



INFORME ANUAL 2011





ÍNDICE

01 Panorama de un año	5
02 PRISA, un grupo global	13
▪ Misión, visión y valores	16
▪ La responsabilidad social en PRISA	17
▪ Estructura y Buen Gobierno Corporativo	22
▪ Ámbito y alcance del Informe Anual	34
03 Educación, información y entretenimiento en transformación	39
▪ La transformación de PRISA	41
▪ Áreas de negocio	
» Santillana	43
» PRISA Noticias	45
» PRISA Radio	49
» PRISA TV	53
04 Gestión responsable del equipo humano	59
▪ Un gran equipo de profesionales	62
▪ Apuesta por el capital humano. Empleo y selección	64
▪ Desarrollo profesional de nuestra plantilla	65
▪ Clima laboral y comunicación interna	66
▪ Salud y seguridad laboral	67
05 Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés	69
▪ Cerca de nuestros lectores, oyentes, televidentes y usuarios	71
▪ El papel del defensor del lector	78
▪ Autorregulación y códigos éticos	78
06 Compromiso con la sociedad	81
▪ La Fundación Santillana	83
▪ La educación como motor de desarrollo	88
▪ Promoción y difusión de la cultura y las artes	92
▪ Sensibilización sobre los problemas que preocupan a la sociedad	94
07 Compras responsables y apuesta por el medio ambiente	99
▪ Política de proveedores	102
▪ Uso responsable del papel	104
▪ Gestión del impacto medioambiental	106
08 Compromisos y retos de futuro	111
Anexo I Correlación de indicadores con la Guía GRI -G3	116
Anexo II Correlación de indicadores con los Principios del Pacto Mundial	124
Anexo III Contacto y relaciones con grupos de interés	128



01

Panorama de un año

01

Panorama de un año

Daniel Anido y Rodolfo Irago, Premio a la Libertad de Expresión de la Unión de Periodistas Valencianos



Hoy por hoy, de la Cadena SER, Premio Ondas 2010 al mejor programa de radio



El ministro de Educación, Ángel Gabilondo, presenta el Máster en Derechos Humanos y Gobernabilidad, de la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco



ENERO

- PRISA e Indra firman una alianza estratégica que aumentará el nivel tecnológico del Grupo.
- *El País* cierra el 2010 como líder absoluto de la prensa en España con una difusión media acumulada de 391.816 ejemplares.
- La editorial Santillana y la Hispanic Communications Network firman una alianza para ofrecer información gratuita y exclusiva al público hispano de EEUU.

FEBRERO

- Javier Pons, nuevo consejero delegado adjunto de Unión Radio.
- Elpais.com, segunda marca más citada por los internautas.

MARZO

- PRISA firma un acuerdo con Liberty.
- Canal+ emitirá el Mundial FIFA en 3D a través de Digital+.
- PRISA contra el cambio climático. Las empresas del Grupo apoyan de nuevo *La hora del Planeta* de WWF a nivel global.
- PRISA gana la guerra del fútbol. Mediapro condenada a pagar casi 150 millones de euros a Sogecable.
- Hernán Rivera Letelier gana el XIII Premio Alfaguara de Novela con *El arte de la resurrección*.
- As.com, primer medio deportivo en lanzar una aplicación Android.

ABRIL

- PRISA y Telecinco formalizan la operación de integración de Cuatro y la adquisición del 22% de Digital+ por Mediaset.
- Daniel Anido y Rodolfo Irago VI Premio José Couso a la Libertad de Prensa.
- Periodistas de COLPISA, la Cadena SER y el diario ADN, galardonados con el premio Pilar Blanco de CC.OO. en Madrid.
- La Comisión Nacional de la Competencia avala el modelo de explotación del fútbol de PRISA TV.
- La editorial Alfaguara coeditará la edición digital de la novela ganadora del II Premio Bubok de Creación Literaria 2010.
- La redacción de *El País*, Judith Torrea, Jean Daniel y José Cendón, Premios Ortega y Gasset de Periodismo 2010.
- La SER abre sus puertas a los Príncipes de Asturias.
- PRISA firma la refinanciación con todos sus bancos.
- PRISA incorpora a DLJ South American al 25% de Santillana. Ingresó 279 millones de euros.

MAYO

- Daniel Anido y Rodolfo Irago, Premio a la Libertad de Expresión de la Unión de Periodistas Valencianos.
- Cuatro logra tres galardones en el New York Festival 2010.
- La SER y *El País*, medios preferidos por los españoles, según el último barómetro del CIS.
- Santillana lanza el libro-web para los alumnos de Secundaria .
- Canal + emite la primera corrida de toros en 3D de la Historia de la televisión .
- La periodista Milagros Pérez Oliva, medalla Josep Trueta al mérito sanitario.
- Canal+ logra cuatro prestigiosos premios Laus.
- La corresponsal de *El País* Soledad Gallego-Díaz, Premio Cirilo Rodríguez.



Mario Vargas-Llosa, Nobel de Literatura en 2010



Hernán Rivera Letelier, Premio Alfaguara de novela 2010 por *El arte de la resurrección*



El periodista Jean Daniel recibe de manos de Ignacio Polanco el reconocimiento a toda su trayectoria

JUNIO

- Cincodias.com bate su récord de audiencia al crecer un 43% en mayo.
- Cuatro se hace con un premio Laus de Oro.
- Caracol Radio consolida su liderazgo con 8.826.600 oyentes, según los datos de la 2ª ola del ECAR.
- As el primer medio deportivo en iPad.
- Rafael Fraguas, Premio Francos Rodríguez de la Asociación de la Prensa de Madrid 2009.
- Darío Arizmendi, de Caracol Radio, condecorado por el diario *La Nación*.
- Canal+ obtiene el premio a la mejor compañía anunciante en el Publifestival 2010.
- PRISA recupera los derechos del fútbol.
- PRISA celebra su Junta General de Accionistas 2010.

JULIO

- FTSE4Good IBEX, el índice bursátil de compañías socialmente responsables, renueva a PRISA como miembro.
- PRISA arranca su transformación digital.
- Canal+ Liga gana 160.000 abonados con el Mundial de Sudáfrica.
- La Cátedra Jesús de Polanco lanza un máster en Derechos Humanos y Gobernabilidad.
- Santillana arranca la edición digital de sus libros con Libranda.
- Juan Luis Cebrián, condecorado en República Dominicana por su aportación a la cultura.
- Herbin Hoyos, de Caracol Radio, recibe Premio a la Tolerancia en Madrid.
- Juan Goytisolo y la Nueva Gramática de la lengua española ganan el Premio Don Quijote.

AGOSTO

- PRISA y Liberty confirman 100 millones adicionales de compromisos de inversores institucionales.



Fallece Francisco Pérez González, fundador junto a Jesús de Polanco de la Editorial Santillana

SEPTIEMBRE

- Santillana reorganiza la dirección de sus negocios para potenciar su liderazgo y su apuesta digital.
- *Carrusel Deportivo*, Premio Especial de la Academia de la Radio.
- Iñaki Gabilondo, Premio Blanquerna de la Generalitat.

OCTUBRE

- Mario Vargas Llosa, Premio Nobel de Literatura 2010.
- As.com, publicación online mejor diseñada del año 2010.
- Caracol Radio obtiene dos premios de Periodismo Simón Bolívar.
- Humberto López Morales gana el II Premio Internacional de Ensayo Isabel Polanco.
- BBVA, Panda Security y Saft, Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial 2010.
- Fallece Francisco Pérez González, consejero de honor de PRISA.

Los Príncipes de Asturias arropan el 50 cumpleaños del grupo editorial Santillana



NOVIEMBRE

- *El País* suscribe una alianza con *La Tercera* de Chile.
- PRISA podrá ser parte del grupo de control de *Le Monde*.
- La comunidad educativa celebra los 50 años de Santillana.
- Los Ondas premian el rigor y la solidez informativa de *Hoy por Hoy*, de la Cadena SER.
- La Fundación General de la UIMP, el Tecnológico de Monterrey y la Fundación Santillana crean un espacio abierto a la comunidad educativa hispanohablante.
- Luz verde a la entrada de Telefónica y Telecinco en Digital+.
- *El País* lanza su edición *online* en inglés.
- *Meu amor*, de Plural Entertainment, gana el Emmy Internacional a la mejor telenovela.
- Nuevo Consejo de Administración de PRISA. Entran siete nuevos miembros.
- Luz verde a la combinación de PRISA con Liberty.
- PRISA pacta eliminar la condición de venta parcial de Media Capital.
- Naciones Unidas felicita a PRISA por su Informe de Progreso del Pacto Mundial.



Dario Arizmendi, de Caracol Radio, condecorado con la Orden La Vorágine del diario colombiano *La Nación*

DICIEMBRE

- As rindió homenaje al año de los prodigios. La Selección, Nadal, Lorenzo, Márquez, Gento y Forlán, aclamados.
- La Cadena SER renueva su liderazgo con 4.247.000 oyentes. Todos los programas de la SER, líderes indiscutibles.
- Empiezan a cotizar las nuevas acciones de PRISA.
- Mario Vargas Llosa recibe el Premio Nobel de Literatura 2010 en Suecia.
- Gala 40 Principales: una retransmisión a la carta.
- PRISA TV renuncia a producir CNN+ y creará un canal global de noticias.
- PRISA, Telecinco y Telefónica culminan su alianza.
- PRISA TV vende su sede. Obtiene 80 millones de euros y firma un contrato de arrendamiento por 20 años.



PRISA

02

PRISA, un grupo global



- Misión, visión y valores
- La responsabilidad social en PRISA
- Estructura y Buen Gobierno Corporativo
- Ámbito y alcance del Informe Anual

02

PRISA, un grupo global

PRISA es la compañía líder en creación y distribución de contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa, gracias a su oferta multicanal de productos de máxima calidad orientados al consumidor.

Presente en 22 países, llega a más de 50 millones de usuarios a través de sus marcas globales *El País*, 40 Principales, Santillana o Alfaguara. Como líder en prensa generalista, televisión en abierto y de pago, radio hablada y musical, educación y edición, es uno de los grupos mediáticos más grandes del mundo hispano con un abanico extraordinario de activos. Su presencia en Brasil y Portugal, y en el creciente mercado hispano de Estados Unidos, le ha proporcionado una dimensión iberoamericana, y le ha abierto un mercado global de más de 700 millones de personas.

Con más de 250 páginas web que visitan 52 millones de usuarios únicos mensuales, PRISA se sitúa a la vanguardia de la distribución multicanal y multidispositivo con la puesta en marcha de una ambiciosa estrategia de distribución de contenidos, ofreciendo productos y servicios adaptados a las necesidades de consumo de los usuarios a través de móviles, iPads, libros electrónicos, videoconsolas PSP, y todo tipo de dispositivos móviles. PRISA cuenta con su propia área de I+D, apoyada en los mejores operadores de software mundial.



Misión, visión y valores

El compromiso con la sociedad es la esencia de PRISA. Desde el nacimiento de *El País*, sus fundadores e impulsores adoptaron un deber con la sociedad española del momento, basado en la defensa y difusión de las libertades democráticas de todos los ciudadanos. Conocedores de esta realidad y comprometidos con ella, tres décadas después, esta máxima sigue vigente en la compañía.

Esta visión, compartida por todas las personas de la organización, se desarrolla en el marco de un conjunto de valores que se ponen de manifiesto a través del trabajo y quehacer de todos los trabajadores de PRISA.

- Independencia y rigor en el ejercicio de su labor como informadores, educadores y comunicadores.
- Responsabilidad, honestidad intelectual y transparencia.
- Pluralismo y respeto a todas las ideas, culturas y personas.
- Defensa de la libertad, la paz y la protección del medio ambiente.
- Autocrítica para la mejora empresarial y personal.
- Creatividad e innovación en el desarrollo del negocio.
- Atención a las demandas e inquietudes de la sociedad y de los grupos de interés.
- Gestión responsable, eficiente y sostenible, generadora de valor para el accionista y para la sociedad.

Estas premisas han estado siempre presentes en el equipo de profesionales de *El País*, y se han hecho extensibles a todas las empresas del Grupo en su ejercicio de responsabilidad con la sociedad, para ser líderes globales en educación, información y entretenimiento en habla hispana y portuguesa, dando respuesta a las inquietudes, expectativas y necesidades de una sociedad libre, solidaria, responsable, respetuosa y sostenible.

Pero los vertiginosos cambios que se están produciendo en el sector de los media y de los contenidos, han hecho que PRISA se transforme en una «nueva compañía», centrada no sólo en la producción y distribución de contenidos en habla española y portuguesa, sino tam-

Estatuto de la Redacción de *El País*

“*El País* es un periódico independiente, con una clara vocación internacional, defensor de la democracia pluralista según los principios liberales y sociales, que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución. En este marco acoge a todas las tendencias, excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines (...), presentar diariamente una información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad y a formarse su propio criterio”.

“*El País* debe ser un periódico liberal, independiente, socialmente solidario, nacional, europeo y atento a la mutación que hoy se opera en la sociedad de Occidente”.

“Liberal, a mi entender, quiere decir dos cosas fundamentales: el estar dispuesto a comprender y escuchar al prójimo aunque piense de otro modo, y a no admitir que el fin justifica los medios. Liberal implica también en nuestro tiempo el reconocimiento de que la soberanía reside en el pueblo, es decir, en el conjunto de todos y cada uno de los ciudadanos, titulares de iguales derechos”.

“Debemos, pues, defender la democracia pluralista, ejercida mediante el sufragio universal, como el procedimiento menos malo inventado hasta ahora para el ejercicio de esa soberanía, la aceptación de los derechos fundamentales de la persona humana y la denuncia de cualquier clase de totalitarismos es la consecuencia ineludible de esta postura”.

“*El País* debe ser también un periódico independiente, que no pertenezca ni sea portavoz de ningún partido, asociación o grupo político, financiero o cultural, y aunque debe defender la necesidad de la libre empresa, y aunque su economía dependa del mercado publicitario, el periódico rechazará todo condicionamiento procedente de grupos económicos de presión”.

