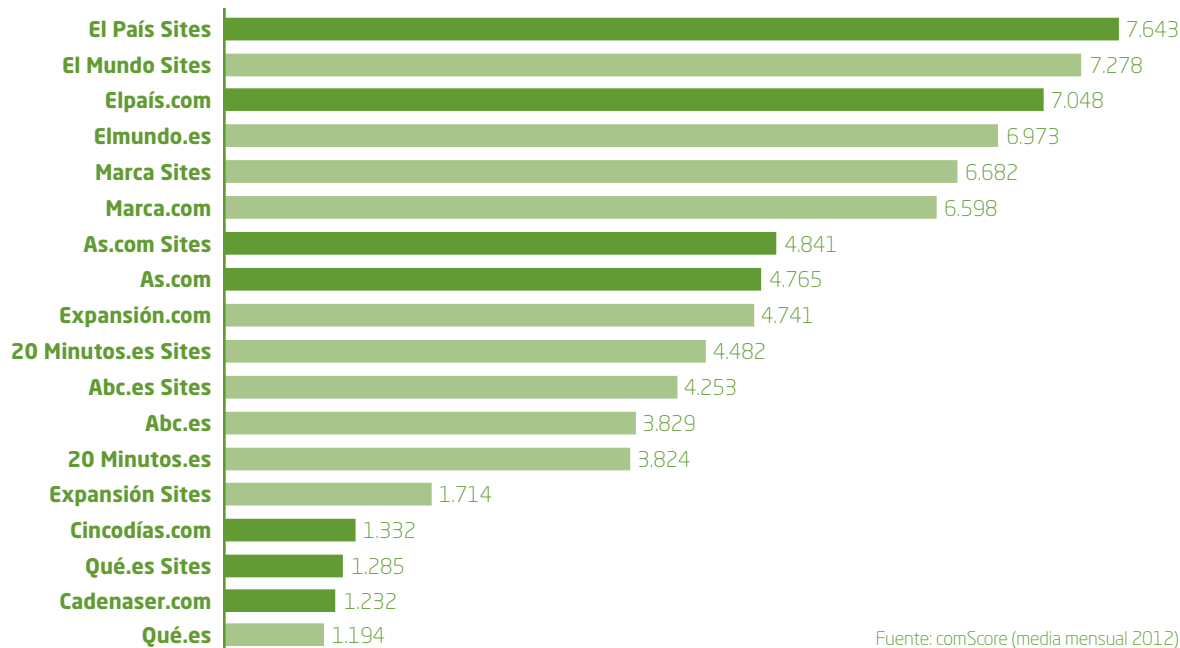


Fuente: comScore

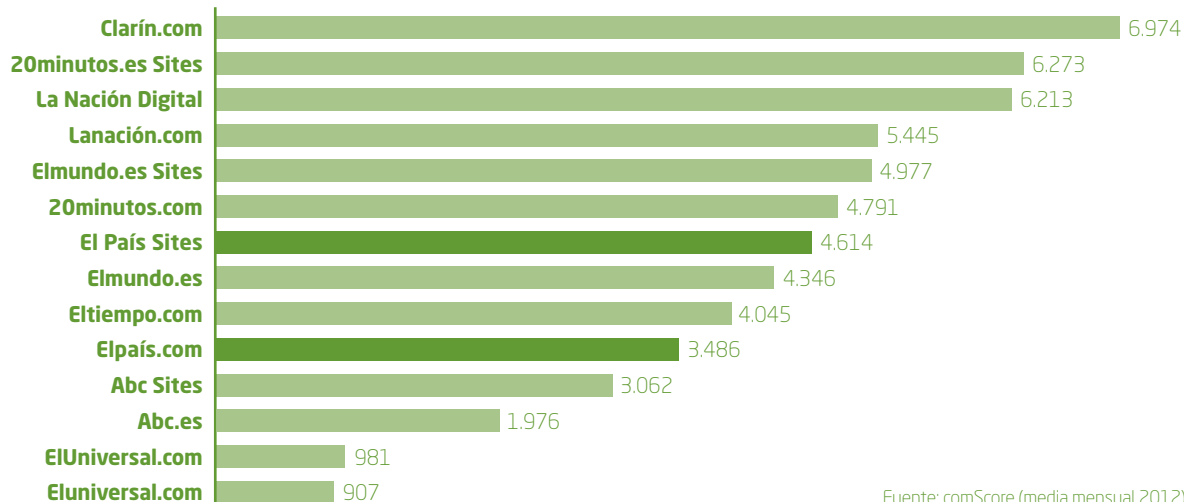
Audiencia mundial de sitios de PRISA (millones de usuarios únicos)

El Huffington Post ha alcanzado a cierre de abril de 2013, 1.654.000 usuarios únicos. Su lanzamiento fue en junio de 2012

Fuente: comScore (media mensual 2012)

Audiencia española de sitios de información (millones de usuarios únicos)

Fuente: comScore (media mensual 2012)

Audiencia LatAm de sitios de información (millones de usuarios únicos)

Fuente: comScore (media mensual 2012)

Áreas de negocio

SANTILLANA

A la vanguardia en contenidos y servicios educativos y culturales

Desde su creación hace más de cincuenta años, SANTILLANA se ha consolidado como el grupo educativo y editorial más importante en el ámbito del español y el portugués, con fuertes raíces en la práctica totalidad de los países de habla española, además de Brasil, Portugal, Estados Unidos y el Reino Unido. Su actividad a ambos lados del Atlántico ha forjado sólidos puentes de relación entre España e Iberoamérica, decisivos para el crecimiento del grupo en el ámbito internacional. Este factor ha sido fundamental para amortiguar los efectos de una crisis económica que sigue afectando con dureza a España, menguando de manera significativa su consumo interno.

A pesar de este contexto negativo, la diversificación editorial y geográfica ha permitido a la Compañía crecer y poner en marcha nuevos proyectos. Entre ellos, Santillana Compartir que, junto a Sistema UNO Internacional, configuran soluciones integradoras que ofrecen a los centros educativos una atractiva palanca de innovación y cambio pedagógico. Además, durante 2012 se han dado pasos importantes en el desarrollo de nuevos contenidos y servicios digitales orientados a un consumo multidispositivo que ayudan y facilitan el estudio extra escolar, como la web *Tareas y más* o *Pupitre*, unas de las aplicaciones educativas de mayor éxito en las pasadas navidades.

Un elemento de incertidumbre en el entorno español es el anuncio de una nueva ley de educación, la LOM-CE (Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa) cuya entrada en vigor exigirá a SANTILLANA poner en marcha un nuevo proyecto que se adapte a la nueva ley y sea atractivo y altamente competitivo.

En el ámbito de las ediciones generales, PRISA Ediciones ha aumentado significativamente su oferta digital, con cerca de 3.000 títulos procedentes de España y Latinoamérica. Además, es pionera en la edición de obras en nuevos formatos digitales avanzados, como el *iBooksAuthor* y el *Fixed Layout*, que permiten al lector una experiencia

multimedia mucho más intuitiva. La puesta en marcha del *iBookstore* en Latinoamérica ha dinamizado considerablemente las ventas digitales en toda la región.

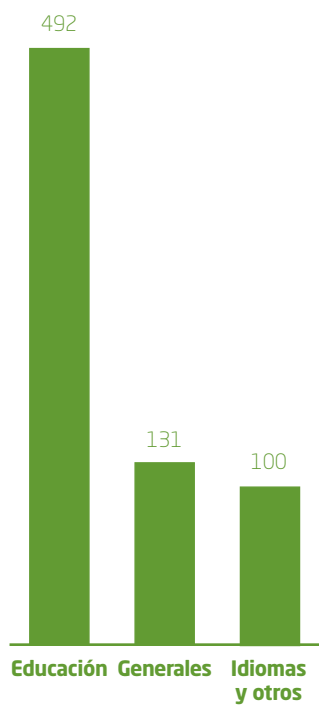
A lo largo de 2012 en SANTILLANA se editaron **8.896** novedades para un catálogo compuesto por **38.086** títulos vivos, y se vendieron 125.608.000 libros. A pesar de la difícil coyuntura económica, SANTILLANA alcanzó un récord histórico en resultados, reforzando la consolidación de la Compañía como empresa líder en contenidos y servicios para todos los niveles de la enseñanza. Con unos ingresos de explotación de 733,7 millones de euros (un 1,8 % más que en 2011), se ha alcanzado un EBITDA de 184,2 millones de euros (+8,2 %). A este excelente resultado ha contribuido el importante crecimiento experimentado en Latinoamérica, con un incremento del 5,4 % en sus ingresos y el 16,3 % en EBITDA. Por países, destaca la evolución en los ingresos de México (+17,6 %), Ecuador (+23,3 %), Puerto Rico (+35,4 %), República Dominicana (+43,3 %) y Estados Unidos (+41 %); así como Argentina (+20,6 %), Centroamérica (+27,3 %), Colombia (+3,4 %), Perú (+129,4 %), Bolivia (+16,1 %), Uruguay (+22,2 %) o Chile (+16,5 %) y con menor contribución de Brasil debido al ciclo de educación.

Educación. Soluciones integrales para toda la comunidad educativa

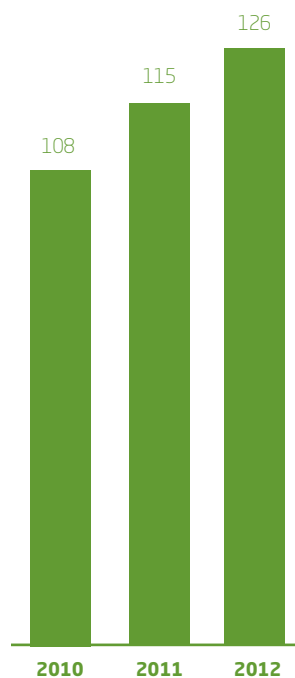
Por unidades de negocio, **Santillana Educación**, obtuvo unas ventas de 449,8 millones de euros (un 4,2 % inferior a 2011) y un EBIT de 96,4 millones de euros (+3,2 %).