“*El País* debe ser también un periódico socialmente solidario, ya que en el mundo actual, al menos en los países occidentales, toda la sociedad interviene en el quehacer común. Por ello, deberá defender el desarrollo, perfeccionamiento y buena administración de la Seguridad Social, y el reparto justo de la riqueza a través del juego acertado de los impuestos, sin que desaparezcan los incentivos de promoción individual. En este capítulo deberá también defender la seguridad ecológica, nacional y mundial, por ser un patrimonio vital para toda la humanidad; defenderá asimismo las virtudes cívicas, combatiendo todo cohecho, fraude, abuso o mal uso y luchará contra los monopolios privados o estatales. La solidaridad de todos los españoles frente a la ley es también tarea suya, para lo cual considera fundamental la independencia máxima del poder judicial”.

José Ortega Spottorno,
5 de marzo de 1977

bién en el conocimiento de cada uno de sus grupos de interés y en el uso de las NN.TT.

Este cambio de modelo de negocio ha propiciado un nuevo planteamiento de identidad corporativa que ha supuesto un nuevo posicionamiento y una nueva imagen que actualiza nuestra misión, visión y valores para afrontar la nueva etapa que tenemos por delante sin perder la esencia que nos caracteriza pero respondiendo a los retos que debemos afrontar.

En este sentido, PRISA es la compañía líder en creación y distribución de contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa, gracias a su oferta multicanal de productos de máxima calidad orientados al consumidor. Y es que **nuestra misión** persigue mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir al progreso de la sociedad ofreciendo bienes y servicios que generen experiencias y emociones enriquecedoras en información, educación y entretenimiento.

Nuestra visión persigue generar bienestar cultural en el mundo, como pilar para garantizar el progreso económico y social, y sostenible, y la participación en una sociedad global.

Todo ello a través de nuestros valores:

- *Personas:* Las personas se sitúan en el centro de todo lo que hacemos.
- *Creatividad:* La creatividad es nuestra herramienta esencial para la constante innovación.
- *Dedicación:* Nuestra dedicación es la garantía del valor, la calidad y la excelencia.
- *Integridad:* Entendemos la integridad como nuestro sentido de honestidad, responsabilidad, independencia e imparcialidad.
- *Pluralismo:* El pluralismo, que para nosotros engloba la libertad de expresión, la transparencia y la diversidad.
- *Conectar:* Somos conscientes de la importancia de estar conectados y accesibles para poder compartir y colaborar.

La responsabilidad social en PRISA

En PRISA consideramos que el propio ejercicio de nuestra actividad empresarial contiene un aporte social sumamente importante para el desarrollo de una sociedad democrática. Por ello siempre hemos concentrado nuestros esfuerzos en contar con el mejor equipo humano y en la defensa de la calidad y credibilidad de nuestros productos, bajo el paraguas ético y los valores y compromisos con los que se fundó *El País*: la solidaridad, la transparencia, la diversidad, la independencia, y la defensa y protección del medioambiente.

Como gran grupo de medios y editorial, asumimos la responsabilidad, no sólo en el modo de gestionar y conducir nuestros negocios, sino que a través de nuestros contenidos, pretendemos sensibilizar, incrementar el conocimiento, educar e informar sobre los problemas que preocupan a la sociedad.

Asimismo, creemos que las relaciones con nuestros proveedores son clave en nuestro ejercicio de responsabilidad. A través de ellas se produce una importante dis-

tribución de riqueza y creación de valor socioeconómico y tecnológico. Por ello, nuestra Política de Proveedores evalúa no sólo factores económicos, de calidad de producto, servicios y cobertura geográfica, sino también su integridad y el cumplimiento de sus obligaciones en todos los ámbitos, especialmente en materia fiscal, laboral, Derechos Humanos y de protección ambiental.

PRISA cuenta con cuatro pilares en su política de responsabilidad social, a los que da respuesta:

- Informar con responsabilidad.
- Comprometidos con la educación.
- Entretenimiento responsable.
- Gestión responsable en la cadena de valor.

Informar con responsabilidad

La primera responsabilidad social de un grupo de medios de comunicación es defender y ejercer con hones-

tividad y vigor el derecho a la información y a la libertad de expresión.

Una labor con la que contribuimos al desarrollo de la sociedad democrática en todos los mercados donde estamos presentes, y en la que los medios de PRISA han ejercido un claro liderazgo.

Para garantizar el cumplimiento de este deber y el ejercicio de este derecho, *El País* fue pionero, desde su fundación en España, en la adopción de estándares de ética profesional como el *Estatuto de redacción*, el *Libro de estilo* o el *Defensor del lector*, patrones adoptados hoy por todos los medios del Grupo.

Estos estándares éticos han permitido desarrollar una cultura informativa rigurosa, crítica y de calidad que es un referente en España y América. En el negocio audiovisual, las empresas de PRISA también han suscrito diversos códigos para garantizar la calidad y el rigor de sus servicios informativos. Entre ellos figura el *Código para el fomento de la autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*.

Nuestra credibilidad y prestigio constituyen un valioso activo que día a día ponemos al servicio de la sociedad, pero no es la única razón por la que millones de lectores, oyentes y espectadores eligen los medios de PRISA como fuente de información. Desde sus inicios, PRISA ejerce un "liderazgo de opinión responsable", trabajando como "guardianes de la sociedad", defendiendo la democracia pluralista y denunciando y sensibilizando sobre los problemas que preocupan a la ciudadanía. Asimismo, nuestros medios se han convertido en altavoces de campañas solidarias y de defensa de los Derechos Humanos, tanto a través de coberturas especiales, como con la cesión de espacios publicitarios para ONG y fundaciones.

Comprometidos con la educación

Las actividades de PRISA abarcan un amplio abanico de productos y servicios educativos que ayudan al desarrollo de individuos, profesores y empresas, desde la educación escolar hasta la formación ejecutiva.

Como principal grupo editorial y educativo en lengua española y portuguesa en el mundo, PRISA asume su

liderazgo con responsabilidad, pues entendemos que la educación es un instrumento clave para el desarrollo social, político y económico de las sociedades en las que estamos presentes.

Por ello, además de nuestro compromiso con la calidad, la innovación y el servicio, contribuimos desde hace décadas a mejorar las prácticas educativas e incentivar el debate público sobre el futuro de los sistemas educativos en España y América.

PRISA también ha asumido como propia la tarea de dar un impulso a la difusión internacional de la lengua española, así como la promoción de la cultura en español.

Entretenimiento responsable

Cada día, más de 51 millones de personas en Europa y América Latina eligen nuestras cadenas de televisión, leen nuestros libros, y sintonizan nuestras radios para acompañar sus momentos de ocio y entretenimiento.

Conscientes de la influencia que ejercen nuestros contenidos en niños, adolescentes y adultos, PRISA se rige bajo los criterios de integridad, calidad y adaptación de sus mensajes.

Nuestros medios están suscritos al *Código para el fomento de la autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*. Asimismo, la compañía respalda la aplicación del *Convenio de autorregulación de la publicidad en televisión*.

Hemos demostrado que la sensibilización con respecto a problemas sociales y medioambientales, puede ir de la mano del entretenimiento a través de programas que educan e informan, pero también entretienen.

Nuestras cadenas musicales evitan en sus contenidos menciones expresas sobre temas que puedan herir sensibilidades o ser discriminatorios, con un especial cuidado en el horario infantil.

Por otro lado, los medios de PRISA han abierto espacios a la reafirmación de su compromiso con la solidaridad, co-

mo es el caso del Concierto de los Premios Principales Solidarios, cuyos beneficios fueron destinados a la ONG Ayuda en Acción.

Gestión responsable en la cadena del valor

Dar garantías a nuestros grupos de interés respecto a las obligaciones derivadas del desarrollo de nuestro negocio es una parte relevante de nuestra responsabilidad como organización.

Las relaciones con nuestros proveedores son claves en nuestro ejercicio de responsabilidad. Por ello, nuestra *Guía de relación con proveedores* evalúa no sólo factores económicos, de calidad de producto, servicios, y cobertura geográfica, sino también su integridad y el cumplimiento de sus obligaciones en todos los ámbitos, especialmente en materia fiscal, laboral, Derechos Humanos y de protección ambiental.

Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible nos ha permitido avanzar en materia de gestión ambiental en todas nuestras sociedades, a nivel mundial. El papel y el cartón, en diferentes formatos, es el consumo principal del Grupo en términos de impactos potenciales. Por ello, llevamos a cabo una gestión integral de esta materia prima, realizando controles en todo el ciclo de vida del papel: línea de producción/transformación y en la recuperación del recorte de papel o inventado generado.

Nuestro compromiso

PRISA está adherida al **Pacto Global de Naciones Unidas** desde 2008. Con esta iniciativa, la compañía pone de manifiesto su compromiso con el respeto y la defensa, tanto en sus operaciones como en su estrategia, de los diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, trabajo, medioambiente y lucha contra la corrupción. Además, este año la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas ha felicitado a PRISA por su **Informe de Progreso**, presentado en noviembre de 2010, ante la calidad de la información adjuntada, la organización del documento y las inicia-

tivas llevadas a cabo por la compañía y sus distintas unidades de negocio para integrar la RSC en la gestión del Grupo.

El compromiso de PRISA con la sostenibilidad es reconocido por los inversores y la compañía forma parte del **FTSE4Good Ibex** desde su creación, en 2008. Este estándar valora el compromiso de 30 empresas españolas en materia de Responsabilidad Social y Sostenibilidad. Este año, el índice bursátil ha renovado a PRISA como miembro por cumplir un año más con los criterios de responsabilidad corporativa, derechos humanos, cuidado del medioambiente, compromiso social y lucha contra la corrupción que se evalúan en este indicador.

Principales logros

Auditoría interna de RSC

Cada año, PRISA ha llevado a cabo una auditoría interna con el objetivo de medir el grado de conocimiento y compromiso de nuestras empresas en RSC; conocer en detalle las iniciativas que se desarrollan dentro del Grupo; y detectar buenas prácticas, debilidades, amenazas y oportunidades en este campo para elaborar un plan de acción.

En el estudio participaron 15 países (España, Portugal, Brasil, Argentina, Colombia, Bolivia, Ecuador, Perú, Chile, Estados Unidos, Puerto Rico, Paraguay, Uruguay, República Dominicana y México) de todas las unidades de negocio con el propósito de obtener un análisis interno en materia de Recursos Humanos, relación con los grupos de interés, acción social y medio ambiente. Se realizaron cuestionarios cualitativos y entrevistas telefónicas para conocer la situación de la responsabilidad social en PRISA.

Las conclusiones que se obtuvieron son la base de esta Memoria y constituyen un punto de partida para el diseño de una política de RSC global.

- Alianzas estratégicas:
 - Medioambiente.
 - Acción social.
 - Igualdad/Integración.
- Profundizar la influencia en la cadena de valor.

- Estrategia de producción de contenidos:
 - Definida y alineada en todas las unidades de negocio y mercados.
- Comunicación interna:
 - Con nuestros empleados y proveedores.
 - Con nuestros medios.
 - Potenciar “embajadores” de nuestra marca.
 - Entre equipos de comunicación de unidades de negocio y mercados.
- Campañas de sensibilización:
 - Potenciar nuestra capacidad de prescripción e influencia en la sociedad.
- Incorporación de métricas en sistemas de gestión:
 - Medir siempre lo que hacemos para potenciar la mejora permanente.
- Asumir postura de liderazgo para el impulso de la RSC en el sector de medios de comunicación.
- Explotación de recursos internos:
 - Formación y conciliación.

Campaña global de sensibilización contra el cambio climático

PRISA puso en marcha un gran operativo para apoyar la campaña global de sensibilización contra el cambio climático de la organización internacional WWF (antigua Adena) denominada **La hora del planeta**, el 27 de marzo, involucrando a todas las empresas del Grupo en todos los países en los que la compañía opera. Se trata del mayor evento de participación ciudadana a nivel mundial que PRISA, con un enfoque muy personal, apadrina como *media partner* desde 2009, y que seguirá apoyando cada año en el convencimiento de que tiene un papel importante en la sensibilización de este tipo de cuestiones como agente significativo de la industria de la cultura y la información en español y portugués.

En 2010 esta compañía consiguió movilizar más de 125 países (37 más que en 2009) y 4.211 ciudades en todo el mundo para demostrar que se puede actuar de manera coordinada para demandar a los gobiernos que actúen contra el cambio climático. PRISA puso en marcha un gran operativo que alcanzó todos los so-

portes y países donde opera: televisión, radio, prensa e Internet. La campaña de sensibilización se realizó durante todo el mes de marzo, mediante una cuenta atrás a través de todas las emisoras de Unión Radio, los programas de Cuatro y Digital+, las páginas de *El País* y *Cinco Días*, los medios *on-line* del Grupo y los usuarios de Santillana, contribuyendo a lanzar el mensaje de que aún estamos a tiempo para actuar contra el cambio climático.

PRISA involucró a sus empleados a través de iniciativas internas, y se creó un *site* propio en la web corporativa bajo el *claim*: **PRISA contra el cambio climático** con el propósito de abarcar otras iniciativas en este campo.

Al día siguiente de la convocatoria (28 de marzo), *El País* agradeció la adhesión a la campaña a todos sus lectores en nombre de PRISA.

La valoración económica a través de cobertura redaccional y cesión de espacios publicitarios casi alcanzó los once millones de euros en todos los medios de comunicación del Grupo.

Proyecto somosPRISA

Otra de las iniciativas destacadas de 2010 en materia de responsabilidad social ha sido la extensión del concepto somosPRISA como proyecto marco que engloba una serie de iniciativas de comunicación interna, que integra a todas las unidades de negocio y fomenta la cultura empresarial y el sentimiento de pertenecía. La primera fase consistió en el lanzamiento de la nueva intranet corporativa. Ahora la Dirección de Comunicación de PRISA trabaja en extender esta intranet a todas las unidades de negocio del Grupo, para convertirla en la plataforma madre que albergue todos los espacios internos existentes y convertirla así en el principal canal de comunicación interna de PRISA.

Por primera vez, el Grupo contará con un entorno colaborativo global de trabajo que actuará como canal informativo y como herramienta de trabajo. Los empleados podrán estar informados de las novedades de la compañía y participar de forma activa en un espacio más cercano y personal, tanto en el centro corporativo como en las unidades de negocio y empresas de PRISA. Se trata de un

modelo global, flexible y escalable, que se convertirá en un punto de referencia para todas las empresas del Grupo, que cuentan con acceso propio directo y donde, además, encuentran información de relevancia para su trabajo.

Desde el Centro Corporativo se ha creado un equipo de trabajo compuesto por los responsables de la gestión de las intranets de cada una de las empresas con el objetivo de trabajar conjuntamente para detectar sinergias y explotar oportunidades de colaboración en materia de comunicación interna.

Comunicación responsable

Durante el pasado ejercicio se han producido avances en el plan de gestión de indicadores y comunicación responsable que nos han definido el camino para seguir avanzando en este terreno.

Las más destacadas son las siguientes:

a. Nueva gestión de la Comunicación:

En 2010 la dirección de Comunicación de PRISA ha emprendido una serie de cambios y modernizaciones en la gestión de la comunicación del Grupo, orientados estratégicamente a través de la tecnología avanzada para consolidar PRISA como compañía orientada al consumidor y a potenciar su expansión en los mercados internacionales, especialmente en EE UU, Brasil y México.

Este proyecto compartido y común, liderado por la dirección de Comunicación Corporativa a través del nuevo equipo de directores de Comunicación de todas las unidades de negocio al más alto nivel, tiene especial interés en impulsar la consecución del compromiso de PRISA como grupo empresarial socialmente responsable, en la integración de sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés, las preocupaciones sociales y medioambientales.

b. Establecer canales de comunicación sobre la responsabilidad social, internos y externos:

La web corporativa www.prisa.com contiene un apartado específico sobre responsabilidad social que es actualizado permanentemente con toda



la información referente a nuestra actividad en el área. Asimismo, desde la Dirección de Comunicación e Imagen Corporativa se realiza una labor de comunicación a los medios sobre las iniciativas llevadas a cabo y los empleados reciben información a través de la intranet somosPRISA. También participan en los foros y mesas de trabajo más relevantes sobre RSC, como por ejemplo los que organiza la Fundación Carolina, Media Responsable o Naciones Unidas.

c. Dar a conocer a toda la organización la apuesta de PRISA por la sostenibilidad y lograr su implicación completa:

La propia elaboración de la Memoria Anual implica una labor de sensibilización sobre la RSC y Sostenibilidad a nivel interno, que observamos cómo de año en año va calando entre nuestros interlocutores. Asimismo, la campaña de apoyo a WWF con *La Hora del Planeta* también marcó un hito importante en la sensibilización y explotación de sinergias entre empresas y modos de organización a nivel global. Las unidades acogieron con entusiasmo esta iniciativa que ha sentado las bases de trabajo para futuros proyectos similares.

Estructura y Buen Gobierno Corporativo

Consejo de Administración

Presidente

Ignacio Polanco Moreno

Presidente de la Comisión Ejecutiva y Consejero Delegado:

Juan Luis Cebrián Echarri

Vocales:

Juan Arena de la Mora
Nicolas Berggruen
Matías Cortés Domínguez
Martin E. Franklin
Diego Hidalgo Schnur
Gregorio Marañón y Bertrán de Lis
Alain Minc
Agnès Noguera Borel
Borja Pérez Arauna
Manuel Polanco Moreno
Emmanuel Roman
Harry E. Sloan
Ernesto Zedillo

Secretario no consejero:

Iñigo Dago Elorza

Comisión Ejecutiva del Consejo de Administración

Presidente

Juan Luis Cebrián Echarri

Matías Cortés Domínguez
Martin E. Franklin
Gregorio Marañón y Bertrán de Lis
Alain Minc
Manuel Polanco Moreno
Emmanuel Roman

Comité de Auditoría

Presidente

Juan Arena de la Mora

Agnès Noguera Borel
Alain Minc
Emmanuel Roman

Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones

Presidente

Gregorio Marañón y Bertrán de Lis

Diego Hidalgo Schnur
Borja Pérez Arauna
Harry E. Sloan

Políticas formales de Buen Gobierno

La administración eficiente y la información puntual son los objetivos principales del gobierno corporativo del Grupo PRISA, que responde así a las necesidades de inversores y analistas, además de a las exigencias legales de transparencia en los mercados regulados. El Grupo posee una estructura y unas reglas de gobierno profesionales, con experiencia y eficacia probadas, y desarrolla una política de comunicación corporativa que facilita a los agentes del mercado las condiciones para realizar sus análisis y adoptar decisiones de inversión.

Antecedentes: Reestructuración de la Compañía en 2010

Durante el año 2010 PRISA ha concluido un Acuerdo ("Business Combination Agreement" o BCA), con la sociedad estadounidense Liberty Acquisitions Holdings Corp., (configurada legalmente como una "special purpose acquisition company").

Este Acuerdo ha implicado determinadas actuaciones societarias, en concreto dos ampliaciones de capital, con la consiguiente modificación de la estructura accionarial de la Sociedad, y modificaciones estatutarias y en las normas internas de la misma. Las dos ampliaciones de capital son las siguientes:

1. Aumento de capital mediante la emisión de 241.049.050 acciones ordinarias de clase A emitidas mediante contraprestación dineraria con derecho de suscripción preferente instrumentado a través de warrants.
2. Aumento de capital mediante la emisión de 224.855.520 acciones ordinarias de la clase A y 402.987.000 acciones sin voto convertibles de la clase B, emitidas mediante contraprestación no dineraria, que ha sido suscrita mediante la aportación de todas las acciones ordinarias y warrants, de Liberty Acquisitions Holdings, Corp, una vez absorbida por su filial, Liberty Acquisitions Holdings Virginia, Inc., (sociedad resultante de la fusión, en adelante, Liberty).

Estas acciones ordinarias y convertibles cotizan en las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, a través del Sistema de Interconexión Bursátil Español (SI-

BE) y además, como American Depositary Shares (ADS), en la New York Stock Exchange (NYSE).

Los Warrants de PRISA cotizan en la plataforma de warrants de las bolsas españolas.

Como consecuencia de estas emisiones de valores, la Compañía tiene nuevas obligaciones legales de información frente a los mercados español y estadounidense. Concretamente, PRISA es considerada como un "foreign private issuer" bajo las normas de la *Securities and Exchange Commission* (SEC), entidad reguladora de los mercados de valores en los EE UU, y está sujeta a determinadas obligaciones de información y de gobierno corporativo de acuerdo con la legislación americana aplicable a sociedades que cotizan en aquel mercado (*Securities Exchange Act of 1934*, y *Sarbanes-Oxley Act of 2002*) y de las normas de gobierno corporativo de la NYSE.

Reglas internas de la Compañía

La compañía se rige por lo dispuesto en sus Estatutos Sociales así como por los siguientes reglamentos:

Reglamento de la Junta General de Accionistas

Regula los principales aspectos relacionados con la convocatoria y desarrollo de las Juntas Generales de Accionistas de la Compañía y dispone que "la Junta General es el órgano soberano supremo de la soberanía social y sus acuerdos son obligatorios para todos los accionistas".

Reglamento del Consejo de Administración

Tiene por objeto determinar los principios de actuación del Consejo de Administración, las reglas básicas de su organización y funcionamiento y las normas de conducta de sus miembros.

Reglamento interno de conducta en materias relativas a los mercados de valores

Establece las pautas de conducta que deben seguirse en las actuaciones relacionadas con los mercados de valores. Contiene reglas para la transmisión al mercado de manera inmediata y veraz, de la información relevante de la compañía, para evitar la utilización indebida de información privilegiada y para resolver los posibles conflictos de interés.

Este código de conducta resulta de aplicación para los miembros del Consejo de Administración y miembros de la alta dirección así como para los directores del centro corporativo y otros directivos y empleados del Grupo que, por tener acceso a información privilegiada, así se determinen.

Desde la secretaría general del Grupo se realiza un seguimiento del cumplimiento de las normas de conducta establecidas en este Reglamento.

Recomendaciones en materia de Gobierno Corporativo

Dentro del *Informe Anual de Gobierno Corporativo* (IAGC), la compañía informa del grado de cumplimiento de las recomendaciones en materia de gobierno corporativo. Desde el informe correspondiente al ejercicio 2007, la compañía ha tomado ya como referencia las recomendaciones contenidas en el *Código Unificado de Buen Gobierno*, aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores en mayo de 2006.

Criterios que presiden la actuación del Consejo de Administración

Según dispone el Reglamento del Consejo, los criterios que han de presidir en todo momento la actuación del Consejo de Administración son: el cumplimiento del objeto social, la defensa de la viabilidad de la empresa a largo plazo y el desarrollo de su valor real, salvaguardando la identidad, así como los principios profesionales y deontológicos de las editoriales y de los medios de comunicación del Grupo.

Cultura de responsabilidad social corporativa en los órganos de gobierno de la empresa

Política de Responsabilidad Social Corporativa

La dirección de cada una de las unidades de negocio (editorial, prensa, radio, audiovisual e Internet) adopta todas las medidas necesarias para asegurar la comunicación fluida con la pluralidad de intereses y sensibilidades sociales. Los medios de comunicación del Grupo tienen permanentemente abiertos distintos canales para este fin.

Distintos miembros de los órganos de administración y dirección de la compañía ostentan funciones ejecutivas, con implicación directa e inmediata en los medios de comunicación del Grupo. Esto les sitúa en una posición de permanente interlocución con todos los grupos de interés.

La Sociedad, durante los últimos años, ha venido informando sobre su sistema de responsabilidad Social Corporativa. Cada año esta información ha sido mayor en su

alcance y contenido para una mejor y más completa información pública sobre la materia.

Desde el año 2008 el Informe de Responsabilidad Social Corporativa es aprobado por el Consejo de Administración de la compañía, habiendo participado en su elaboración una firma de consultoría especializada en esta materia.

Nombramientos y ceses

Procedimiento específico para regular el nombramiento de los cargos directivos de la empresa

Los directivos de la empresa son nombrados por el Consejero Delegado, que tiene delegadas todas las facultades y competencias del Consejo legalmente susceptibles de delegación (artículo 11 del Reglamento del Consejo de Administración).

Procedimientos formales para el nombramiento, reelección, evaluación y remoción de los consejeros

Los Estatutos Sociales de PRISA prevén que el Consejo de Administración esté compuesto por un mínimo de 3 y un máximo de 17 consejeros, correspondiendo a la Junta su nombramiento y la determinación de su número.

Actualmente, el Consejo de Administración está integrado por 15 consejeros: un consejero ejecutivo, siete consejeros dominicales, seis consejeros independientes y otro consejero externo.

Los consejeros de la compañía cuentan con distintos perfiles académicos y una destacada trayectoria profesional. Los principales datos de su currículum se encuentran disponibles en la web corporativa (www.prisa.com).

El Consejo de Administración cuenta con un Presidente (D. Ignacio Polanco Moreno), un Consejero Delegado (D. Juan Luis Cebrián Echarri) y un secretario-no consejero (D. Iñigo Dago Elorza). El Presidente y el Consejero Delegado tienen delegadas todas las facultades del Consejo de Administración, salvo las indelegables por Ley.

Comisión Ejecutiva y Comités del Consejo de Administración

El Consejo de Administración de PRISA ha constituido una Comisión Ejecutiva, un Comité de Auditoría y



un Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones.

De la composición y competencias de la Comisión Ejecutiva y de dichos comités, así como del número de reuniones mantenidas a lo largo del ejercicio 2010, se informa detalladamente en el IAGC.

Asimismo, el Comité de Auditoría y el Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones han emitido sendos informes en los que se describen las funciones y actividades de los comités en el ejercicio 2009.

Designación y cese de los consejeros

El capítulo VI del Reglamento del Consejo de Administración contiene las siguientes reglas para la designación y cese de los consejeros:

Los nombramientos de los consejeros se someten a la decisión y aprobación de la Junta de Accionistas, a propuesta del Consejo de Administración y previo informe

favorable del Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones. En el caso de consejeros independientes, es este Comité el que propone su nombramiento.

Asimismo el Consejo de Administración, previo informe no vinculante del Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones, podrá conceder la distinción de consejero de honor a aquellos consejeros que, habiendo ostentado la condición de consejeros de la sociedad durante un periodo superior a 25 años, en razón a sus méritos y dedicación extraordinaria a la Sociedad, merezcan alcanzar tal categoría después de cesar como miembros del Consejo de Administración. La distinción de consejero de honor es un título honorífico y, en consecuencia, los consejeros de honor no son miembros del Consejo de Administración.

Las propuestas de reelección de consejeros que el Consejo de Administración decida someter a la Junta General

habrán de sujetarse a un proceso formal de elaboración, del que necesariamente formará parte un informe emitido por el Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones en el que se evaluará el desempeño y la dedicación al cargo de los consejeros propuestos durante el mandato precedente.

Los consejeros ejercerán su cargo durante el plazo de cinco años, pudiendo ser reelegidos.

Los consejeros cesarán en el cargo cuando haya transcurrido el periodo para el que fueron nombrados, o cuando lo decida la Junta General en uso de las atribuciones que tiene conferidas legal o estatutariamente.