SANTILLANA mantiene un profundo compromiso con la educación entendida de una forma integral e innovadora, un concepto que incluye contenidos, equipamiento y servicios educativos orientados a toda la comunidad escolar, sustentado en la innovación tecnológica y la enseñanza bilingüe. Así nació en 2011 **Sistema UNO Internacional**, uno de los proyectos que mejor expresan esta nueva manera de afrontar los retos educativos del siglo XXI. Durante el curso 2012-2013 más de 240.000 alumnos de México, Brasil y Colombia estudian con este innovador proyecto que ha obtenido unos ingresos de 42,5 millones de euros. Siguiendo esta misma línea, en 2012 se puso en marcha **Santillana Compartir**, una

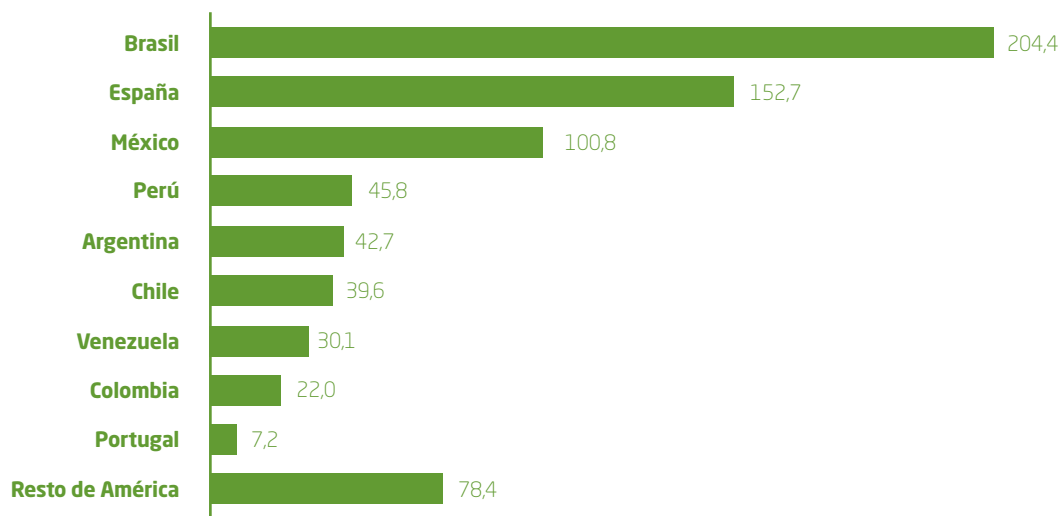
Ingresos por línea de actividad (millones de euros)



Libros vendidos al año (millones)



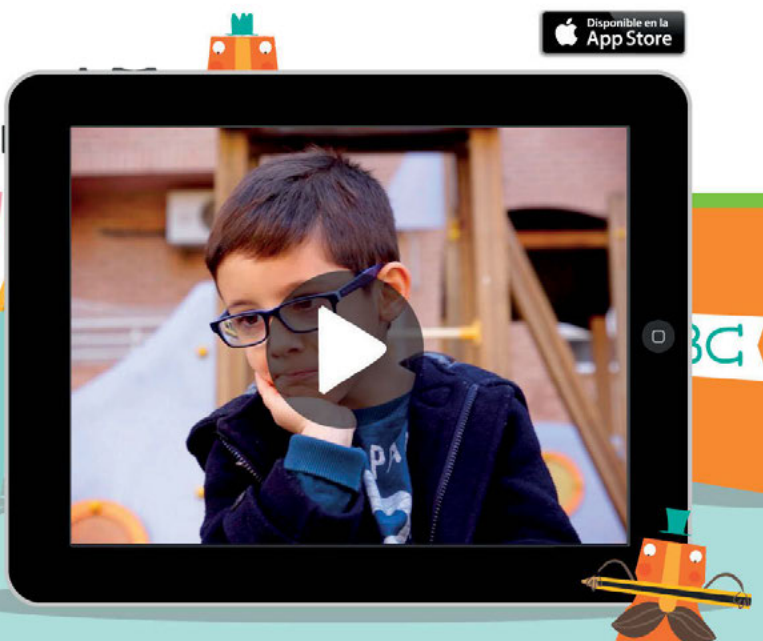
Venta de libros por origen geográfico (millones de euros)





SANTILLANA

· PUPITRE ·



solución híbrida que integra texto en papel, contenido digital y servicio de formación a docentes, y que está concebido como un modelo de acompañamiento a los centros escolares en su transición natural hacia la tecnología. Ambas propuestas están soportadas por una plataforma tecnológica que integra un *Learning Management System* y un *Student Information System*, que permiten vincular las TIC a las labores de gestión escolar y académica.

En el ámbito del consumo de contenidos y servicios educativos en formato multidispositivo y multiplataforma, SANTILLANA ha desarrollado nuevas aplicaciones como **Pupitre**, que ayuda a utilizar todo el potencial de las tabletas para motivar y enriquecer el aprendizaje de los niños de 3 a 8 años. *Pupitre* ha sido estas Navidades una de las aplicaciones educativas más descargadas y valoradas por padres y niños. Otro de los lanzamientos importantes ha sido **Tareas y más**, una web de ayuda al estudio dirigida a alumnos entre 10 y 18 años. Con más de 6.000 recursos de Lengua, Matemáticas y Física y Química, ofrece al estudiante un repositorio de videotutoriales, artículos, mapas, animaciones, etc, acordes a cada nivel educativo y un servicio de preguntas a un profesor especialista en cada materia. A finales de año, SANTILLANA también lanzó en el mercado español **Edusfera**, la nueva tienda online de recursos educativos digitales que poco a poco irá implantándose en otros países.

Moderna, nuestra editorial educativa en Brasil desde 2001, obtuvo una venta líquida de 178,2 millones de euros. Su EBITDA alcanzó los 58,0 millones de euros

y ha reforzado su liderazgo en el mercado privado, con una cuota del 13,7 %. En relación a su participación en el sector de las escuelas públicas, su cuota supone el 19,4 %, con una venta de 25,8 millones de ejemplares.

En el apartado de idiomas, que incluye los sellos **Richmond** y **Santillana Español** y **Santillana Français**, 2012 ha sido un buen año, con un incremento de ingresos del 7,9 % y del EBIT del 20,0 % respecto a 2011. Richmond puso en marcha con gran aceptación la **App Collection**, un conjunto de aplicaciones para iPad e iPhone diseñadas para mejorar el aprendizaje del inglés, clasificadas por niveles (desde 3 hasta 12 años) correspondientes a los diferentes tramos de edad.

En el ámbito de la enseñanza del francés, SANTILLANA lidera en España todos los niveles educativos, desde Primaria (con un 40,2 % del mercado), Secundaria (40,9 %), hasta Bachillerato, donde obtiene más del 45,2 % de cuota.

Además del mercado privado, la confianza en la calidad y profesionalidad de los contenidos y servicios prestados por SANTILLANA ha sido también ampliamente respaldada en el ámbito institucional, gracias a las compras públicas efectuadas en 2012 en todos los países donde opera la Compañía.

PRISA Ediciones: Crecimiento de la oferta digital y nuevos formatos multimedia

En 2012 PRISA Ediciones, que aglutina los sellos de edición general, publicó 3.554 títulos y obtuvo unos ingresos de 131,1 millones de euros, con un EBIT de 5,3 millones de euros.

El año ha estado marcado por una caída importante del consumo interior en España que ha afectado de manera significativa a la venta de libros de edición general. Según los datos oficiales, las ventas conjuntas en la Feria del Libro de Madrid disminuyeron un 19 % y en Sant Jordi un 8 % respecto a la edición anterior. Afortunadamente, los buenos resultados obtenidos en Latinoamérica han compensado este descenso, gracias a la diversificación geográfica y a un catálogo de autores globales y locales de gran prestigio.

En el área de la edición digital, el crecimiento de las ventas con respecto al año anterior ha sido exponencial, de un 950 % en el caso de PRISA Ediciones. En

2012 se ha consolidado un catálogo digital compuesto por cerca de 3.000 títulos, procedentes de España y Latinoamérica, entre los cuales se encuentran *Las horas distantes* de Kate Morton, las obras de Mario Vargas Llosa, José Saramag o Joseph Stiglitz o Arturo Pérez-Reverte, cuya novela *El tango de la guardia vieja* se encuentra entre los ebooks más vendidos. Todos ellos lanzados simultáneamente con la edición en papel. También nació un sello de nuevo cuño, **Alfaguara Digital**, que ofrece más de 100 títulos de la mejor literatura hispanoamericana.

Los dispositivos multifunción están ganando la batalla a los lectores de tinta electrónica y la demanda de contenidos enriquecidos y multimedia está creciendo. PRISA Ediciones ha lanzado varios títulos de la colección de gastronomía de El País-Aguilar, como *Objetivo: Cupcake perfecto*, desarrollados en formatos que permiten acceder a contenido interactivo, con imágenes a todo color, desplegadas, 3D, vídeos o audios.

Sin embargo, la eclosión de la edición digital está amenazada por dos factores: los altos índices de piratería y el elevado tipo impositivo (IVA del 21 % frente al 4 % en el papel). España es el país de Europa donde el ratio entre libros descargados legalmente y número de dispositivos circulantes es menor. Para intentar hacer frente a estas dificultades, PRISA Ediciones centra su esfuerzo

en disponer de una oferta amplia y competitiva a un precio atractivo que desincentive las descargas ilegales sin poner en peligro el futuro del negocio.

En cuanto a los contenidos, el año editorial estuvo marcado por el fallecimiento del escritor Carlos Fuentes. Desde que publicó *La región más transparente*, lectores y crítica coincidieron en que estaban ante una obra que dejaría una profunda impronta en la literatura mexicana y mundial. El autor de *Los años con Laura Díaz* o *La muerte de Ardenio Cruz* fue Premio Cervantes 1987 y un magnífico intelectual y analista político. Sus últimas obras fueron *Personas* y *Federico en su balcón*. También nos dejaban los escritores argentinos Alicia Steimberg y Héctor Tizón, cuya trayectoria como escritor y ciudadano comprometido se ha caracterizado por su coherencia ideológica.

En 2012 unas de las novelas más emblemáticas de Mario Vargas Llosa, *La ciudad y los perros*, celebró su cincuenta aniversario con una edición especial y definitiva a cargo de la Real Academia Española (ediciones **RAE**). Su autor se alzaba, además, con el primer Premio Internacional Carlos Fuentes a la creación literaria en español.