Los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración y formalizar, si este lo considera conveniente, la correspondiente dimisión en los siguientes casos:

- a) Cuando se vean incurso en alguno de los supuestos de incompatibilidad o prohibición o causas de cese legalmente previstos.
- b) Cuando por causa de delito doloso se haya dictado contra ellos un auto de procesamiento firme en un proceso ordinario por delitos graves o una sentencia condenatoria en un proceso abreviado.
- c) Cuando resulten gravemente amonestados por el Consejo de Administración por haber infringido sus obligaciones como consejeros.
- d) Cuando desaparezcan las razones por las que fueron nombrados y, en particular, cuando un consejero independiente o un consejero dominical pierda su respectiva condición.
- e) Cuando, en el transcurso de un año, dejen de asistir a más de tres reuniones del Consejo de Administración, sin causa justificada.
- f) Cuando su permanencia en el Consejo por falta de idoneidad, en los términos que se describen en el artículo 31.5 del Reglamento del Consejo, pueda poner en riesgo de forma directa, indirecta o a través de las personas vinculadas con él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social. A su vez, el citado art. 31.5 dispone

que en aquellos supuestos en los que la situación de conflicto de interés sea, o pueda esperarse razonablemente que sea, de tal naturaleza que constituya una situación de conflicto estructural y permanente entre el consejero (o una persona vinculada con él o, en el caso de un consejero dominical, el accionista o accionistas que propusieron o efectuaron su nombramiento o las personas relacionadas directa o indirectamente con los mismos) y la Sociedad o las sociedades integradas en su Grupo, se entenderá que el consejero carece, o ha dejado de tener, la idoneidad requerida para el ejercicio del cargo.

El Consejo de Administración no propondrá el cese de ningún consejero independiente antes del cumplimiento del periodo estatutario para el que hubiera sido nombrado, salvo cuando concorra justa causa, apreciada por el Consejo previo informe del Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones. En particular, se entenderá que existe justa causa cuando el consejero hubiera incumplido los deberes inherentes a su cargo.

Los miembros de los Comités cesarán cuando lo hagan en su condición de consejero.

Evaluación del funcionamiento y composición del Consejo de Administración

La evaluación periódica del funcionamiento y composición del Consejo de Administración es aprobada por el Consejo de Administración, previo informe del Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones (artículos 5.3.X y 25 del Reglamento del Consejo de Administración).

Información

El IAGC de la compañía proporciona información detallada acerca de la participación accionarial de sus consejeros en el capital social de la sociedad, los cargos que ostentan en las sociedades del Grupo PRISA y en otras sociedades cotizadas, así como los cargos y participaciones que ostentan en otras sociedades con el mismo, análogo o complementario género de actividad del que constituya el objeto social, tanto de la sociedad como de su Grupo. Asimismo, el IAGC proporciona información acerca de la retribución global de los consejeros y de las operaciones vinculadas de las que éstos son parte.

Transparencia

Política formal y transparente en relación a la retribución de los cargos directivos en la empresa

Política de retribuciones

El Consejo de Administración y el Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones aprueba la política retributiva anual del Consejo de Administración y del equipo directivo.

Esta política se somete a la aprobación de la Junta General de Accionistas, como parte integrante del Informe de Gestión que acompaña a las cuentas anuales.

El Informe Anual de Gobierno Corporativo proporciona información acerca de la retribución global de los consejeros y del equipo directivo. Asimismo, la sociedad cumple con lo dispuesto en el artículo 260 de la Ley de Sociedades de Capital que establece que la memoria ha de informar del importe de las retribuciones de los consejeros "de forma global por concepto retributivo".

Transparencia de la información

Suministro de información relevante a los mercados

La compañía pone en conocimiento de los mercados, a través de la CNMV, toda la información relevante, inmediatamente y con carácter previo a su difusión por cualquier otro medio. Esta información también se difunde en la página web de PRISA.

Asimismo, la información financiera trimestral, semestral y anual se pone a disposición de los mercados puntualmente, una vez revisada por el Comité de Auditoría y aprobada por el Consejo de Administración.

Web corporativa

La web corporativa (www.prisa.com) publica toda la información que la compañía pone a disposición de los accionistas y del público en general. Constituye por ello una herramienta clave para reforzar la comunicación del Grupo con los agentes del mercado.

La web corporativa proporciona una amplia información sobre las áreas de actividad y la presencia geográfica del Grupo y sobre los proyectos de acción social y cultural que se llevan a cabo. También se publican las notas de prensa relativas al Grupo.

Además, contiene una sección especialmente dedicada para los accionistas e inversores. En esta sección se publica la información financiera de la compañía y las presentaciones a analistas y se informa sobre la evolución de la cotización de la acción, así como del pago de los dividendos. Asimismo, se publica la información relevante comunicada a la CNMV y a la SEC, se facilitan las normas estatutarias y reglamentarias de la compañía, se proporciona información sobre el Consejo de Administración, la Comisión Ejecutiva, el Comité de Auditoría y el Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones, se facilitan datos relacionados con el desarrollo de las Juntas de Accionistas y, en general, se publican cuantos informes emite la compañía en materia de gobierno corporativo.

Departamento de Relación con Inversores

Integrado en la Dirección de Finanzas y Administración del Grupo, este departamento se encarga de atender y recibir a los analistas e inversores, para explicarles la evolución del Grupo y satisfacer sus demandas de información. Cada año suele recibir a más de cien inversores.

Además, este departamento se encarga de elaborar la información trimestral pública periódica que se difunde en el mercado, organiza viajes para visitar a inversores en las principales plazas financieras (Londres, Nueva York, París y Milán, entre otras) y asiste a conferencias organizadas por los bancos de inversión.

En cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento del Consejo de Administración, se han establecido mecanismos de información regular, pero no privilegiados, a los inversores institucionales de la compañía, mediante la remisión a la CNMV de informes y presentaciones, y la difusión, a través de la página web corporativa, de información de interés para dichos inversores.

El departamento de Relación con Inversores mantiene una relación permanente con los analistas que cubren la acción de PRISA, con objeto de poder explicarles detalladamente cualquier información pública relacionada con el Grupo que pueda tener carácter significativo.

Desde el departamento de Relación con Inversores se continúa intentando incrementar el colectivo de expertos que hacen un seguimiento del valor, que en este momento es de 20 analistas. El objetivo de esta estrategia es conseguir

una cobertura aún más exhaustiva del valor, que redundaría en un claro beneficio para los inversores que han depositado su confianza en PRISA.

Departamento de Atención al Accionista

Dependiente de la Secretaría General, este departamento canaliza el contacto con los accionistas particulares, atendiendo sus consultas y requerimientos de información ya sea personalmente en el domicilio social, mediante atención telefónica, o a través de fax, correo postal o electrónico.

Asimismo, desde este departamento se atienden requerimientos de información del público en general, sobre distintas cuestiones relacionadas con la Compañía.

Participación

Restricciones legales y/o estatutarias al ejercicio de los derechos de voto, así como las restricciones legales de adquisición o transmisión de participaciones en el capital social

No existen restricciones a los derechos de voto correspondientes a las acciones ordinarias de la Clase A. Las acciones convertibles de la Clase B no tienen derechos de voto, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 6 y 8 de los Estatutos Sociales.

No existen restricciones especiales para la adquisición o transmisión de acciones. Se aplica el régimen legal de las acciones representadas por medio de anotaciones en cuenta.

Control de riesgos

Política de riesgos de la sociedad

PRISA cuenta con una estructura de organización y unos procesos de gestión diseñados para hacer frente a los distintos riesgos inherentes al desarrollo de sus actividades. El análisis y control del riesgo se enmarca dentro del proceso de gestión del Grupo y, como tal, involucra a todos los miembros de la organización, en un entorno de supervisión, que se complementa con acciones preventivas encaminadas a asegurar la consecución de los objetivos del Grupo.

El Grupo realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las princi-

pales unidades de negocio. Para ello, dispone de un Mapa de Riesgos, como herramienta de representación gráfica de los riesgos inherentes al Grupo, que es utilizada para identificar y valorar los riesgos que afectan al desarrollo de las actividades de las distintas unidades de negocio que componen el Grupo. Los parámetros que se evalúan en cada riesgo para definir su ubicación en el Mapa de Riesgos son el impacto y la probabilidad de ocurrencia del mismo. La identificación de estos riesgos y de los procesos operativos en los que se gestionan cada uno de los riesgos considerados, es realizada por la Dirección de Auditoría Interna del Grupo, quien informa periódicamente de los resultados de su trabajo al Comité de Auditoría.

Los principales riesgos considerados en el marco de la gestión de riesgos del Grupo se clasifican en las siguientes categorías:

- a. Riesgos estratégicos.
- b. Riesgos de los procesos de negocio.
- c. Riesgos relativos a la gestión financiera.
- d. Riesgos derivados de la fiabilidad de la información financiera.
- e. Riesgos de los sistemas de información, infraestructuras y tecnología.

Sistemas de control establecidos para evaluar, mitigar o reducir los principales riesgos de la sociedad y su grupo:

a. Control de los riesgos estratégicos

La gestión ordinaria de la compañía corresponde a su Consejero Delegado, sin perjuicio de la función general de supervisión del Consejo de Administración y de su Comisión Ejecutiva, que tiene delegadas todas las facultades del mismo legalmente susceptibles de delegación. La Dirección del Grupo, bajo la autoridad del Consejero Delegado, elabora la planificación estratégica del Grupo, definiendo los objetivos a lograr por cada una de las áreas de negocio y las líneas de desarrollo y tasas de crecimiento en función de la situación de los mercados, tanto nacional como internacional, considerando en la elaboración de dicha planificación unos niveles de riesgo adecuados a cada negocio y mercado. Las políticas y estrategias generales de la Sociedad se someten a la autorización previa del Consejo de Administración, y, en particular, el Plan estratégico o de negocio, así como los objetivos de gestión y presupuestos anuales y la política de inversiones son aprobados por la Comisión Ejecutiva.

El cumplimiento del Plan Estratégico y de los Presupuestos se revisa periódicamente analizando su grado de ejecución, evaluando las desviaciones y proponiendo medidas correctoras. En este proceso se involucran los gestores de todas las unidades de negocio, así como los Comités generales y funcionales que elevan sus informes a la alta Dirección del Grupo.

b. Control de riesgos de los procesos de negocio

Para el desarrollo y control de los negocios, el Grupo cuenta con una organización descentralizada y especializada por unidades de negocio y con órganos de coordinación como el Comité de Dirección de Negocios, que realiza funciones de análisis y seguimiento tanto de la evolución de los negocios, como del entorno y de la problemática operativa de las unidades de negocio y el Comité de Eficiencia Operativa, que tiene como objetivo la coordinación de las unidades de negocio para mejorar la eficiencia en los procesos del Grupo.

Los riesgos transaccionales de los negocios, riesgos operacionales, comerciales, legales, fiscales y de otro tipo, son controlados por sus respectivas organizaciones, contando con mecanismos de supervisión a nivel corporativo. Por ejemplo, la Dirección Fiscal del Grupo que supervisa el cumplimiento de la normativa tributaria vigente en cada uno de los segmentos geográficos y de negocio en los que desarrolla su actividad, y gestiona el potencial riesgo derivado de la diferente interpretación de las normas que pudieran realizar las autoridades fiscales competentes en cada caso. Por otro lado, el riesgo inherente a los negocios de radio y televisión que, de forma general son actividades reguladas y prestadas en régimen de concesión administrativa temporal o licencia, es evaluado por las Direcciones Generales de las respectivas unidades de negocio y supervisado a nivel corporativo por Secretaría General. Asimismo, los riesgos comerciales, que se relacionan con la publicidad y con la adecuación de la oferta de servicios y productos a los requerimientos de los clientes, son objeto de un seguimiento continuo por la Dirección Comercial del Grupo, y por un Comité especializado en la Publicidad. A este respecto, hay que destacar la menor dependencia de los ingresos del Grupo, en relación con otras empresas del sector, respecto del ciclo comercial de la publicidad debido al negocio editorial de Santillana y, sobre todo, al negocio audiovisual de la televisión de pago, que presentan flujos de carácter periódico y recurrente. En este sentido, la primera línea de actividad del Grupo la constituyen los ingresos por abonados de la plataforma de televisión digital,

que representan en el ejercicio 2010 un 32,35% de los ingresos de explotación del Grupo. Por otro lado, la coordinación de las distintas unidades de negocio para el estudio de oportunidades de negocio y coordinación de actuaciones conjuntas de las distintas unidades de negocio se realiza a través del Comité de Negocios Transversales.

c. Control de riesgos relativos a la gestión financiera

■ *Riesgo de financiación*

Las obligaciones financieras del Grupo se describen en la Nota 12 "Deuda financiera" de la memoria consolidada de PRISA del ejercicio 2010. A 31 de diciembre de 2010 el endeudamiento bancario del Grupo ascendía a 3.342 millones de euros.

El nivel de endeudamiento del Grupo comporta determinadas obligaciones de pago, abono de intereses y amortización del principal de la deuda, así como ciertas limitaciones operativas derivadas de los contratos de financiación suscritos. Para atender al cumplimiento de las obligaciones financieras, durante el ejercicio 2010 el Grupo ha culminado el proceso de reestructuración de su deuda financiera alcanzando un acuerdo marco de refinanciación con sus bancos acreedores que contempla determinadas modificaciones en los términos y condiciones de los principales contratos de financiación, entre otras, la extensión de los vencimientos del préstamo puente y de una serie de líneas bilaterales de la Sociedad hasta el 19 de mayo de 2013. Asimismo, en el marco del proceso de reestructuración de su deuda, el Grupo ha reforzado su estructura de capital mediante una ampliación de capital que ha generado una caja neta de 650 millones de euros. Estas actuaciones han reducido el apalancamiento financiero y han mejorado el fondo de maniobra del Grupo.

En cuanto a la gestión de las obligaciones financieras a corto plazo ésta contempla el seguimiento detallado del calendario de vencimientos de la deuda financiera del Grupo, así como el mantenimiento de líneas de crédito y otras vías de financiación que permitan cubrir las necesidades previstas de tesorería tanto a corto como a medio y largo plazo. Para ello el Grupo dispone de un sistema de gestión de tesorería centralizado y de un Comité de Caja, Deuda y Capex, que realiza un seguimiento y control semanal de la tesorería del Grupo, así como de proyecciones

de tesorería periódicas consolidadas que permiten optimizar los recursos disponibles para atender las necesidades financieras de cada uno de los negocios y el servicio financiero de la deuda.

- *Exposición al riesgo de tipo de interés*
El Grupo se encuentra expuesto a las variaciones del tipo de interés, al mantener toda su deuda con entidades financieras a interés variable. En este sentido el Grupo formaliza contratos de cobertura de riesgo de tipos de interés, básicamente a través de contratos con estructuras que limitan los tipos de interés máximos.
- *Exposición al riesgo de tipo de cambio*
El Grupo está expuesto a las fluctuaciones en los tipos de cambio fundamentalmente por las inversiones financieras realizadas en participaciones en sociedades americanas, así como por los ingresos y resultados procedentes de dichas inversiones. Durante el ejercicio 2010 los ingresos del área internacional y los procedentes de América Latina alcanzaron un 28,07% y un 20,21% respectivamente, de los ingresos consolidados del Grupo.

Del mismo modo, el Grupo mantiene una exposición al tipo de cambio por las variaciones potenciales que se puedan producir en las diferentes divisas en que mantiene deuda con entidades financieras. A 31 de diciembre de 2010 el peso de otras divisas, diferentes al euro, sobre el total de la deuda del Grupo supone un 1,36%.

En este contexto, con objeto de mitigar este riesgo, el Grupo sigue la práctica de formalizar, sobre la base de sus previsiones y presupuestos, contratos de cobertura de riesgo en la variación del tipo de cambio (seguros de cambio, "forwards" y opciones sobre divisas fundamentalmente).

- *Exposición al riesgo de precio del papel*
El Grupo está expuesto a la posibilidad de variación de sus resultados por la fluctuación del precio del papel, materia prima esencial de alguno de sus procesos productivos. El Grupo ha establecido un programa de cobertura estratégica con el que cubre, con un contrato a largo plazo, el precio de un porcentaje del volumen de papel que está previsto consumir en el plazo cubierto. En el ejercicio 2010 el peso de los consumos de papel sobre el total de compras y consumos del Grupo asciende a un 9,51%.

d. Control de riesgos derivados de la fiabilidad de la información financiera

El proceso de gestión y control de la información financiero-contable implantado está basado en:

- Una adecuada estructura organizativa que mantiene una segregación de funciones en los procesos administrativos y contables que sirven de base para la preparación de la información financiero-contable, como medio para mitigar los riesgos de manipulación/fraude. Cabe destacar la función de la Dirección Financiera del Grupo que asigna las responsabilidades y competencias en las distintas áreas involucradas en la generación de este tipo de información.
- Una permanente actualización de las normas y sistemas de información financiera.

En este sentido cabe destacar el proyecto que se está realizando, con objeto de integrar y homogeneizar los sistemas de información a través de la implantación de un sistema único de información financiera para todas las unidades de negocio del Grupo. En ejercicios anteriores se implantó este sistema de información común en las sociedades del Grupo radicadas en España, Estados Unidos, Colombia, México, y las sociedades de radio en Argentina, y durante 2010 se ha realizado la implantación en las sociedades del negocio editorial ubicadas en Argentina y Chile. Está previsto continuar la implantación del mismo en el resto de sociedades del Grupo en los próximos ejercicios.

Un sistema de revisión de la información económico-financiera regulado a través de manuales, instrucciones y normas internas (manual de valoración y políticas contables, instrucciones para el proceso de cierre de cuentas, calendario anual de la información económico-financiera, plan contable corporativo, normativa de operaciones y conciliaciones intragrupo) y verificado en el cumplimiento de los sistemas de control interno, a través de auditorías internas y externas. En este sentido, y de forma conjunta con el proyecto de implantación de un sistema único de información financiera, se está llevando a cabo la conversión a un plan de cuentas contables común para las distintas sociedades del Grupo, para lo que se realizan las acciones formativas necesarias que garanticen la aplicación adecuada del plan de cuentas común.

Esta adopción por parte de las distintas sociedades del mismo plan de cuentas contables tiene como objetivo facilitar

la integración y reporte de la información financiera, el análisis y seguimiento de la misma, y permitir a todas las sociedades del Grupo compartir un lenguaje financiero común.

e. Control de riesgos de los sistemas de información, infraestructuras y tecnología

La Dirección de Seguridad Corporativa gestiona la seguridad global de PRISA, en colaboración con la Secretaría General del Grupo en la protección de datos y con la Dirección de Recursos Humanos en seguridad de la información, prevención de riesgos laborales y continuidad de negocio. La gestión de la seguridad global, alineada con la internacionalización creciente del negocio, incluye el asesoramiento en materia de seguridad física y lógica y la adopción de medidas coordinadas para reforzar la protección de la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información y sus sistemas, así como la seguridad de los demás activos del Grupo -personas, procesos, instalaciones y sus contenidos-. Estas actuaciones han sido especialmente relevantes en el establecimiento durante el ejercicio 2010 del nuevo modelo externalizado de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

Para ello, en cumplimiento de la Política de Seguridad Corporativa, se ha implantado el Sistema de Gestión de Seguridad Corporativa (SGSC), proyecto iniciado en 2008 con el apoyo de una importante firma tecnológica que será completado en años sucesivos. Los controles derivados de este sistema aplican a los siguientes ámbitos: políticas generales, política de seguridad, estructura organizativa de la seguridad, clasificación y control de activos, seguridad en el personal, seguridad física y del entorno, gestión de comunicaciones y operaciones, gestión de centros de control y seguridad externalizada, desarrollo y mantenimiento de sistemas, control de accesos, gestión de incidentes de seguridad, continuidad de negocio y cumplimiento.

A través de este Sistema, el Grupo integra todos los ámbitos de la seguridad de sus distintas unidades de negocio, estableciendo normativa y controles de aplicación en todo el Grupo o específicos de las Unidades de Negocio.

De forma recurrente el Grupo realiza proyectos de seguridad de las comunicaciones, gestión de incidentes, auditoría de seguridad, plan de contingencia de TI, análisis de vulnerabilidades y sistema de alertas, estando prevista la ejecución en 2011 de los relativos al plan de prevención de fuga de información (DLP), cuadro de mando de seguridad y automatización del sistema de alertas. Respecto a la seguridad

física, se ha realizado un análisis de riesgos sobre algunos activos, estando previsto para 2011 el consiguiente plan de contingencia de riesgos físicos. Así mismo, se está completando la centralización de la gestión de la seguridad de las distintas sedes, potenciando el Centro de Control Corporativo integral, que coordina las actuaciones de los diversos Centros de Control del Grupo ante cualquier tipo de incidente de seguridad física y lógica. También se siguen realizando los estudios de optimización de recursos empleados en seguridad física tendentes a la reducción de costes y dedicados a mejoras tecnológicas.

Por otro lado, PRISA cuenta con un Observatorio Tecnológico con funciones prospectivas acerca de los riesgos y de las oportunidades de negocio que se plantean al Grupo como resultado de la evolución tecnológica.

Grupos de interés

Asociaciones a las que pertenece la sociedad

Muchas de las empresas del Grupo participan activamente en distintas organizaciones sectoriales, con la finalidad de permitir el mejor intercambio de ideas en relación con sus correspondientes negocios.

En el ámbito europeo, PRISA es miembro del European Publishers Council, importante asociación de editores que representa los intereses y puntos de vista comunes de todos ellos ante las autoridades de la UE.

En el ámbito iberoamericano, PRISA ha sido impulsora destacada del Foro Iberoamérica, que reúne anualmente a los principales dirigentes empresariales de los medios de comunicación de los países de Iberoamérica, para la reflexión sobre los problemas comunes en este espacio geográfico y cultural.

En España, y en el área de educación, Santillana participa en la Asociación Española de Editores de Libros y en otras asociaciones del sector educativo cuyos valores de referencia son la maestría, la responsabilidad y la calidad. En el área radiofónica, la SER es miembro de la Asociación Española de Radiodifusión Comercial. En la actividad audiovisual el Grupo también tiene presencia, a través de PRISA TV, en la Unión de Televisiones y Contenidos Audiovisuales (UTECA). En lo que se refiere a la prensa, los periódicos del Grupo participan en la AEDE. En Portugal, Grupo Media Capital participa en la Confederación Portuguesa de Medios de Comunicación Social, que agrupa a más de 600

empresas de los sectores de la prensa, la radio y la televisión. Esta información se amplía en el capítulo 3.

PRISA y la Fundación Santillana realizan numerosos programas educativos y culturales en España y América y sostienen una red de acuerdos y convenios con instituciones y entidades culturales, educativas y científicas: Organización de Estados Americanos, la Real Academia Española, el Instituto Cervantes, la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, la Fundación Teatro Real, la Fundación Carolina, la Fundación Cultural Hispano-Brasileña, Fundación Conocimiento y Desarrollo, Fundación Empresa y Crecimiento, Fundación Príncipe de Asturias y la Fundación Bertelsmann; en el ámbito de la innovación, investigación y desarrollo colabora con la Fundación Pro CNIC y la Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica; finalmente, en el ámbito de la educación universitaria, coopera con distintas universidades españolas y latinoamericanas, entre ellas, la Universidad Autónoma de Madrid, la Universidad Carlos III, la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y, a través del Instituto Universitario de Posgrado, está asociada a la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Alicante y la Universidad Carlos III. Las sedes de la Fundación Santillana en América (Colombia, Brasil y Argentina) desarrollan similares programas de actividad en los campos educativos y culturales.

Los medios de comunicación de PRISA se han convertido en altavoces permanentes de campañas a favor del desarrollo humano promovidas por organizaciones no gubernamentales, como IntermónOxfam, Ayuda en Acción, Unicef o ACNUR, colaboración que dichos medios realizan en el curso habitual de sus labores informativas y con acuerdos de promoción y patrocinio.

De forma permanente, los distintos medios de comunicación del Grupo disponen de canales institucionales para acoger sugerencias, críticas y quejas, y organizan actos de visitas a sus instalaciones, con la finalidad de acercarse a los distintos grupos sociales y permanecen atentos a las sensibilidades de los diferentes grupos de interés y abiertos al debate de ideas, que sirven para enriquecer a la sociedad en su conjunto. Los grupos de interés pueden hacer llegar sus consultas, sugerencias y quejas al centro corporativo, a través del Departamento de Comunicación, la Oficina de Relación con Inversores, y de la Oficina de Atención del Accionista. Asimismo, mediante la página web (www.prisa.com), se informa a los accionistas e inversores de las comunicaciones y hechos relevantes de la Compañía.

De forma permanente, los distintos medios de comunicación del Grupo disponen de canales institucionales para acoger sugerencias, críticas y quejas de sus diferentes grupos de interés.

Asimismo PRISA forma parte de una asociación integrada por emisores de valores españoles, denominada "Emisores Españoles", que tiene como objetivos básicos: i) fomentar medidas que refuercen la seguridad jurídica en todo lo relacionado con la emisión de valores cotizados y participar en el desarrollo de un mejor marco legal tanto en el ámbito nacional como europeo, ii) contribuir al desarrollo de estándares elevados de gobierno corporativo, iii) promover la comunicación entre las sociedades y sus accionistas, y iv) mantener una relación de diálogo y cooperación con la Administración y, en especial, con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Auditoría Interna

La compañía cuenta con un Departamento de Auditoría Interna, cuya función es proveer a la dirección de PRISA y al Comité de Auditoría de una seguridad razonable de que el entorno y los sistemas de control interno operativos en las sociedades del Grupo han sido correctamente concebidos y gestionados.

Dentro de sus funciones están las siguientes:

- a) Evaluación de la adecuación de los sistemas de control interno con objeto de contribuir a una mayor efectividad de los procesos de gestión y control de los riesgos inherentes a las actividades desarrolladas por las sociedades del Grupo.
- b) Revisión de la operativa con objeto de verificar si los resultados alcanzados están de acuerdo con los objetivos y metas establecidos, y de que las operaciones y programas estén siendo implantados o desempeñados tal como fueron planeados.
- c) Opinión y contraste independiente respecto a la interpretación y aplicación de la normativa legal vigente en materia de contabilidad.
- d) Evaluación de la eficiencia con la que se utilizan los recursos en el Grupo.

- e) Revisión de los medios de salvaguarda de los activos y verificación de su existencia.
- f) Revisión de la fiabilidad e integridad de la información operativa y financiera de las sociedades del Grupo, y de los medios utilizados para identificar, evaluar, clasificar y comunicar dicha información.

La Dirección de Auditoría Interna diseña un Plan Anual de Actividades de Auditoría Interna basándose en la identificación y evaluación de los riesgos inherentes a las actividades desarrolladas por las unidades de PRISA, a fin de determinar cuáles son las prioridades de la actividad de auditoría interna, y preservando la consistencia con las metas definidas por la organización.

El Plan Anual de Actividades de Auditoría Interna refleja todas las actividades que la Auditoría Interna tiene previsto realizar a lo largo del ejercicio. Dicho Plan detalla puntualmente las actividades y proyectos a realizar, la naturaleza del trabajo a realizar y los recursos disponibles en el Departamento de Auditoría Interna.

El Comité de Auditoría de la Compañía ha de proponer el nombramiento del responsable del servicio de auditoría interna de la Compañía; supervisar los servicios de auditoría interna; conocer y supervisar el proceso de información financiera y la eficacia de los sistemas de control interno de la Sociedad y los sistemas de gestión de riesgos, así como discutir con los auditores de cuentas o sociedades de auditoría las debilidades significativas del sistema de control interno detectadas en el desarrollo de la auditoría.

Independencia del auditor externo

Nombramiento del auditor externo

El Comité de Auditoría tiene entre sus competencias fundamentales proponer al Consejo de Administración, para su sometimiento a la Junta General de Accionistas, el nombramiento del auditor de cuentas externo. Adicionalmente, el Comité de Auditoría ha de informar y proponer al Consejo de Administración las condiciones de contratación, el alcance del mandato profesional y, en su caso, la revocación o no renovación de los auditores externos, así como supervisar el cumplimiento del contrato de auditoría.