En ficción, **Alfaguara** ofreció una rica y variada oferta literaria, entre cuyos títulos se encuentra *Claraboya* de José Saramago, *La civilización del espectáculo* de Mario Vargas Llosa y *El tango de la Guardia Vieja* de Arturo



Arturo Pérez-Reverte y Cayetana Guillén Cuervo en la presentación de *El tango de la Guardia Vieja*

Pérez-Reverte, entre otros. Leopoldo Brizuela ganaba el Premio Alfaguara 2012 con *Una misma noche*, y Juan Gabriel Vásquez (Premio Alfaguara 2011) obtenía el premio Roger Caillois por *El ruido de las cosas al caer*. También destacaron *La edad de la punzada* de Xavier Velasco (México), *Érase una vez Colombia* de Ricardo Silva (Colombia) y *Sobrevivientes* de Fernando Monacelli (Premio Clarín, Argentina), entre otros.

En Brasil tuvieron relevancia títulos como *Diálogos Imposibles* de Luis Fernando Verissimo y las memorias de Diane Keaton, ambos en **Objetiva**. Las novelas de José Luiz Passos y Ricardo Lisias, editadas en Alfaguara, estuvieron entre los libros más destacados del año según el diario *O Globo*.

Dentro del género ensayístico, **Taurus** publicó tres de los libros más destacados del año según los lectores y el veredicto de influyentes medios de comunicación. *Pensar el siglo XX* de Tony Judt (mejor libro del año por *El País*), *El precio de la desigualdad* de Joseph Stiglitz, y *Gobernanza inteligente para el siglo XX*, de Nicolás Berggruen y Nathan Gardels (mejor libro político del año según *Financial Times*).

Además, se puso en marcha la colección *Great Ideas*, libros que a lo largo de la historia han cambiado el mundo y que han inspirado el debate, la discordia, la guerra y la revolución. Entre ellos *El contrato social*, de Jean-Jacques Rousseau, *Días de lectura* de Marcel Proust, etc.

Suma de Letras comenzó 2012 cosechando un nuevo éxito de la autora australiana Kate Morton, con *Las horas distantes*, y lo terminó lanzando en España la versión digital de la novela erótica *Desnuda* de Raine Miller, primera obra de una trilogía que es ya un bestseller en Estados Unidos. En Argentina continuó el éxito de Florencia Bonelli y *El umbral del bosque* de Patricio Sturlese, y en Estados Unidos destacó *Otra vez adiós* de Carlos Alberto Montaner.

El sello de actualidad **Aguilar** editó títulos como *Una maestra en Katmandú* de Vicki Subirana, *En resumen,,, o casi* de Stéphane Hessel y *Mapa sentimental* del psicólogo Javier Urra. En Estados Unidos destacaron *Micky. Un tributo diferente* de Martha Figueroa y *La chica de Cartagena* de Dania Londoño, y en México *Renuncio* de Jorge Cardona.

En **Alfaguara Infantil y Juvenil**, tuvieron una gran acogida los libros de actividades de *Monster High* y *Angry Birds*, así como los libros de Tonya Hurley y un imprescindible de las pasadas Navidades, *Las crónicas de Wildwood*.

Entre los libros de gastronomía, **El País-Aguilar** consiguió un sorprendente éxito con *Objetivo: Cupcake perfecto* de Alma Obregón, un libro multimedia que nació en Internet y que se ha convertido en uno de los títulos más vendidos tanto en papel como en el iBookstore de Apple.

Por último, entre las ediciones en bolsillo de **Punto de Lectura** se distinguieron *El puente de los asesinos* de Arturo Pérez-Reverte y *Mi hermana vive sobre la repisa de la chimenea* de Anabel Pitcher.

Equipo directivo

- Presidente: Ignacio Santillana del Barrio.
- Consejero delegado: Miguel Ángel Cayuela.
- Dirección general de Operaciones: Federico Blanco Giner.
- Dirección general de Negocios Digitales y Nuevos Desarrollos: Miguel Barrero Maján.
- Dirección general global de Educación: Francisco Cuadrado Pérez.
- Dirección general global de Ediciones Generales: Armando Collazos.
- Dirección general global de Idiomas: Christopher West.
- Dirección de Comunicación: Rosa Junquera Santiago.
- Dirección de Relaciones Institucionales: Mariano Jabonero Blanco.
- Dirección de Recursos Humanos: Francisco Lorente Power.

PRISA Noticias

El País: El Periódico global en español

El diario *El País* se vio obligado en 2012 a acometer una fuerte reducción de sus gastos, lo que incluyó un Expediente de Regulación de Empleo.

Estas medidas, que implicaron cambios organizativos y de producción, no han impedido que *El País*, en sus versiones impresa y digital, continúe sumando el mayor número de lectores de la prensa española.

Asimismo, en 2012 se concluyó la integración multimedia de la redacción, con el criterio de *digital first* (es decir, primero la información en el soporte de Internet). También se intensificó el foco de la sección de Internacional sobre América Latina y se estableció una redacción propia en México, que funciona de forma complementaria con la de Madrid. Otros avances editoriales fueron la nuevas secciones de Cultura y Deportes y la versión digital del suplemento *El Viajero*.

Esta integración multimedia no habría sido posible sin el vídeo, y en ese terreno se incluyeron retransmisiones en directo de distintos acontecimientos, tanto actos institucionales (por ejemplo, los debates organizados por *El País*) como manifestaciones espontáneas en las calles (entre ellas, las del 15-M).

El País se mantuvo también durante 2012 como periódico líder entre los diarios impresos de información general, con más de 320.000 ejemplares de media (OJD). Y ha sido también el periódico más internacional en lengua española, pues difunde cerca de 40.000 ejemplares en Estados Unidos, México, Argentina, Chile, República Dominicana y Perú, además de en varios países europeos. Por su parte, la audiencia de Elpaís.com procede en un 38 % de fuera de España.

La difusión de *El País* arroja una distancia de más de 100.000 ejemplares con su inmediato seguidor, *El Mundo*.

En cuanto al número de lectores, medido por el Estudio General de Medios (EGM), la tercera y última medición de 2012 le otorgó un total de 1.929.000 personas, frente a 1.219.000 de *El Mundo*.

En el ámbito digital, Elpaís.com es el líder mundial de los medios españoles, según datos de comScore relativos



a diciembre. Y también fue líder Elpaís.com en los datos circunscritos a España (7,5 millones al mes; es decir, 316.000 usuarios únicos de diferencia sobre *El Mundo*).

Una presencia que no se limita al usuario de ordenador sino que alcanza al público de todas las plataformas mediante nuevas aplicaciones, lo que ha permitido obtener una audiencia desde dispositivos móviles cercana al 30 %.

Por su parte, la plataforma Kiosko y Más, un proyecto conjunto de PRISA y Vocento que agrupa más de 300 cabeceras de los principales editores españoles, se ha convertido en líder de ingresos en la Apple Store y fue premiada como «Plataforma Editorial del Año».

La presencia de *El País* en las redes sociales ha sido también muy notoria. Su cuenta principal de Twitter tiene 2.220.000 seguidores, lo que supone el doble que el año anterior. Las cuentas del periódico suman 29. La de Deportes tiene 350.000 seguidores; y la de política, 68.000.

Entre los productos específicos en soportes digital, durante 2012 se lanzó *El País Selección*, que reúne recopilaciones de artículos, reportajes, entrevistas y obras inéditas, disponible para Kindle, el lector de libros electrónicos de Amazon.

Por otro lado, *El País* mantuvo en 2012 una intensa actividad dentro de la marca **El País Encuentros**: entre los actos celebrados, se pueden destacar el que se desarrolló el 27 de noviembre en el Teatro Real de Madrid con participación de la presidenta de Brasil, Dilma Rousseff, titulado «Brasil, en la senda del crecimiento»; el celebrado el 20 de enero sobre las oportunidades de negocio en Perú, con asistencia del presidente de ese país, Ollanta Humala, y del ministro español de Economía, Luis de Guindos; y el que se convocó en Bogotá el 18 de abril, «Invertir en



Colombia», con la participación del presidente de ese país, Juan Manuel Santos.

Además, el diario mantuvo junto a ENDESA el programa de **El País de los Estudiantes** con una participación de más de 373.000 alumnos y 58.500 profesores.

El País también salió al encuentro del público en distintos actos culturales que se celebraron en México (Feria Internacional del Libro de Guadalajara), Madrid, Barcelona y otras ciudades de España y del mundo.

El Huffington Post

PRISA Noticias lanzó el 7 de junio de 2012 el portal *El Huffington Post*, cuya sociedad editora está participada al 50 % por PRISA y AOL-*The Huffington Post*. Se trata de la versión en lengua española del popular portal estadounidense de noticias y opinión creado en 2005 por Arianna Huffington y Kenneth Lerer. Su directora es la periodista Montserrat Domínguez. En diciembre de 2012 sumaba ya 1.056.000 usuarios mensuales, según datos de comScore.

Diario As

El diario deportivo *As* cerró el año con una difusión media de 180.016 ejemplares, y su número de lectores alcanzó 1.480.000 según la tercera oleada del EGM, lo que supone un incremento de 10.000 lectores respecto al año anterior. Es líder de la prensa deportiva nacional —tanto en venta total como en quiosco—, en la Comunidad de Madrid y en Barcelona, así como en Toledo, Guadalajara, Cuenca, Ciudad Real, Segovia, Ávila, Sevilla, Málaga, Huelva, Cáceres y Badajoz.

As.com acabó el año con una audiencia promedio diaria de 1.900.000 navegadores únicos, un 15,8 % de crecimiento con respecto a 2011. En este mismo periodo el crecimiento de audiencia internacional fue del 27,6 %, todo ello apoyado por lanzamientos en contenidos como *As Televisión* (los vídeos más interesantes de la información deportiva), *As Color* (que recupera y actualiza la histórica revista de *As*), *Motormercado*, *Tikitakas* o las nuevas aplicaciones para el seguimiento de partidos en directo; así como *As Poker*, el nuevo producto que ofrece al usuario manuales, torneos y noticias.

También se puso en marcha la versión en inglés; y durante 2012 el diario *As* se convirtió en la sección de deportes del portal MSN.

Casi el 20 % de los usuarios de *As.com* procede de fuera de España, principalmente de América Latina.

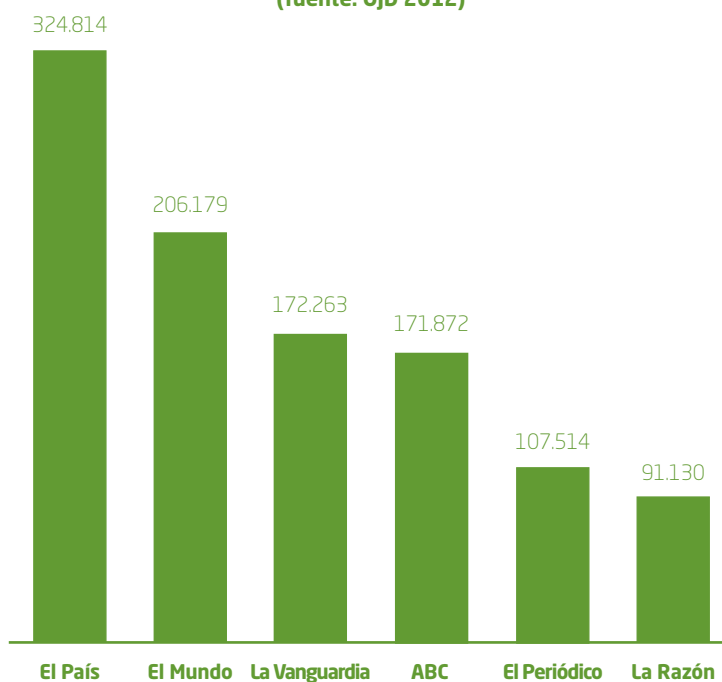
Por sexto año consecutivo, *As* celebró, el 10 de diciembre, su gala de homenaje al deporte, con la entrega de sus premios en presencia de grandes estrellas del deporte nacional. La ceremonia se celebró en el Hotel Palace de Madrid y fue retransmitida por *As Televisión*. Los premiados fueron Iker Casillas, el podio de la Vuelta a España, Mireia Belmonte, Falcao, Laura Gil, Teresa Perales, el COE y Vicente del Bosque.

Cinco Días

Cinco Días, que en 2013 cumplirá su trigésimo quinto aniversario, es el decano de la prensa económica en España. Llega a los profesionales más influyentes del mundo de la empresa y ofrece la mayor oferta de suplementos sectoriales y territoriales del mercado, con un profundo análisis desde la perspectiva de la prensa económica. Según la

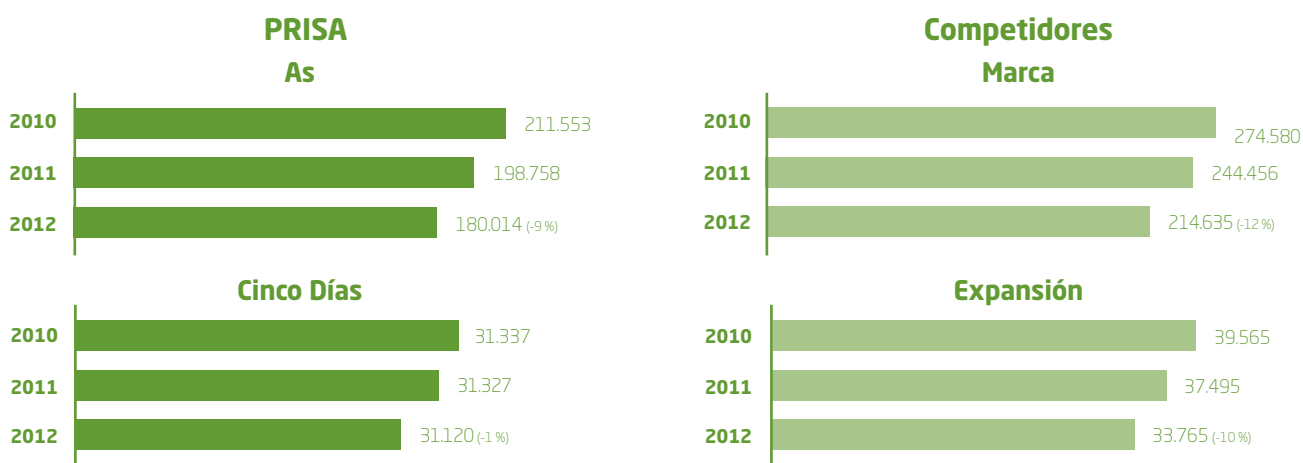
Difusión de los principales diarios españoles impresos de información general

(fuente: OJD 2012)



Difusión de los principales diarios españoles impresos de información especializada

(fuente: OJD 2012)



Descarga de aplicaciones de los diarios de PRISA (2011 - 2012)

		2012	2011	2012 vs 2011
El País	iPhone	882.400	622.108	141,84 %
	iPad	523.977	263.630	148,75 %
	Android	294.555	6.574	4.480,60 %
Diario As	iPhone	518.949	357.453	145,17 %
	iPad	138.995	77.854	178,53 %
	Android	593.651	232.280	255,57 %
Cinco Días	iPhone	105.993	90.888	116,61 %
	iPad	86.568	70.324	123,09 %
	Android	12.851	3.825	335,97 %

tercera oleada del EGM, cerró 2012 con 58.000 lectores diarios.

La edición digital del diario —Cincodías.com— crece de forma continua en usuarios únicos y páginas vistas. Según Omniture, en 2012 rebasó los 16 millones de usuarios únicos. Las nuevas secciones «Emprendedores» y «Finanzas personales» han afianzado la apuesta por ofrecer contenidos de calidad y prácticos. El 5 de julio de 2012, la web de *Cinco Días* se modernizó con un diseño más dinámico y social, y renovó su oferta de contenidos y herramientas para analizar los mercados bursátiles. Además, *Cinco Días* está disponible en otros formatos y plataformas —como Kiosko y Más—, y sus aplicaciones para móvil y tabletas electrónicas son ejemplo de innovación.

Cinco Días mantuvo en 2012 su apuesta por la organización de eventos, con una gran repercusión pública. El Foro Cinco Días, un espacio de debate de ideas de primerísimo nivel, contó con invitados como Patxi López, José Antonio Monago, Paulino Rivero, Miguel Sanz, Luis de Guindos o Ana Pastor.

El 28 de noviembre, se celebró la quinta edición de los Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial, que es ya una de las citas clave del mundo empresarial. Los premiados en esta edición fueron Santander, Mutua Madrileña y Tecnalia.

PRISA Revistas

PRISA Revistas continuó desarrollando su expansión digital en 2012 con la elaboración de productos específicos para iPad. El 1 de noviembre *Cinemanía* lanzó la revista digital para iPad *Las 200 Mejores películas de la historia*



y al mismo tiempo *Rolling Stone* publicó *Los 100 mejores artistas de todos los tiempos*. La web de *Cinemanía* se convirtió en el canal de Cine de MSN desde julio 2012, y duplicó el tráfico, según datos de Omniture comparativos entre diciembre de 2011 y diciembre de 2012.

El pasado noviembre se celebró la IV Edición de los Premios *Rolling Stone*, donde fueron galardonados músicos como Manolo García, Kiko Veneno o Vetusta Morla y personajes del mundo del cine como Paco León o Juan Antonio Bayona.

Gentleman celebró el pasado octubre su número 100 con una edición especial de la revista que se publicó junto con una guía de estilo titulada *Los secretos del estilo del perfecto caballero del siglo XXI* y que fue patrocinada por El Corte Inglés. Entre los nuevos proyectos del Área de Factoría figuran el *Canal Tendencias* (web de contenidos de estilo de vida alojada en diferentes webs del grupo: *Diario As*, *Cinco Días* y Cadena SER) y la aplicación móvil para la Cadena SER de la Liga de fútbol que llevó el nombre de *Guía Carrusel*. Por último, en mayo se rediseñó la revista *Claves*, que pasó a ser bimestral, con mayor número de páginas y un nuevo formato libro.

Equipo directivo

- Presidente ejecutivo de PRISA Noticias y Consejero delegado de *El País*: José Luis Sainz.
- Director general de Prensa y Consejero delegado de PRISA Revistas: Julio Alonso Peña.
- Directora general financiera y de Recursos: Matilde Casado.
- Director general de Desarrollo Digital: Carlos Relloso.
- Director de *El País*: Javier Moreno.
- Director de *Cinco Días*: Jorge Rivera.
- Director de *As*: Alfredo Relaño.
- Director de Comunicación: Pedro Zuazua.

PRISA Radio

La comunicación global en español

PRISA Radio es el mayor grupo radiofónico en español con 27.840.000 oyentes y más de 1.250 emisoras entre propias, participadas y asociadas en España, Estados Unidos, México, Colombia, Costa Rica, Panamá, Argentina y Chile, y a través de franquicias en Guatemala, Ecuador y República Dominicana.

2012 ha destacado por ser un año que ha puesto de manifiesto la excelente salud económica de los países latinoamericanos y de las compañías de PRISA Radio que operan en este continente. La crisis económica que durante 2012 ha afectado a España y al mercado de la publicidad, no ha sido un freno para que PRISA Radio consolide su modelo de gestión encaminado a revitalizar los formatos radiofónicos, la innovación tecnológica y la producción y presencia de sus contenidos en el conjunto de las plataformas digitales.

Durante este año PRISA Radio se ha mantenido como el referente radiofónico de carácter global en el mundo de habla hispana. Su presencia internacional, y la especial atención a las particularidades locales, han permitido a PRISA Radio mantener su posición de liderazgo en la mayoría de países donde opera, optimizar los intercambios y multiplicar la generación de valor.

PRISA Radio ha seguido trabajando en 2012 en la homogeneización de un discurso informativo global partiendo de las distintas realidades que configuran los centros de producción que la Compañía tiene en España y América. La cobertura conjunta de PRISA Radio para acontecimientos como las elecciones de EE.UU., la crisis política de Venezuela, la crisis de Repsol o las elecciones presidenciales de México son algunos ejemplos. También se utilizó este sistema de cobertura global con un solo equipo para cubrir la principal cita deportiva del año: los JJ.OO. de Londres, que se emitió en 8 países. En música, los *Premios Principales* dieron el salto a Latinoamérica, y en diciembre se celebró la I edición en Veracruz (México). Las entrevistas a Barack Obama y a Bill Gates evidenciaron esta capilaridad entre las emisoras que PRISA Radio tiene en España y América.

2012 ha sido también el año de la explosión del proceso de transformación digital iniciado en 2010, con

indicadores que sitúan a PRISA Radio como el referente de los grupos de radio digital tanto en España como en Latinoamérica: más de 8 millones de oyentes digitales únicos y un aumento de los fans y *followers* en redes sociales del 84 %, alcanzando un total de 4,8 millones. Todo ello se ha visto reflejado en el aumento de los ingresos publicitarios por encima de las expectativas, incrementándose respecto al año anterior en un 37 %.