Relaciones con el auditor externo

El Comité de Auditoría se relaciona con el auditor externo para recibir información sobre aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la independencia de éste y cualesquiera otras relacionadas con el proceso de desarrollo de la auditoría de cuentas así como para aquellas otras comunicaciones previstas en la legislación de auditoría de cuentas y en las normas técnicas de auditoría. En todo caso, el Comité de Auditoría deberá recibir anualmente de los auditores de cuentas la confirmación escrita de su independencia frente a la entidad o entidades vinculadas a ésta directa o indirectamente, así como la información de los servicios adicionales de cualquier clase prestados a estas entidades por los citados auditores o sociedades, o por las personas o entidades vinculadas a éstos de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 19/1988, de 12 de julio, de Auditoría de Cuentas.

Asimismo, el Comité de Auditoría ha de emitir anualmente, con carácter previo a la emisión del informe de auditoría de cuentas, un informe en el que se expresará una opinión sobre la independencia de los auditores de cuentas. Este informe deberá pronunciarse, en todo caso, sobre la prestación de los servicios adicionales a que hace referencia el párrafo anterior.

El auditor externo asiste a reuniones del Comité de Auditoría para informar sobre los aspectos más relevantes de los trabajos realizados por la auditoría externa.

Honorarios del auditor externo

Según establece el Reglamento del Consejo de Administración, el Consejo se abstendrá de proponer la designación o la renovación de una firma de auditoría en caso de que los honorarios a cargo de la sociedad, por todos los conceptos, constituyan un porcentaje superior al cinco por ciento de los ingresos anuales de dicha firma de auditoría de cuentas considerando la media de los últimos cinco años.

El Consejo de Administración informa públicamente de los honorarios globales que ha satisfecho la compañía a la firma auditora, distinguiendo los correspondientes a auditoría de cuentas y otros servicios prestados.

Ámbito y alcance del Informe Anual

El presente Informe anual refleja, de forma transparente y fiel, el grado de desarrollo de las actuaciones y compromisos de PRISA en los ámbitos económico, sociolaboral y medioambiental durante el ejercicio 2010, dando continuidad a las presentadas en los cuatro años anteriores. Los datos que se presentan reflejan la totalidad de las actividades desarrolladas por las sociedades de PRISA en los países en los que opera. Las informaciones se presentan mediante datos agregados (a nivel de Grupo) o desagregados (por sociedades) dependiendo de la naturaleza de la información, bajo el criterio de facilitar la comprensión por los lectores.



PRISA declara el presente Informe, correspondiente al ejercicio 2010, con una calificación B.

El Informe anual recoge información de las siguientes empresas y mercados:

Al igual que en el Informe anual de 2009, se han seguido las recomendaciones de la *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*, del **Global Reporting Initiative™**, como base para la presentación y redacción de la información relativa a nuestra actividad. Para la medición de datos, y realización de cálculos, se han tenido en consideración los protocolos técnicos de la Guía GRI-G3, lo que ha llevado a reformular y agrupar algunos de los indicadores contemplados en dicha guía, con el fin de hacerlos más comprensibles y adaptados a la realidad de nuestra actividad.

Para determinar los contenidos del Informe anual de 2010, también se han tenido como base tres aspectos generales:

- Reuniones de trabajo de la Dirección de Comunicación para discutir los temas más relevantes.
- Los resultados de la Auditoría Interna de RSC.
- Benchmarking de otras empresas del sector, tanto nacionales como internacionales.

Ámbito y alcance



	●						
	●	●					
	●		●		●	●	●
	●	●	●	●			●

* Para una recogida de información eficiente de indicadores de desempeño, proponemos limitar al ámbito de la Memoria a las empresas con mayor relevancia en la compañía.

** Santillana recoge información, además de estos países, de Perú, Puerto Rico, Bolivia, USA, Paraguay, Uruguay, Ecuador y República Dominicana.

Los resultados mostrados se refieren al ejercicio 2010, aunque en algunos casos se muestra la evolución de resultados desde años anteriores por considerar representativo este desarrollo comparativo. Con todo ello, esperamos que el Informe anual resulte satisfactorio a todos los lectores, pero como siempre invitamos a participar activamente a través de un canal permanentemente abierto para sugerencias y comentarios de mejora en la página web del Grupo.

Principios de elaboración del Informe anual

El Informe anual ofrece una información fiable y equilibrada sobre el desempeño de PRISA en los principales desafíos que plantea el concepto de responsabilidad social.

Conforme a las directrices establecidas por la Global Reporting InitiativeTM, el contenido de esta memoria refleja los siguientes principios:

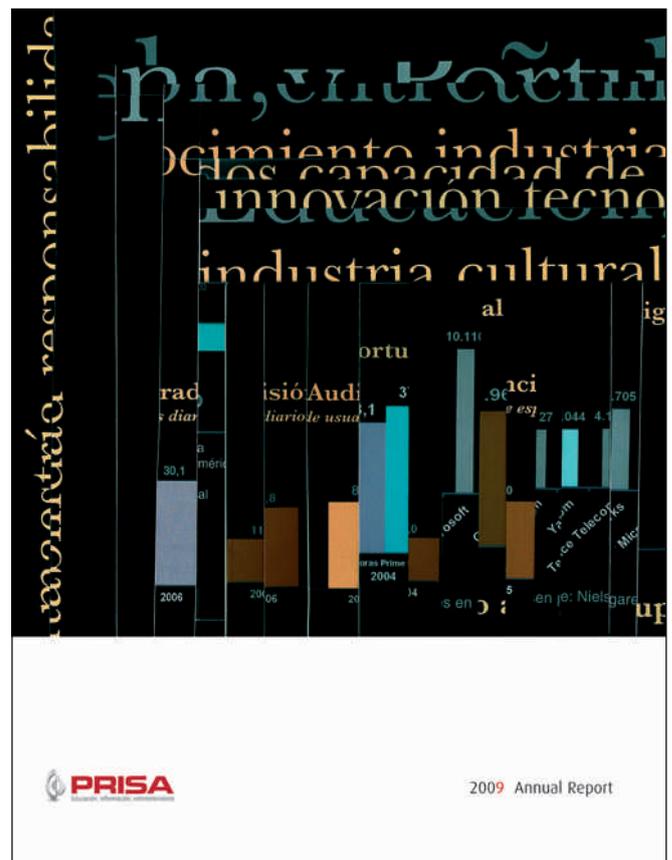
Materialidad. La información que contiene cubre los aspectos que reflejan los impactos significativos del Grupo a nivel social, medioambiental y económico. Aspectos que influyen de manera sustancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés.

Para conseguir alcanzar este objetivo se ha realizado una identificación y categorización de los asuntos relevantes para PRISA a través de la comparación de la madurez de los mismos en el sector, y los riesgos que éstos representan para cada una de nuestras sociedades.

Participación de los grupos de interés, que se encuentran identificados y claramente relacionados con la actividad de PRISA. La compañía trata de satisfacer las demandas y necesidades de estos grupos a través de la mejora y mantenimiento de la calidad de sus productos y actuaciones.

Periodicidad. El presente Informe anual da continuidad a los presentados en años anteriores.

En relación con este aspecto cabe destacar que el intercambio de información entre las distintas sociedades es continuo a lo largo del año.



Claridad, reflejada en la forma accesible y comprensible de los resultados del Grupo, con el objetivo de que sea una herramienta útil y sencilla para los grupos de interés que vayan a hacer uso de ella. Para hacerla accesible a un público amplio y heterogéneo, se han utilizado soluciones gráficas para ilustrar mecanismos de control y gestión, planes de acción y los compromisos en los distintos asuntos relevantes.

Transparencia. Los datos presentados han sido recopilados siguiendo criterios de fiabilidad y exhaustividad de forma que reflejen la situación real de PRISA.

Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe anual en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.

- PRISA e Indra firman un acuerdo estratégico que aumentará el nivel de tecnología del Grupo.
- PRISA firma un acuerdo con Liberty: entrarán hasta 900 millones de dólares en el Grupo.
- PRISA gana la guerra del fútbol.
- PRISA y Telecinco formalizan la operación de integración de Cuatro y la adquisición del 22% de Digital+.
- PRISA incorpora a DLJ South American al 25% de Santillana. Ingresan 279 millones de euros.
- PRISA arranca su transformación digital.
- PRISA y Liberty confirman 100 millones más de compromisos de inversores institucionales.
- Grupo Santillana reorganiza la dirección de sus negocios para potenciar su liderazgo y su apuesta digital.
- PRISA podrá ser parte del grupo de control de *Le Monde*.
- PRISA pacta eliminar la condición de venta parcial de Media Capital.

- Empiezan a cotizar las nuevas acciones de PRISA.
- PRISA TV renuncia a producir CNN + y creará un canal global de noticias.
- PRISA, Telecinco y Telefónica culminan su alianza.
- PRISA TV vende su sede. Obtiene 80 millones de euros y firma un contrato de arrendamiento por 20 años.





A live music performance on a stage. The background is a large, curved wall covered in a vibrant projection of pink and red flowers. In the center, a woman is playing a keyboard on a stand, with a microphone in front of her. To her right, a man is playing an electric guitar. The stage is lit with warm, reddish-orange lights. In the foreground, a black banner with white text is visible. The ceiling is dark with some spotlights.

CONCIERTO
PRIVADO
CANAL+

CANAL+ HD

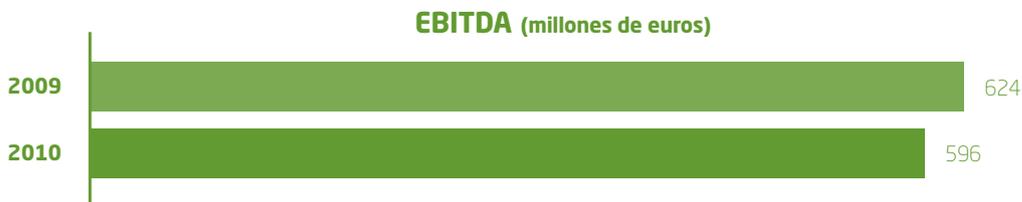
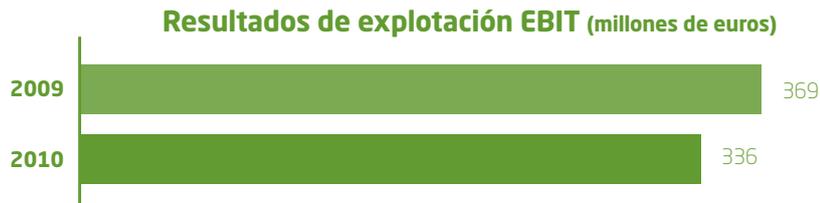
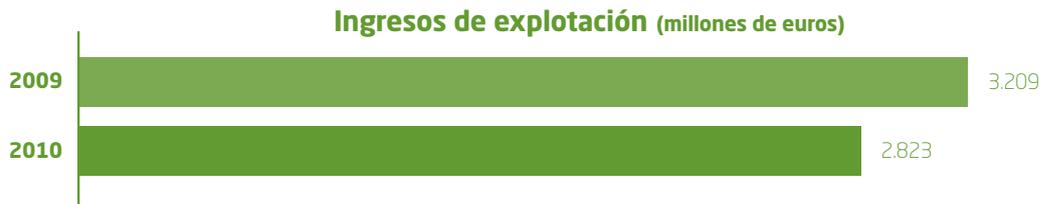
03

Educación, información y entretenimiento en transformación

- La transformación de PRISA
- Áreas de negocio
 - Santillana
 - PRISA Noticias
 - PRISA Radio
 - PRISA TV

Educación, información y entretenimiento en transformación

En 2010 PRISA ha emprendido una nueva fase de desarrollo. El Grupo afronta 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 media y de los contenidos, que hacen necesaria la transformación de PRISA en una nueva compañía, centrada no sólo 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.



PRISA ha ejecutado en 2010 la parte principal de su anunciado plan de reestructuración financiera, manteniendo el perímetro de consolidación y el control de sus empresas, salvo en el caso de Cuatro que era deficitaria. En el ejercicio 2010 facturó 2.822,73 millones de euros y tuvo un EBITDA de 596,33 millones. El EBIT consolidado fue de 336,15 millones de euros. Tras dotar más de 130 millones de euros para el saneamiento del balance, el resultado neto es de -72,87 millones de euros. El Grupo ha cerrado el ejercicio consolidado con todas sus áreas de negocio en beneficio, en un entorno económico y sectorial muy adverso.

El plan de desinversiones y refuerzo de capital llevado a cabo ha supuesto una inyección cercana a los 2.000 millones de euros, lo que le ha permitido a PRISA reducir considerablemente su nivel de endeudamiento, que ahora se sitúa en 4,92 veces su EBITDA.

Con 13.885 empleados repartidos entre Europa y América, PRISA está configurada en cuatro grandes áreas de negocio: Editorial-Educación, Prensa, Radio y Audiovisual, todas ellas apoyadas en su desarrollo digital a nivel transversal.

La transformación de PRISA

En 2010 PRISA ha emprendido una nueva fase de desarrollo. El Grupo afronta 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 media y de los contenidos, que hacen necesaria la transformación de PRISA en una nueva compañía, centrada no sólo 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.

Desde el 3 de diciembre, las acciones de PRISA cotizan tanto en España como en EE.UU., lo que convierte al Grupo en una empresa aún más plural, internacional y con un nuevo modelo de gobierno corporativo, con mayoría de consejeros independientes y gran peso inter-

nacional, que garantiza una absoluta transparencia en sus actividades.

En el marco de esta transformación, en 2010 hemos creado PRISA Brand Solutions, con el objetivo de proporcionar soluciones específicas para que los clientes anunciantes y sus marcas puedan obtener la máxima rentabilidad e integración en nuestros contenidos. PBS nace de fusionar las dos comercializadoras de publicidad con que contaba el Grupo: Box Publicidad, responsable de la gestión publicitaria de los medios impresos y en línea, y GDM, que asumía la comercialización de los espacios publicitarios en televisión y radio. El resultado es una empresa de casi 300 empleados, ocho sedes y 350 millones de euros de facturación anual que gestiona integralmente más de 60 soportes de comunicación. Un nuevo modelo comercial basado en la estrategia de la diferenciación, con la capacidad de combinar numerosos soportes para ofrecer soluciones personalizadas a nuestros clientes.