A nivel de producto, uno de los focos fundamentales ha sido el desarrollo de las aplicaciones móviles de radio, desarrollando nuestras marcas en España y América en las cuatro principales tecnologías (Apple, Microsoft, Google, Blackberry). Finalizó el año con más de 40, y el proceso se completará en el primer tercio de 2013. Se han superado los 125 millones de horas de escucha online consumidas, con un crecimiento exponencial en móvil respecto a las webs que lo han situado en el 50 % de las mismas. También ha sido muy importante el foco en el desarrollo de productos transversales de música, cuya primera expresión fue el lanzamiento del primer *site* legal de letras de canciones, **Buluba.com**. Además, se han dado los primeros pasos estratégicos para poder lanzar al mercado en el año entrante un producto transversal de *streaming* de música 360° (incluye radio, canales de interactividad limitada e interactividad plena) que utilice las ventajas competitivas de prescripción por parte de los conductores de programas.

Todo ello, unido a la continuación de los trabajos de renovación de las webs habladas y musicales durante el próximo año, permitirán a PRISA Radio seguir en la vanguardia del desarrollo digital en el entorno de los medios de comunicación.



PRISA Radio cierra 2012 con 27.840.000 oyentes, un 5,2 % más que el año anterior

En España, PRISA Radio acaba el 2012 con 13.122.000 oyentes. La **Cadena SER** cerró el decimoctavo año consecutivo como líder absoluto del mercado, con 4.914.000 de oyentes diarios de lunes a viernes, según los datos del Estudio General de medios (EGM). Además, sus programas son líderes en todas las franjas horarias, y las 24 horas del día, marcando claras diferencias con sus competidores. **40 Principales**, con 3.844.000 oyentes, es desde hace más de cuatro décadas la marca de entretenimiento número 1 en España y, gracias a su proceso de expansión, también lo es entre los jóvenes de los países de Latinoamérica donde está presente.

Radio Caracol, con 2.049.000 oyentes, sigue siendo la cadena líder en Colombia y una de las más prestigiosas de América Latina, constituyendo uno de los pilares de PRISA Radio, tanto por su brillante trayectoria como por su solvencia económica. Caracol produce y distribuye hasta nueve líneas de programación en diferentes formatos de música y radio hablada, con 9.712.000 seguidores, además de dos formatos de radio distribuidas exclusivamente por Internet.

En Chile, PRISA Radio es líder indiscutible del mercado radiofónico con 2.094.000 oyentes. De los once formatos distribuidos, siete se encuentran entre los diez primeros del ranking de audiencia, destacando **Radio Corazón** que, un año más, sigue siendo la radio más escuchada del país.



En el mercado de México, PRISA Radio opera a través de **Radiópolis**, participada al 50 % por Televisa, y en la que PRISA Radio aporta su amplia experiencia en el negocio radiofónico. Radiópolis, a través de sus 117 emisoras, propias y afiliadas, distribuye cinco líneas de programación hablada y musical. Alcanza una audiencia de 1.272.288 seguidores diarios.

En Argentina, PRISA Radio obtiene 1.155.600 oyentes en la ola de octubre-diciembre de 2012. **Radio Continental** sigue reforzando su reconocimiento en el panorama radiofónico argentino.

En Estados Unidos, PRISA Radio opera dos emisoras de radio que emiten en español, una para la zona de Los Ángeles y sur de California, zona que concentra a más del 30 % de la población hispana de Estados Unidos, y otra que emite en Miami, ciudad en la que es líder en radio hablada para el mundo hispano. Alcanza una audiencia de 282.300 oyentes. Además, PRISA Radio posee **GLR Networks**, empresa productora y distribuidora de programas y espacios comerciales con más de 100 emisoras afiliadas.

En Costa Rica, donde PRISA Radio opera tres formatos de radio a través de una sociedad participada al 50 % con el grupo La Nación, se lanzó **ADN** en octubre de 2011, un formato de radio hablada que incluye noticias, deportes, música y programas de variedad. Es seguida a diario por 198.510 oyentes.

Música

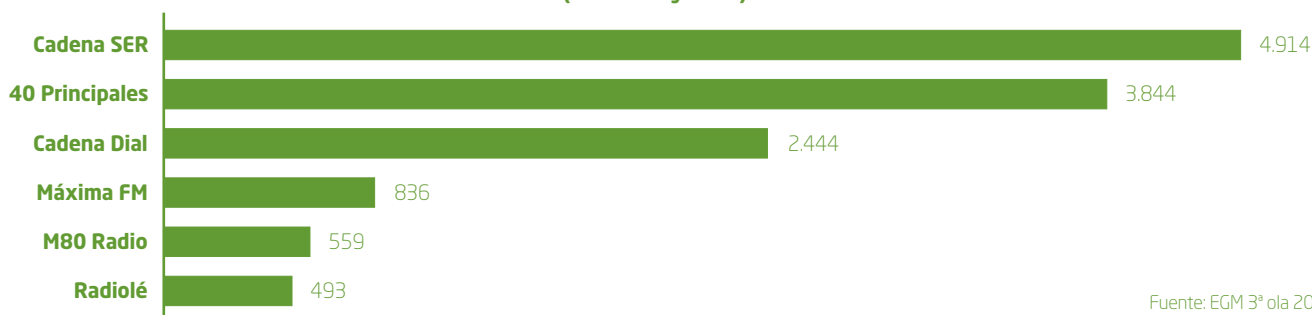
El año 2012 ha significado la puesta en marcha de algunos proyectos impulsados desde hacía tiempo y que se han traducido en nuevos programas, nuevos eventos y nuevos productos.

En el terreno de la radio, la música ha mantenido su liderazgo en España y Latinoamérica, tanto con la marca global **40 Principales**, como con las marcas locales de cada país. En ese terreno, queremos destacar, entre otros, los importantes cambios programáticos en España, con la renovación de los *show morning* de 40 Principales y de Cadena Dial. Adicionalmente, arrancó la experiencia *YU: No te pierdas nada*, un nuevo concepto de programa multiplataforma presentado por Dani Mateo, que se emite online en los 40.com, con una redifusión en 40 Principales por la noche.

Audiencia PRISA Radio por países (miles de oyentes)

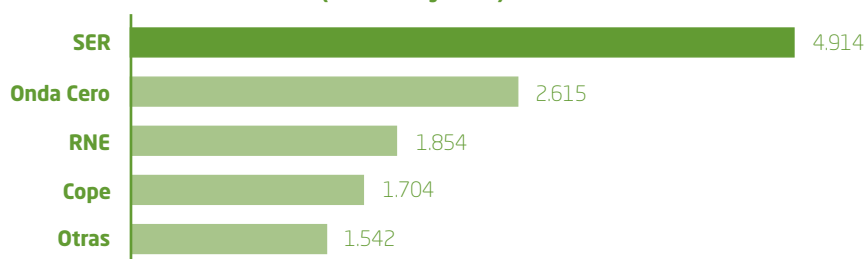
	Audiencia acumulada	Posición mercado	Fuente
España	13.090	1	EGM 3ª ola 2012
LatAm	14.655		
Colombia	9.712	1	ECAR 2012
Chile	2.094	1	IPSOS 2012 Chile
México	1.236	3	INRA Nov 2012 México DF
Argentina	1.164	4	IBOPE 2012
EE.UU.	250	5	Arbitron, 2012
Costa Rica	199	5	EGM 2012
Portugal	1.793	1	Marktest 2012
TOTAL PRISA Radio	29.538		

Audiencia PRISA Radio en España (miles de oyentes)



Radio generalista en España

Audiencia de radio generalista en España (miles de oyentes)



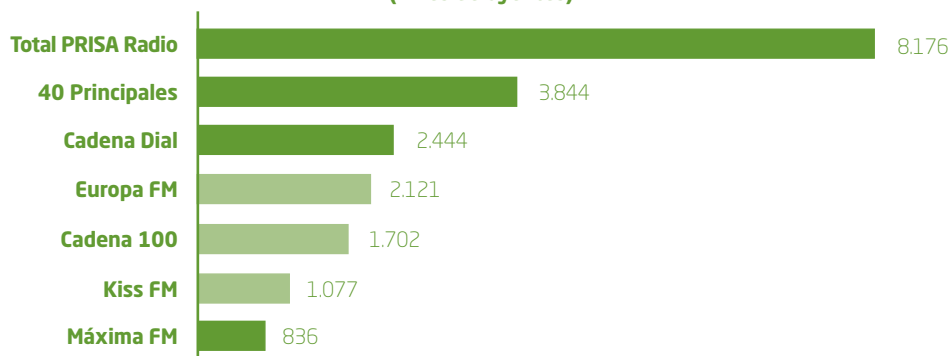
Ranking de audiencia de radio generalista en España

SER	38,9 %
Onda Cero	20,7 %
RNE	14,7 %
Cope	13,5 %
Otras	12,2 %

Fuente: EGM 3ª ola 2012

Radio musical en España

Audiencia de radio musical en España (miles de oyentes)



Ranking de audiencia de radio musical en España

40 Principales	1
Cadena Dial	2
Europa FM	3
Cadena 100	4
Kiss FM	5

Fuente: EGM 3ª ola 2012

Dentro del proyecto de expansión de franquicias en América Latina, PRISA Radio llegó en diciembre a República Dominicana con la incorporación de la emisora 40 Principales en Santo Domingo. *World Dance Music* cumple su 4º aniversario en todas las emisoras de 40 Principales de Latinoamérica y entra a formar parte del portfolio de productos de GLR Networks en EE.UU., además de arrancar con un programa semanal en 40 TV en España. 2012 fue también un año de innumerables eventos para nuestras marcas de radio, destacando los Premios Cadena Dial, *Lo mejor de aquí y de allí*, los eventos 40 y Ke Buena de México, y el Evento 40 de Colombia. Para cerrar el año, PRISA Radio lanzó la primera edición de los **Premios 40 América**, que se realizaron en Veracruz (México) y fueron retransmitidos por los 40.com y Ritmoson Latino para toda la región.

Los soportes digitales de música han seguido creciendo y en esos productos/servicios es donde encontramos oportunidades de futuro. En este punto, en octubre se lanzó **Mymajorcompany.es**, plataforma online de *crowdfunding*, donde PRISA Radio apuesta por la financiación participativa y el lanzamiento de proyectos relacionados con artistas en desarrollo.