Actualmente, la compañía está centrada en el desarrollo de la transformación de su modelo productivo, muy dirigido al desarrollo de nuestros productos en función del comportamiento del consumidor, el crecimiento de nuestras empresas, la expansión internacional y el impulso de la transversalidad y las sinergias. Se trata de un cambio de paradigma en el sector de media y contenidos en todo el mundo, provocado principalmente por la incidencia de las nuevas tecnologías, que está haciendo del mundo digital el motor de cambio. Este proceso afecta de forma directa a PRISA, que ha emprendido una completa transformación de toda la organización para adaptarse al nuevo escenario digital.

En este sentido, durante 2010 se ha avanzado considerablemente en el modelo iniciado en 2008 y 2009 mediante el cual la antigua Prisacom, que tradicionalmente aglutinaba la actividad digital del Grupo, ha ido cediendo paulatinamente la gestión de los negocios digitales a cada una de sus respectivas marcas *affiliate* para centrarse en su papel de soporte e I+D. Desde 2009, las redacciones de elpais.com, as.com, cincodias.com, los40.com, etc., ya están plenamente integradas con los negocios tradicionales para facilitar la coordinación y las sinergias entre ambas, y poder así constituir productos completos que respondan a las nuevas demandas. De este modo, desde cada una de las marcas y



Presentación de la novela de Manuel Rivas
Todo es silencio, editada por Alfaguara

unidades de negocio se desarrollan los contenidos para todos los dispositivos existentes en el mercado, pero con el apoyo técnico y estratégico del área digital, cuya misión actual está orientada a:

- Proporcionar una visión estratégica e innovadora de forma unificada sobre la actividad digital del Grupo.
- Desarrollar la plataforma tecnológica necesaria para administrar los contenidos digitales.
- Generar y explotar los nuevos productos digitales.

En enero de 2010 se produjo el nombramiento de dos altos ejecutivos en PRISA, Kamal M. Bherwani, como director general del Área Digital, y Andrés Cardó, como director de Desarrollo Corporativo, Comercial y Marketing, lo que ha supuesto el inicio de una nueva estrategia en los negocios del Grupo, y un cambio de modelo en su desarrollo.

Bherwani es un alto ejecutivo de reputada experiencia a nivel mundial, cuya visión y estrategia ha transformado organizaciones e inspirado equipos tanto en el sector público como privado. Como director general del Área Digital (CDO) de PRISA, Bherwani tiene a su cargo la estrategia digital y la innovación, incluyendo la estrategia digital de PRISA en el área de ventas, distribu-



convertirse en el referente de información meteorológica en lengua hispana.

Por otra parte, hemos desarrollado una adaptación de la herramienta de microsites a plus.es que permite a los periodistas crear webs asociados a series o programas de nuestros contenidos sin la necesidad de que intervengan equipos técnicos.

ción digital y las plataformas de gestión de contenidos (CMS), la tecnología interna, y todas las alianzas tecnológicas.

Por su parte, Andrés Cardó apoyará la expansión de las Unidades de Negocio con especial atención a los mercados de EE.UU. y Brasil, y se ocupará del crecimiento orgánico internacional y la diversificación en nuevos negocios y proyectos transversales. En las áreas de Comercial y Marketing tendrá a su cargo las políticas y estrategias comerciales de las Unidades de Negocio, que incluyen la publicidad, las promociones y la extensión de marcas.

Bherwani y Cardó, en sus respectivos campos de actuación, tienen como objetivo principal transformar el modelo de los negocios de PRISA a fin de que se desarrollen en un entorno tecnológico avanzado y con una decisiva orientación personalizada hacia los millones de consumidores de productos del Grupo.

Desde el punto de vista de producto, en el último trimestre de 2009 se ha desarrollado el canal informativo Infometeo.es, un nuevo site que nace del canal meteorológico de Digital+, junto con la aportación de este tipo de espacios en los medios del Grupo, para

Santillana

Calidad e innovación al servicio de la educación y la cultura

Santillana celebró en 2010 su 50 aniversario. Fundada en 1960 con la voluntad de aportar un modelo exitoso e innovador de edición para la educación, hoy es un grupo editorial global en el ámbito del español y portugués, que está presente en la práctica totalidad de los países de habla española, donde es líder en educación y con un papel muy relevante en las restantes líneas de negocio como la edición general, además de Portugal, Reino Unido, Brasil y Estados Unidos. A lo largo de 2010 Santillana produjo 6.000 novedades para un catálogo de 31.000 títulos.

En estos cincuenta años, su actividad ha erigido un puente cultural entre España e Iberoamérica y ha sido decisiva para la mejora de la educación, destacando su compromiso a través de tres décadas de premios a la innovación escolar y los encuentros anuales del Seminario de Primavera y la Semana Monográfica de la Educación.

Santillana Educación

A pesar de la coyuntura económica adversa, Santillana alcanzó en 2010 un récord histórico en resultados, reforzando la consolidación de la Compañía como empresa líder en productos para todos los niveles de la enseñanza. Con unos ingresos de explotación de 642,25 millones de euros (un 4,1% más que en 2009), ha alcanzado un EBIT-

DA de 166,35 millones de euros (+9,4%). A este excelente resultado ha contribuido el importante crecimiento experimentado en Latinoamérica, con un incremento del 12% en sus ingresos y el 15,7% en EBITDA. Por países, destacan los crecimientos en Brasil (+38,9%), México (+20%), Chile (+17,3%) y Argentina (+7,1%). La calidad de las ediciones y la atención a las necesidades de docentes, alumnos y lectores en general ha reforzado nuestro liderazgo nacional e internacional.

Moderna, nuestra editorial educativa en Brasil desde 2001, obtuvo unos resultados extraordinarios, con una venta líquida de 181 millones de euros, un 37% más que en 2009. Su EBITDA alcanzó los 47 millones de euros (+50,7%). Ha reforzado su liderazgo en el mercado privado, con un incremento de ventas respecto al 2009 del 42%. En relación a su participación en el sector de las escuelas públicas, su cuota supone ya el 18%, con una venta de 27 millones ejemplares.

En el apartado de idiomas, ha sido un buen año con un incremento de ingresos del 9,7% y del EBIT del 17% respecto a 2009. **Richmond** ha conseguido mejorar su posición en el mercado de la enseñanza en inglés, consolidando su imagen internacional. Respecto al idioma francés, **Santillana Français** lidera en España todos los niveles de enseñanza, desde la Primaria (con un 37,8% del mercado), la Secundaria (38,1%), al Bachillerato, donde obtiene más del 50% de cuota.

En 2010 Santillana ha acelerado su transformación en una empresa de tecnología y servicios educativos con el





José Saramago

fin de desarrollar nuevos contenidos que se adapten a los distintos soportes tecnológicos. El grupo ha lanzado este año el *libroweb*, un libro de texto digital que empezó a funcionar el pasado septiembre en algunos cursos de ESO en Cataluña. En la actualidad, también las obras de referencia y consulta y la edición profesional para distintos campos ya está migrando al soporte digital.

En el terreno educativo, Santillana, después de tres años de trabajo, presentó una iniciativa saludable con gran repercusión para los estudiantes de primaria y secundaria: su proyecto *Mochila Ligera*. La editorial, en colaboración con la Fundación Kovacs, lanzó una nueva oferta de libros de texto divididos por fascículos -para reducir el excesivo peso de las mochilas escolares- con una campaña de promoción de hábitos saludables, principalmente para el cuidado de la espalda.

PRISA Ediciones

PRISA Ediciones, que aglutina los sellos editoriales de edición general, obtuvo unos ingresos de 147 millones de euros, con un EBIT de 19 millones de euros (+34%).

El balance literario y ensayístico del año estuvo marcado por acontecimientos tristes y felices. El 18 de junio moría en Lanzarote el Premio Nobel portugués, José Saramago. Santillana, en su 50 aniversario publicó una edición especial, diseñada por Manuel Estrada, de *El viaje del elefante*, del nobel portugués en su honor. Pocos meses después, el 7 de octubre, la Academia sueca anunciaba que Mario Vargas Llosa ganaba el Premio Nobel de Literatura. Buena parte de la historia de Alfaguara ha tenido que ver con la publicación de la obra de estos dos grandes autores. También hubo una pérdida notable para el sello Taurus, la desaparición del aclamado ensayista inglés Tony Judt, del que ha editado gran parte de su obra, incluido *Algo va mal*, un apasionado llamamiento a resucitar los valores colectivos y el compromiso político.

Los sellos de ficción tuvieron un comportamiento espléndido, con un crecimiento importante. En **Alfaguara**, *El Asedio* de Arturo Pérez-Reverte fue el libro más vendido en Sant Jordi y en la Feria de Madrid. El anuncio del Nobel a

Mario Vargas Llosa coincidió con la publicación de su nueva obra, *El sueño del celta* que, como era de esperar, tuvo la aceptación unánime de la prensa y los lectores. También las dos novelas de Daniel Glattauer, *Contra el viento del norte* y *Cada siete olas*, se colocaron en las listas de los más vendidos. Adicionalmente, fue un año de consolidación para el otro sello de ficción, **Suma de letras**. *Come, reza, ama* de Elizabeth Gilbert, la saga *True Blood* de Charlaine Harris, *Oscuro* de Guillermo del Toro y *Lo verdadero es un momento de lo falso* de Lucía Etxebarria, entre otros, han sido títulos que han permitido al sello ganar presencia y ventas en las librerías.

En **Alfaguara Infantil y Juvenil**, después del gran éxito de la saga *Crepúsculo*, se han conseguido posicionar títulos como *Ghostgirl*, *Código Lyoko* y *Monster High*, con importante potencial de crecimiento. **Punto de Lectura**, el sello de bolsillo, incorporó al catálogo, con muy buenos resultados, títulos de éxitos cinematográficos como *Eclipse*, *La llave de Sarah* y *Come, reza, ama*, y de series televisivas como *True Blood*, además de mantener las ventas de los libros del fondo de la editorial.

La no ficción también dio buenas noticias, **Taurus** confirmó la calidad de su catálogo con dos obras de los Premios Nobel de Economía, Amartya Sen (*La idea de la justicia*) y Joseph Stiglitz (*Caída libre*). En **Aguilar**, los títulos de Álex Rovira, Elsa Punset y José Ramón de la Morena encontraron gran respaldo de los lectores. Y aunque el sector del turismo es uno de los más afectados por la crisis, **El País-Aguilar**, con su variada oferta de guías de viaje, mantuvo su liderazgo en este importante nicho del mercado.

Mención especial merecen los premios otorgados por nuestro grupo. El Premio Alfaguara de Novela, ganado por Hernán Rivera Letelier con *El arte de la resurrección*, y el Premio de Ensayo Isabel Polanco, otorgado a Humberto López Morales por *La andadura del español por el mundo*, confirman su prestigio y repercusión en el ámbito cultural en España y América.

Equipo directivo

- Presidente: Emiliano Martínez
- Consejero delegado: Miguel Ángel Cayuela
- Director de Operaciones: Federico Blanco
- Director general Global de Santillana Educación: Francisco Cuadrado
- Director general Global de Santillana Ediciones Generales: Fernando Esteves
- Dirección general Santillana Negocios Digitales: Miguel Barrero

PRISA Noticias

El País concluyó 2010 protagonizando una gran exclusiva periodística: la publicación, junto a otras cuatro grandes cabeceras globales de referencia –*The New York Times*, *The Guardian*, *Der Spiegel* y *Le Monde*– de los papeles de WikiLeaks, la mayor filtración de documentos secretos de la historia. El impacto de las noticias en las sociedades de los distintos países que siguieron las revelaciones a través de *El País* y *elpais.com* se tradujo en fuertes crecimientos en difusión, sobre todo en usuarios digitales, y abrió un apasionado debate sobre el periodismo en la era digital.

En 2010 se puso en marcha en *El País* una nueva mesa central de redacción desde la que se elabora la primera salida digital del diario. Además, durante el año se afianzó el proceso de integración total de la redacción, que está previsto que se culmine a lo largo de 2011, cuando un único equipo periodístico elabore todos los productos digitales o analógicos bajo la marca de *El País* y en diferentes soportes (papel, web, teléfonos móviles, tabletas, etc.). Es importante destacar que en 2010 se puso en marcha una nueva aplicación, con un diseño original específico para iPad, la nueva tableta de Apple. A los pocos meses de su lanzamiento superó las 100.000 descargas. Se abrió de esta forma un nuevo horizonte de posibilidades periodísticas que se consolidará con nuevas tabletas de otras marcas y tecnologías, así como con aplicaciones específicas.

Otra de las estrategias clave del año fue aprovechar desde *El País* la oportunidad que las redes sociales ofrecen como prescriptores de calidad. A lo largo del año, el periódico experimentó un fuerte crecimiento en su impacto en las redes, que de alguna forma se convierten en prescriptores distintos a los algoritmos y consiguen que los contenidos cobren un mayor protagonismo. En este contexto, el periódico lanzó en 2010 Eskup, que es al mismo tiempo una red y un instrumento periodístico, un foro de debate, un espacio para la última hora, un medio de comunicación abierto.

2010 fue además el año del afianzamiento y la expansión de la Edición Global de *El País*. El diario que se imprime y distribuye en América con criterios de edición que salen al encuentro de lo que demandan los lectores más exigentes de las sociedades americanas multiplicó



su difusión y amplió a Chile los acuerdos que ya mantenía con periódicos de México, Argentina y el Caribe.