2012 ha sido otro año de éxitos para los artistas de **RLM** con nuevos discos, giras y programas de éxito en TV: Alejandro Sanz, Miguel Bosé, Raphael, Malú y Francisca Valenzuela. Alejandro Sanz edita *La música no se toca* (Universal Music Spain) consolidándose a

nivel nacional e internacional como el álbum más vendido en 2012 por un artista de lengua hispana; Miguel Bosé vuelve con el disco *Papitwo* y una exitosa primera etapa de gira por España y México con todo vendido, además es *coach* en *La Voz México*; Raphael realiza 95 conciertos en todo el mundo, y vuelve a grabar junto a Manuel Alejandro. Es el gran año de Malú, *coach* en *La Voz España*, lanza *DUAL* disco de duetos de lujo en el top de ventas y reafirma su potente directo agotando entradas. Además, asistimos al ascenso de Francisca Valenzuela, que publica en España *Buen Soldado*, y hace gira por España, EE.UU., Australia, Latinoamérica y en los festivales más importantes, y es elegida como una de las 100 mujeres líderes de Chile.

Nuestra promotora de giras y conciertos **Planet Events** también ha seguido consolidando su oferta en el 2012, a pesar de las dificultades del sector por el cambio en la tributación (incremento del IVA sobre las entradas a espectáculos del 8 % al 21 %). La Compañía ha programado con regularidad eventos de gran calado como las giras de Enrique Iglesias, Pitbull, Laura Pausini, Luis Fonsi o la gira *Unplugged* de Juanes. Además, este año, se han programado en festivales a importantes artistas internacionales de la talla de Regina Spektor, Charlotte Gainsbourg, Emir Kusturica, etc. Hay que señalar también el trabajo de producción de los Premios Cadena DIAL, los Premios Ondas, el festival Primavera Pop de los 40 Principales y los Premios As. Asimismo, Planet Events mantiene una fuerte relación con las



Primera Edición de los Premios 40 América en Veracruz (México)

marcas, con proyectos especiales, como Windows (Leiva vs Iván Ferreiro), DYC (Gira Estopa) y la participación de Turismo de Colombia y Avianca en la gira de Juanes.

El área de Nuevos Negocios de PRISA Radio sigue con su incursión en nuevos sectores con diversas extensiones de la marca 40 Principales y del resto de marcas de PRISA Radio en España, como por ejemplo, **40 El Musical**, un espectáculo musical basado en los éxitos de los 40 Principales a lo largo de su historia. Desde su estreno en 2009 ha alcanzado el millón de espectadores. Después de dos temporadas en Madrid, una en Barcelona y una gira por toda España, vuelve a Madrid en 2013 con nuevas canciones y coreografías.

40 Café, un espacio multidisciplinar en plena Gran Vía de Madrid que cuenta con restaurante, zona de barra, tienda y estudio de radio, ha ofrecido, desde su inauguración en 2011, conciertos de los artistas más destacados del panorama musical español e internacional, además de emitir en directo programación de los 40 Principales.

PRISA Radio ha lanzado un portal de viajes específico para cada una de las cadenas de PRISA Radio en España, con Nautalia Viajes como *partner*. La oferta está perfectamente segmentada para satisfacer las necesidades de



viajes y ocio de cada perfil de oyente. Hasta el momento, ha estrenado dos webs: **Los40viajes.com**, web de viajes y ocio de los 40 Principales, y **Cadenaserviajes.com**, un portal de venta de viajes donde además se puede encontrar contenido editorial interesante sobre destinos de la mano de los mejores periodistas de viajes.

La marca 40 Principales ha trascendido a otras áreas de negocio, como la **Tarjeta 40 Principales**, principal *affinity* enfocada a un público joven de España con cerca de 600.000 titulares activos, o **Arte40**, un concurso para jóvenes artistas emergentes que comenzó en México y que en su primera edición española en 2012 participaron más de 5.400 artistas.

Equipo directivo

- Presidente de PRISA Radio: Augusto Delkader.
- Consejero delegado de PRISA Radio y Cadena SER: José Luis Sainz.
- Director general financiero y de Recursos: Pedro Antón.
- Director general internacional: Andrés Cardó.
- Directora general de Música: Sandra Rotondo.
- Director general del Área Digital: Ignacio Azcoitia.
- Director general de España: Alejandro Nieto.
- Director general de América del Sur y Colombia: Ricardo Alarcón.
- Director general de Argentina: Nicolás Yocca.
- Director general de Chile: Ricardo Berdicheski.
- Director general de EEUU: Daniel Anido.
- Director general de México: Juan Ignacio Reglero.
- Directora general de Panamá y Costa Rica: Jimena Quintero.
- Directora de Comunicación: Susana Sánchez Riu.

PRISA TV

PRISA TV, el holding audiovisual de PRISA, ha cerrado un año más como líder de su actividad tanto en el mercado español como en el portugués, a través de Media Capital.

En España, Canal+ es la oferta multicanal que lidera el mercado audiovisual con más de 1.700.000 hogares abonados a su plataforma de satélite. La estrategia de **multidistribución** de los contenidos Premium de Canal+ ha llevado durante este año a importantes acuerdos con otros operadores, lo que ha multiplicado su audiencia, y ha supuesto para la Compañía la apertura de otras vías de ingresos económicos. Yomvi, la apuesta de Canal+ en el universo conectado, ha cumplido un año. Doce meses de servicio muy bien valorado por los usuarios, en los que se ha apostado por una nueva manera de ver la televisión y se ha aprovechado la última tecnología para llevar los contenidos Premium de Canal+ a nuevos dispositivos.

2012 ha sido también el año en el que se ha acordado una nueva explotación de los derechos de TV de la Liga BBVA de fútbol abriendo un nuevo escenario que ha dotado a Canal+ de la exclusiva de estos derechos para la televisión de pago durante las tres próximas temporadas y ha permitido a PRISA TV **comercializar la mejor oferta de fútbol de su historia**.

Además, este año la Compañía ha puesto a disposición de sus clientes **el nuevo iPlus**, que ha sido desarrollado en colaboración con CISCO, -líder mundial en soluciones de red e infraestructura para Internet-, y que va a permitir a los usuarios de Canal+ optimizar aún más su interacción con los contenidos audiovisuales. El descodificador iPlus, el terminal que permite disfrutar de la alta definición y grabar de una manera sencilla toda la programación, está disponible en más del 30 % de la base de clientes de Canal+ que declara un **altísimo índice de satisfacción** (más de un 96 % lo recomendaría).

Media Capital—empresa de PRISA TV localizada en Portugal—ha apostado por la optimización de los sistemas de producción, la mejora de la eficiencia de los costes, la diversificación de canales y el avance en la transformación digital de todas las unidades de negocio (tele-



visión, producción y radio). En un contexto del mercado portugués de fuerte caída de la inversión publicitaria provocado por la crisis económica, Media Capital, gracias a un importante esfuerzo de reducción de costes y crecimiento de nuevos ingresos, ha cerrado el ejercicio 2012 con un crecimiento del Ebitda.

TVI, a pesar del aumento de la presencia de las plataformas de pago y de la creciente competencia en contenidos de ficción, ha vuelto a ser líder indiscutible de la televisión comercial en Portugal. Por primera vez en su historia MCR, a través de Radio Comercial, se ha convertido en líder indiscutible del mercador radiofónico. Plural, tanto en España como en Portugal, ha seguido mejorando en eficiencia de producción, reestructuración de costes y diversificación de clientes, con un cierto énfasis en el aumento de actividad internacional de sus empresas de medios técnicos y escenografías (EMAV y EPC).

Durante este año, TVI Internacional ha ampliado su distribución para llegar a comunidades portuguesas residentes en otros países. También se ha puesto en marcha un nuevo canal de pago, TVI Ficção. Este canal de ficción creado para MEO (plataforma de Portugal

Televisión en España

Canal+: número de abonados

	Dic 2012
Abonados Canal+ satélite	1.719.811
Abonados Canal+ OTT	13.833
Abonados Canal+ otras plataformas	106.786

Canal+: ingreso medio por abonado al mes

	Euros
ARPU promedio año satélite	42,6

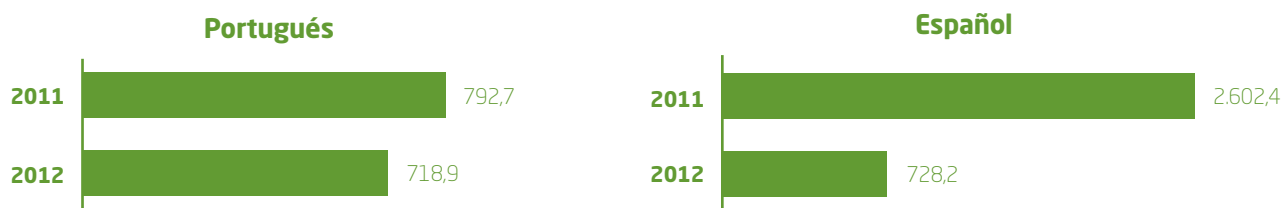
Canal+: tasa de cancelaciones

	Dic 2012	Dic 2011
CHURN final año satélite (%)	15,4	13,6

	Abonados	% Penetración	Crecimiento vs 2011
IPLUS	587.331	34,2 %	+16,7 %
MULTIPLUS	244.851	14,2 %	+2,5 %

Fuente: elaboración interna

Producción audiovisual PLURAL Entertainment (Horas producidas)



NOTA: En 2011 había 2.000 horas relacionadas con chip que no están contempladas en 2012

Televisión en Portugal (enero-diciembre)

	24 horas	Prime Time
TVI	38 %	40,5 %
SIC	33,9 %	36,1 %
RTP 1	22,9 %	18,9 %
RTP 2	5,3 %	4,6 %

Telecom) y combina lo mejor de las producciones de novela portuguesa de TVI con las nuevas soluciones interactivas de PT.

Por su parte, la productora Plural Entertainment, que ha terminado el año con más de 1.500 horas producidas, trabaja en el desarrollo y creación de nuevos formatos, tanto de ficción como de entretenimiento. Para potenciar su expansión, ha cerrado una alianza estratégica con la prestigiosa productora POWWOW (Miami) con la que colaborará para lograr una mejor explotación y distribución de formatos en los mercados de habla hispana.

En el apartado de responsabilidad social, PRISA TV ha multiplicado su actividad solidaria, ha puesto en marcha distintas iniciativas para ayudar a los colectivos más desfavorecidos, ha promovido e impulsado la participación de los empleados y ha sido especialmente sensible con la producción y emisión de documentales, reportajes y campañas de denuncia en sus distintos canales de televisión.

Durante el 2012 los ingresos de PRISA TV ascendieron a 1.080 millones de euros y el EBITDA ha alcanzado 191,3 millones. El número de abonados a cierre de 2012 es de 1. 719.811 al servicio de satélite (DTH), mientras que en otras plataformas Canal+ 1 cuenta con 106.786 clientes y Canal+ Liga con 734.365 clientes. El ARPU DTH se ha situado en 42,6 euros.

Canal+, la mejor oferta de fútbol de toda su historia

En 2012 Canal+ ha multiplicado su apuesta por el fútbol, renovando así un compromiso de calidad adquirido con sus clientes hace ya más de 20 años. Tras el acuerdo firmado con Mediapro el pasado mes de agosto, Canal+ ha incorporado a su propuesta los derechos en exclusiva de la Liga BBVA para la TV de pago durante las temporadas 2012-13, 2013-14 y 2014-15.

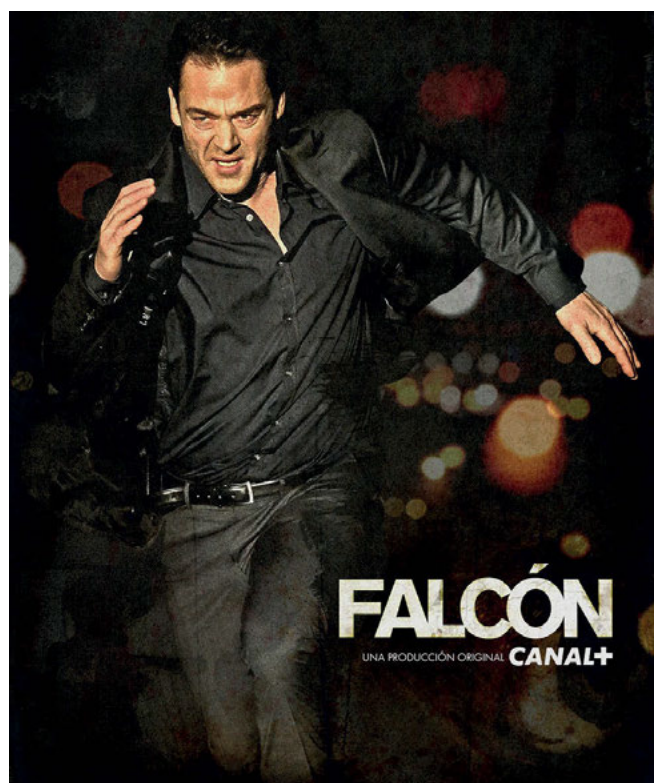
Es la mejor oferta de fútbol en la historia de Canal+. A partir de esta temporada, Canal+ se reserva la emisión en exclusiva del mejor encuentro de cada jornada de Liga, aumenta considerablemente la cobertura de partidos de Real Madrid y FC Barcelona, y ofrece también el resto de los encuentros ligeros para TV de pago gracias a Canal+ Liga, que incrementa su oferta (de 3 a

8 encuentros por jornada, siempre con Madrid o Barcelona). Además, los derechos exclusivos de distribución de la Liga en locales públicos y todos los derechos digitales de la Liga y la Copa del Rey.

Desde 2012 Canal+ es más que nunca La Casa del Fútbol. Toda la Liga BBVA de Primera División, la Copa del Rey (con la primera elección de cada jornada en CANAL+1), el mejor encuentro de la Liga Adelante de Segunda División cada domingo en CANAL+1, la Champions League al completo y las mejores ligas internacionales (Premier League, Calcio, Bundesliga, Eredivisie, Torneo Apertura y Clausura de Argentina, Brasil...) son solo algunos de sus argumentos. Todo, como siempre, con el sello inconfundible de Canal+, en Alta Definición gracias al terminal de nueva generación iPlus, con la firma de los mejores especialistas: Carlos Martínez, Michael Robinson, Nacho Aranda, Julio Maldonado, Noemí de Miguel, Santi Cañizares, Kiko, etc..

El año de *Falcón*, *The Newsroom*, *Girls*, *Planeta Helado*, *Intocable*, etc.

Las grandes producciones de cine internacional, las más premiadas, han vuelto a ser protagonistas de Canal+ en 2012. Títulos como *The Artist*, *La invención de Hugo*, *Harry Potter y las reliquias de la muerte parte 2*, *Los vengadores*, *Toy Story 3*, *Midnight in Paris*, *El árbol de la vida*, *El Topo*, *Un dios salvaje* o la revelación *Intocable* formaron parte de su cartelera. En lo que se refiere al cine español, Canal+ ha mantenido su apoyo a lo más relevante del cine



producido aquí y ha estrenado en exclusiva cintas como *La piel que habito*, *No habrá paz para los malvados*, *Eva*, *Chico y Rita*, *Mientras duermes*, *Torrente 4* o *Blackthorn* (*Sin destino*), entre otras.

Si hablamos de series, resulta imprescindible mencionar a la factoría HBO, que ha seguido otorgando a Canal+ un producto de alta calidad con títulos como *Juego de Tronos* (2T), *The Newsroom* de Aaron Sorkin o las multipremiadas en los últimos Globos de Oro *Girls* o *Game Change*. Además, historias imprescindibles como *Boardwalk Empire* (3T) o *Mad Men* (5T), así como la adictiva *Boss* (1 y 2T), no faltaron a la cita en 2012. En el terreno de la producción original de Canal+, éste ha sido el año sin duda de *Falcón*, serie heredera de la línea de calidad trazada tras *Crematorio* y *¿Qué fue de Jorge Sanz?* y que, esta vez, forma parte de una producción internacional en la que Canal+ se une como coproductor junto con la alemana ZDF y Sky Atlantic HD. La serie, ambientada en Sevilla, se basa en las investigaciones del inspector Javier Falcón, personaje complejo, ambiguo y oscuro, que se mueve en una Sevilla diferente, sombría y brutal. *Falcón* es una serie de 4 capítulos basada en los libros *El ciego de Sevilla* y *Condenados al silencio*, del escritor inglés Robert Wilson.

Ha habido espacio para todo tipo de contenidos en Canal+. En deportes, la NBA, Wimbledon en exclusiva, los Masters 1000 en HD, todo el golf del mundo con los cuatro grandes más una inolvidable Ryder Cup en Medinah, el torneo Seis Naciones de rugby o la Super Bowl, por ejemplo.

Además, dentro del género documental, *La entrevista perdida a Steve Jobs*, la disección de las series americanas a cargo de sus propios protagonistas en *América en Prime-time*, más episodios de la colección #canalplusestademoda o la extraordinaria mirada de BBC con la superproducción *Planeta Helado*.

Todo, con la mirada Canal+: las entrevistas de *Iñaki*, los delirantes momentos de humor absurdo en *Ilustres ignorantes*, la consolidación de *Informe Robinson* en su quinta temporada como una referencia del periodismo deportivo de nuestro país, la revista semanal *Tentaciones* y nuevos y sorprendentes Reportajes Canal+ con la firma de Jon Sistiaga, que alcanzó el premio Ondas 2012 en la categoría de «mejor cobertura especial o informativa».

Más contenidos, más servicios, más Alta Definición

La plataforma multicanal de Canal+ ha continuado incorporando nuevos contenidos de diferentes géneros y apostando por la alta definición, para llevar a los hogares de sus clientes la oferta de programación más completa y diversa del mercado.

Desde 2012, los espectadores de Canal+ disfrutaban de un nuevo canal dedicado a la Champions (Canal+ Liga de Campeones) que atiende a todos los choques de la competición en directo y de manera simultánea gracias al servicio Multipantalla, de dos nuevos canales dedicados al mundo del motor (El Garage TV y Motors TV), un canal cien por cien moda (Fashion TV) y cuatro nuevas versiones en alta definición que aportan mayor detalle con la máxima nitidez y el mejor sonido (Canal+ Golf HD, CANAL+2 HD, FOX CRIME HD, TAQUILLA2 HD).

Los clientes de Canal+ valoran muy positivamente esta apuesta por la alta definición porque les permite disfrutar de una pantalla de grandes dimensiones sin perder calidad de imagen y todo ello a través del terminal iPlus, el avanzado descodificador disponible ya en más del 30 % de la base de clientes de la plataforma.

Los servicios que aportan un mayor valor a los contenidos, también se amplían. Así, por ejemplo, Canal+ ha comenzado a subtítular en inglés sus series, lo que da la posibilidad al espectador de seguir las en versión original con subtítulos en ese idioma. Por su parte, el canal FOX ha creado una franja específica en VO para acercar el estreno de sus series más relevantes a la emisión en Estados Unidos.

YOMVI de Canal+, los contenidos de Canal+ donde y cuando quiera el usuario

Ha sido el año de asentamiento de YOMVI, la oferta de Canal+ en el entorno online que ofrece televisión en directo y video bajo demanda (vod). La marca que nació el pasado año para llevar la programación premium de Canal+ al entorno conectado, se ha consolidado en una apuesta por seguir evolucionando y adaptándose a la demanda actual, dentro de la estrategia de transformación digital que PRISA TV está llevando a cabo.

YOMVI de Canal+, que acercó una nueva forma de consumir televisión a todos los abonados, ha crecido para

poder llegar también a cualquier espectador aunque no sea cliente de la plataforma. Una nueva oferta comercial muy competitiva ha permitido que cualquier usuario pueda acceder a los contenidos de Canal+ bajo dos modalidades: «Cine y series», una suscripción que permite disfrutar de la programación de Canal+ 2 en directo así como de un catálogo (vod) que supera ya los 2.000 títulos con el mejor cine, series y documentales; y la opción «Liga», para disfrutar del mejor fútbol con la Canal+ Liga y Canal+ Liga de Campeones. Además con la opción de Taquilla, los clientes online pueden consumir solo los contenidos elegidos y pagar por lo que vean. YOMVI se ha convertido así en un videoclub online al alcance de todos para disfrutar donde y cuando quieran de los mejores contenidos de Canal+.

Continuando con su objetivo de llegar al mayor número de soportes, YOMVI ha seguido ampliando su presencia en nuevos dispositivos y ya está disponible en equipos MAC y en iPad, donde ha tenido un enorme éxito entre los usuarios ocupando durante muchas semanas consecutivas el primer puesto como la aplicación gratuita más descargada para iPad de la Apple Store.

Además, la alianza con marcas y empresas líderes en su sector ha seguido jugando un papel importante en el desarrollo de nuevos proyectos en PRISA TV. Muestras de ello han sido el acuerdo cerrado con Cinesa, la empresa líder en exhibición cinematográfica de nuestro país, para acercar los contenidos exclusivos de YOMVI a sus clientes pudiendo disfrutar de numerosas ventajas. Y con LG, una de las firmas líderes en electrónica de consumo, con la que se ha suscrito un acuerdo de colaboración para incorporar YOMVI a la oferta de los televisores Smart TV de LG y el resto de dispositivos de audio y video que incorpora la funcionalidad Smart TV.

YOMVI se ha afianzado como marca de entretenimiento digital y sigue evolucionando sin pausa para dar un mayor y mejor servicio tanto a los abonados de la plataforma como a todos aquellos nuevos clientes online que quieren disfrutar de los contenidos de Canal+.

Media Capital

El grupo Media Capital lidera por octavo año consecutivo el mercado de la televisión portuguesa a través de su canal de televisión comercial TVI. A gran distancia



de sus competidores, TVI es líder de audiencia en todas las franjas horarias y ha cerrado el año con un share de 26,7 % en el total del día y 30,1 % en horario de prime time.

En 2012 Media Capital obtuvo unos ingresos de 184,3 millones de euros y multiplicó por diez sus beneficios netos respecto a 2011, llegando a 11,9 millones de euros. A pesar de la caída de la publicidad en los mercados, el EBITDA se mantuvo algo por encima del ejercicio anterior, situándose en 41,2 millones de euros.

TVI mantiene su liderazgo por octavo año consecutivo y amplía su distribución

TVI ha sido en 2012 líder indiscutible, a pesar de la creciente competencia en los contenidos del FTA, sobre todo en las novelas. Sus contenidos abordan una amplia diversidad de géneros con especial atención a la ficción, el entretenimiento, el deporte y la información. En el apartado de ficción, la cadena ha continuado su estrategia de llevar la ficción a los horarios de máxima audiencia, con la emisión de novelas de gran éxito como *Remédio Santo* (nominada para un Emmy en la



categoría internacional de Mejor Novela), *Louco Amor*, *Doce Tentação* y *Doida por Ti*.

Los grandes formatos de **entretenimiento** registraron records de audiencias en el prime time. De enero a julio, *A Tua Cara Não Em é Estranha* obtuvo cuotas medias de audiencia de 51,1 %, 50,5 % y 46,4 % en las 3 temporadas y el reality show *Secret Story – Casa dos Segredos III* alcanzó el liderazgo desde su primera emisión, cerrando el año con una audiencia de 49,7 % en la Gala del 31 diciembre. De lunes a viernes, *Você na TV* (por las mañanas) y *A Tarde é Sua* (en las tardes) fueron líderes indiscutibles en sus franjas y, durante el fin de semana el espacio *Somos Portugal* —programa en directo que recorre el país de norte a sur— obtuvo una audiencia media de 30,5 %.

En el apartado **deportivo**, TVI y TVI 24 emitieron el mejor fútbol en abierto de la Champions League, la Liga, la Copa de Liga y la Eurocopa.

En lo que respecta a la **información**, *Jornal da Uma* y *Jornal das 8* lideraron en sus respectivos horarios, con

cuotas de 28,5 % (577.000 espectadores) y 27,1 % (981.000 espectadores), respectivamente. Por su parte, *Reporter TVI* (reportajes de investigación) emitido semanalmente obtuvo una audiencia media de más de 1.000.000 de espectadores.

TVI 24

El canal de información continua del Grupo Media Capital, TVI 24, registró su mejor año, con una cuota media de 1,4 %. Su crecimiento es más visible cuando se compara con los otros canales de información hechos en Portugal. Emitido a través de todas las plataformas tecnológicas de distribución, TVI 24 estrenó una nueva programación en el tercer trimestre de 2012, con programas de humor político de referencia como *Governo Sombra*; de análisis y debate como *Olhos nos Olhos* y *A Prova dos Nove*; informativos como *Política Mesmo* y *25 Hora*, y deportivos como *Maisfutebol* y *Prolongamento*.

La página web y las apps de TVI 24 han registrado tasas de crecimiento significativas y han batido records de audiencia y de descargas.

TVI Internacional amplía su presencia

TVI Internacional reforzó su presencia en Europa, un mercado en el que las comunidades de habla portuguesa tienen una importante presencia. Desde el primero de octubre, TVI Internacional está presente en Eltona, nueva plataforma de distribución de contenidos en Luxemburgo. Desde su lanzamiento, en 2010, TVI Internacional ha logrado una cobertura total de 375.000 hogares.

TVI Ficção, nuevo canal con la mejor ficción

En octubre de este año, Media Capital ha lanzado TVI Ficção. Un nuevo canal de ficción creado para el mercado de la televisión de pago en Portugal. Nacido de la alianza entre el operador de Portugal Telecom y TVI, el nuevo canal se distribuye en exclusiva a través de la plataforma MEO.

TVI Ficção combina lo mejor de las producciones de TVI con las nuevas soluciones interactivas de MEO desarrolladas específicamente para incrementar la interacción de los espectadores y ampliar su satisfacción con acceso a servicios exclusivos MEO. Así, TVI

Ficção permite acceder a servicios como la compra anticipada de episodios de telenovelas, la elección de finales alternativos a las novelas, entrevistas exclusivas, biografías de los actores de TVI, talk shows, videos del backstage, cocina servida por actores muy conocidos de la música portuguesa y diferentes éxitos que forman parte de la historia de la ficción en Portugal, así como películas para televisión y series de éxito entre otras muchas producciones. En sus primeros meses de emisión TVI Ficção se ha destacado como el canal de mayor audiencia entre todos los canales lanzados en 2012.

Plural Entertainment refuerza su posición de líder

Plural Entertainment ha reforzado este año su posición como una de las mayores productoras audiovisuales de la Península Ibérica, destacando expresamente en el área de ficción en lengua portuguesa y en el área de entretenimiento en español. Junto a su actividad en España y Portugal, Plural realiza operaciones también en América Latina y en los EE.UU.

Durante 2012, Plural Entertainment ha sellado una alianza estratégica con la productora 360 POWWOW, con sedes en Miami, Los Angeles y Buenos Aires, para el desarrollo, coproducción de nuevos formatos y la mejor explotación internacional del catálogo existente de Plural. En el marco de esta alianza Plural liderará los esfuerzos comerciales y de producción en España, Portugal y el resto de Europa, mientras que POWWOW hará lo propio en los Estados Unidos y América Latina.

Actividad en Portugal

En 2012, Plural ha fortalecido su liderazgo, consolidándose como productora de referencia en el sector de la producción de ficción en Portugal, con más de 800 horas de contenidos producidos. Sus producciones se mantienen como una referencia a nivel nacional e internacional. El premio como mejor Productora en Portugal (de la revista profesional M&P) y la nominación a un Emmy Internacional son un reflejo de la calidad y competitividad de sus trabajos. Además, Plural ha obtenido gran éxito en sus nuevos productos audiovisuales como los «Filmes RTP» y *Morangos com Açúcar – o Filme* (una de las tres películas portuguesas más vistas en los últimos diez años y ya en los primeros lugares de ventas de DVD y VOD).

Además, EMVA (compañía de medios técnicos de Plural) y EPC (empresa de realización de escenarios) han tenido un año con una intensa actividades diversos mercados europeos.

Actividad en España

En España, Plural ha producido espacios y programas de muy diversos géneros que van desde el entretenimiento o la ficción, hasta la información, el deporte, los reality shows o los documentales. Un total de más de 700 horas de producción, entre las que destacan programas como *Hermano Mayor*, *Hijos de Papá*, *Más allá de la Vida*, *La Nube* o *Deportes Cuatro*.

Plural cuenta entre sus clientes con las principales televisiones españolas y portuguesas y sus proyectos se distinguen por la originalidad de los guiones, el moderno tratamiento de la imagen y una cuidada realización. Sus contenidos lideran audiencias en diversos targets y en diferentes horarios.

Otros negocios

Los buenos resultados de Media Capital han contado este año con una excepcional contribución del negocio radiofónico y de eventos.

Media Capital Rádios lidera por primera vez en su historia el mercado de radio en Portugal a través de **Radio Comercial**, que registró una audiencia récord de 15,4 %. También las otras radios del Grupo terminaron 2012 con una fuerte subida en sus audiencias, destacándose **m80** que, con unos 4,3 % es la radio líder entre las radios sin distribución nacional.

En lo que respecta al apartado digital, todos los sitios propiedad del Grupo Media Capital han registrado durante este año un incremento de un 10 % en las visitas y de un 22 % en páginas vistas. Además, durante 2012, Media Capital Digital desarrolló diversas aplicaciones, para mejorar los contenidos del site de TVI, ha creado desarrollos estratégicos y ha firmado importantes acuerdos para la explotación de contenidos de vídeo con socios como Microsoft (MSN) o el diario *El Público*.

En el capítulo de la música y del entretenimiento destaca el lanzamiento en diciembre del nuevo CD de Tony Carreira, que conquistó triple platino en 18



días, las fiestas *Meo Spot Summer Sessions* –el mayor evento del verano en Algarve–, el Campeonato Nacional de Surf y un gran espectáculo del reconocido músico y cantor José Cid en Lisboa. Durante 2012, Farol –la editora discográfica de Media Capital– conquistó 4 platinos y 6 discos de oro. Farol es líder de mercado en música portuguesa y en compilaciones.

Equipo directivo

- Presidente de PRISA TV: Manuel Polanco.
- Consejero delegado de PRISA TV: Pedro García Guillén.
- Director general financiero de PRISA TV: Juan Herrero Abelló.
- Directora de Comunicación de PRISA TV: Purificación González.
- Director General de Canal+: Manuel Mirat.
- Director General de Contenidos y Compra de derechos de Canal+: Álex Martínez Roig.
- Consejera Delegada de MEDIA CAPITAL: Rosa Culléll.