El País confirmó en 2010 que continúa siendo líder en prensa de información general de pago. A pesar de la crisis, logró una difusión promedio de 370.080 ejemplares diarios, con lo que incrementó la ventaja sobre su más directo competidor, al que superó en más de 84.000 ejemplares de media, según los datos de la OJD pendientes de auditar. Sobre el Estudio General de Medios (EGM), *El País* revalidó la mejor cifra de audiencia en periódicos de información general con 1.924.000 lectores diarios entre febrero y noviembre, superando en 624.000 lectores a su inmediato competidor. Añadir referencia como único diario en beneficio neto positivo.

Elpais.com, mantuvo y aumentó el año pasado el fuerte crecimiento experimentado en 2009 y alcanzó la cifra de 6.596.000 usuarios únicos mensuales (según datos del panel de Nielsen/Netview, que proporciona información de audiencia española procedente de hogar y trabajo). La distancia con su más fuerte competidor en Internet se ha reducido hasta llegar a los 144.000 usuarios únicos mensuales.

La dirección de marketing de *El País* organizó y ejecutó en 2010 varias campañas de marca realizadas siempre bajo conceptos multimedia y con planes de medios multisoporte.

Para la primera ola de EGM se lanzó una campaña centrada en *El País Semanal* y sus valores bajo el mensaje: "Todo lo que necesitas en un solo lugar".

En el segundo trimestre del año se recuperó una campaña de amplio impacto de la que nos sentimos especialmente orgullosos: "El País está donde estás tú", con el grupo de rap puertorriqueño Calle 13.

En el último trimestre del año el periódico habló con voz muy potente desde los contenidos (lanzamiento de la información de Wikileaks) y se concentró la actividad de marketing en acciones tácticas: concursos, sorteos y acciones de fidelización para la captación de registros.

El País desarrolló en 2010 una intensa actividad dentro de la marca «El País Encuentros»: entre los doce eventos celebrados, hay que destacar el celebrado en mayo en Madrid con el entonces presidente de Brasil, Luis Inacio Lula da Silva; el que se organizó en junio en Barcelona con el entonces president de la Generalitat, José Montilla, y el Encuentro Financiero Internacional organizado con Caja Madrid en noviembre.

En 2010 se repitió la acción de *Consejero Delegado por un día*: una intensa selección entre jóvenes universitarios para elegir a los 15 mejor preparados y darles la oportunidad de pasar un día con los CEO's de las mejores empresas.

Además, el diario mantuvo junto a Endesa el programa de *El País de los estudiantes*, con 45.000 alumnos y casi 7.000 profesores embarcados en la apasionante aventura de hacer un periódico. Y se repitió el incentivo de viajar a cinco de los Grandes Premios de Fórmula 1 en un concurso con el Banco Santander.

El País salió a la calle en varios eventos en actos patrocinados que se celebraron en México (Feria Internacional del Libro de Guadalajara), Madrid (Encuentros Financieros Internacionales), Barcelona (Cataluña frente a la crisis) y otras ciudades. Nuestro stand de ARCO en 2010 fue una obra de Alberto García-Alix.

En 2010 *El País* llevó a cabo 68 promociones, de entre las que destacaron: en el ámbito de la formación, el curso de Microsoft Windows 7, la Enciclopedia del Estudiante y la colección de libros de la ESO; en el ámbito del cine, Cine de ciencia ficción, Cine de Estreno y Cine Clásico; en el de la música, el lanzamiento del nuevo disco *Cigala y Tango*, de Diego El Cigala, el disco de despedida *Bye Bye Ríos*, de Miguel Ríos, y la discografía completa de Camarón. Y en otros ámbitos de la cultura y el entretenimiento, el DVD de *Pocoyó*, las *Aventuras de Calliou* y los *Cuentos Clásicos Disney*.





Premios AS del Deporte

As cerró el año con una difusión media de 211.553 ejemplares, y su número de lectores alcanzó 1.395.000 -según la tercera ola del EGM-, lo que supone un incremento de 89.000 lectores respecto al año anterior. El periódico es líder de la prensa deportiva nacional -tanto en venta como en quiosco- en Madrid y otras nueve provincias españolas, incluida Barcelona. Y en 2010, coincidiendo con la celebración del Campeonato Mundial de Fútbol, alcanzó cifras records de ventas, convirtiéndose durante cuatro días, desde el 12 de julio -con 885.844 ejemplares vendidos- hasta el 15 -con 608.495-, en líder de la prensa española.

Por cuarto año consecutivo, **As** celebró el 30 de noviembre, con gran éxito de público y la presencia de grandes estrellas del deporte nacional, la cuarta edición de sus premios. La ceremonia tuvo como escenario el Palacio de Congresos y Exposiciones de Madrid y fue retransmitida por Cuatro. Los premiados en esta ocasión fueron la Selección Española de Fútbol, el tenista Rafael Nadal y el piloto de moto GP Jorge Lorenzo, además Marc Márquez, también piloto de 125cc, en la categoría de promesa. Realmente emotivo fue el homenaje que se le rindió en esta gala al veterano jugador de Real Madrid, Francisco Gento, que recibió su reconocimiento entre las seis copas de Europa que ganó con la camiseta de su club, y que cedió el Real Madrid para la celebración.

Cinco Días fue el único diario económico que creció en audiencia respecto al año anterior a pesar del entorno adverso. Y cerró su ejercicio con 68.000 lectores diarios, según la tercera ola del EGM. 2010 fue el año de consolidación del Foro Cinco Días, con la celebración de 30 encuentros, que contaron con la participación de seis presidentes autonómicos (Patxi López, Alberto Núñez Feijoo, Paulino

Rivero, Miguel Sanz Sesma, Marcelino Iglesias y José Antonio Griñán) y cinco altos cargos del Gobierno (José Blanco, Manuel Chaves, Elena Salgado, Carlos Ocaña y José Manuel Campa), además de dirigentes nacionales e internacionales de partidos políticos, organismos e instituciones. Fueron los casos de Ángel Gurría, secretario general de la OCDE, Miguel Canalejo, presidente ejecutivo de Redtel, Jordi Hereu, alcalde de Barcelona, y Guillermo Montoro, coordinador de Economía del Partido Popular, entre otros.

El 4 de noviembre se celebró la tercera edición de la entrega de los Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial, acontecimiento que se ha consolidado ya como el encuentro anual que reúne en torno a PRISA al mundo empresarial y financiero de nuestro país y que persigue destacar el compromiso de esas empresas con la sociedad, con las nuevas tecnologías y con la Universidad. En esta tercera edición los premios recayeron en BBVA, Panda Security y Saft Baterías.

PRISA Revistas, edita las revistas de PRISA en España y Portugal, reforzó editorialmente en 2010 las ediciones de *Rolling Stones* y *Cinemanía* con la incorporación de sus correspondientes páginas webs. De esta manera, *Cinemanía* ofrece a diario la cartelera cinematográfica de toda España mientras que *Rolling Stone* recoge el programa de los conciertos más importantes previstos. En noviembre tuvo lugar en Pachá (Madrid) la gala de entrega de los II Premios Rolling Stone, que organiza la revista. La convocatoria reunió a más de 700 personas y entre los galardonados se encontraban Joaquín Sabina, Enrique Bumbury, Miguel Ríos, Ariel Rot, Luis Tosar, Love of Lesbian y Lori Meyers. Entre los nuevos proyectos que lanzó la factoría de Progres a en el anterior ejercicio figuran la revista *Paisajes*, que edita Renfe, y tres publicaciones corporativas dependientes de Correos, Aena y Carrefour, así como proyectos digitales para La Caixa, Viajes Barceló y el Ayuntamiento de Madrid.

Equipo directivo

- Presidente ejecutivo de PRISA Noticias y consejero delegado de EL PAÍS: José Luis Sáinz
- Director general: Jesús Ceberio
- Director general de Prensa y consejero delegado de PRISA Revistas: José Ángel García Olea
- Director de *El País*: Javier Moreno
- Director de *As*: Alfredo Relaño
- Director de *Cinco Días*: Jorge Rivera

PRISA Radio

La comunicación global en español

PRISA Radio es el mayor grupo radiofónico en español con 27 millones de oyentes y 1.238 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 y Ecuador.

Durante 2010 PRISA Radio ha implantado un 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. Este modelo se desarrolla tanto en los productos como en las áreas de gestión, estableciendo sinergias entre todas sus empresas para el desarrollo comercial de nuevos formatos y contenidos con una triple apuesta en lo local, nacional y global.

Todo ello ha convertido a PRISA Radio en un referente radiofónico de carácter global en el mundo de habla hispana. Este modelo hace que la presencia internacional de PRISA Radio, y la especial atención a las particularidades locales, permita optimizar los intercambios y multiplicar la generación de valor.

En este año de profunda transformación, PRISA Radio ha trabajado 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. Se ha impulsado la creación de productos radiofónicos comunes como *Hora 25 global*, que se

desplazó a Haití a los 100 días del terremoto para ver cómo se recomponía el país, y estuvo presente en la Cumbre de Jefes de Estado de Mar del Plata en Argentina; o bien con programación especial sujeta a los grandes acontecimientos como el despliegue informativo durante el Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010, o la cobertura radiofónica de Chile durante el terremoto de febrero y el accidente de la mina de San José, ofrecida para todas las emisoras a ambos lados del Atlántico.

En un entorno digital en permanente transformación, se ha puesto especial énfasis en la creación de contenidos dinámicos para todas las plataformas y en fomentar la interacción con los oyentes explotando las posibilidades de las redes sociales. El ejercicio 2010 se ha caracterizado por un crecimiento de la actividad digital de los productos de PRISA Radio, cuya audiencia global (España y Latinoamérica) ha experimentado un crecimiento del 22.2% respecto a 2009. El promedio de usuarios únicos/mes ha alcanzado la cifra de 12.660.690 y el registro en las comunidades propias ha superado los 800.000 usuarios.

A destacar la actividad en redes sociales, que ha hecho que se incremente significativamente la presencia de nuestras marcas en las mismas. Algunos datos como los casi un millón de fans en Facebook, los cerca de 50.000 en Tuenti en un muy corto espacio de tiempo, o la nueva presencia de nuestros productos en Twitter, así lo demuestran.

Organizativamente, se ha producido una importante redistribución de recursos en línea con el proceso de trans-



Presentación de la nueva temporada de Cadena SER

formación iniciado en el Grupo. Fruto de la misma se crean el Área Digital Corporativa y las Mesas de Producción Multimedia, integrando así los procesos productivos y editoriales *on* y *off-line*.

Estratégicamente, se produce un alineamiento con las directrices digitales corporativas, impulsadas por el Área Digital de PRISA, con quien se ponen en marcha distintas iniciativas relativas a la evolución de productos digitales, así como en el terreno de la innovación. Algunos ejemplos son el desarrollo y lanzamiento de aplicaciones móviles para diferentes plataformas, superando ya las 500.000 descargas, o la adaptación de productos a soportes emergentes, como las *connected TV* o las videoconsolas.

PRISA Radio cierra 2010 con 25.857.908 oyentes

En España, PRISA Radio acaba el 2010 con 12.063.000 oyentes. La Cadena SER cerró el decimoséptimo año consecutivo como líder absoluto del mercado, con 4.247.000 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 3.890.000 oyentes, es desde hace más de cuatro décadas la marca de entretenimiento número 1 en España y, gracias a su proceso de expansión, ahora también lo es entre los jóvenes de los países de Latinoamérica donde está presente.

Radio Caracol, con casi 9 millones de 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, además de dos formatos de radio distribuidas exclusivamente por Internet.

En Chile, PRISA Radio es líder indiscutible del mercado radiofónico. 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 con una audiencia que casi duplica a su inmediato seguidor.

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.

En Argentina, PRISA Radio alcanza 1.225.510 oyentes en la ola de octubre-noviembre de 2010. Radio Continental, que este año ha celebrado su 40º aniversario, sigue reforzando su reconocimiento en el panorama radiofónico argentino. Así, ha recibido el Premio ETER a la mejor programación AM, y cuenta cada vez más con el respaldo de los oyentes, habiéndose visto incremen-



tada su audiencia en un 30%. De la misma manera, el formato musical 40 Principales, con un 20% más de oyentes que hace un año, se sitúa como la segunda radio más escuchada en su target. Además, durante este 2010 el portfolio de radio musical en Argentina se ha visto incrementado con la incorporación de la radio fórmula Imagina.

En Estados Unidos, PRISA Radio opera dos emisoras de radio que emiten en español, una para la zona de Los Ángeles y el 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. Además, PRISA Radio posee GLR Networks, empresa productora y distribuidora de programas y espacios comerciales con 107 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 ha lanzado en octubre ADN, un nuevo formato de radio hablada que incluye noticias, deportes, música y programas de variedad.

Música

Durante este ejercicio, se ha continuado impulsando el negocio musical destacando la plena integración de Gran Vía Musical (GVM) en PRISA Radio, para completar la presencia de ésta en toda la cadena de valor de música, y

desarrollando la marca 40 Principales en todo el mundo, pasando de ser una marca radiofónica a una firma internacional multimedia con una total apuesta por el mundo digital.

El desarrollo e implementación de la marca 40 Principales a nivel internacional, se ha visto en 2010 completada con el desarrollo de una única plataforma digital, sobre la que se sustentan los contenidos del principal portal musical de Internet en español: www.los40.com, que tiene su desarrollo local en cada una de las naciones en que opera la marca. Paralelamente, productos como "Inter-night" o "Game 40", que combinan de cara al usuario radio e Internet, han tenido también en este año su desarrollo global en el entorno 40 Principales.

2010 fue un año de éxito para los artistas representados por nuestra empresa de management RLM. Alejandro Sanz realizó una extensa gira mundial, "Tour Paraíso", que le llevó por toda Latinoamérica, España y Estados Unidos, y que cerró con 688.000 espectadores.

"Raphael 50 años después" sirvió para el reencuentro entre el artista jienense y su público. Sólo en España 44.000 personas vieron a Raphael sobre el escenario, y Madrid colgó el "sold out" en los 16 conciertos consecutivos que ofreció.

Miguel Bosé y su "Cardio Tour" ofrecieron otro de los grandes espectáculos musicales del año, con una gira que le llevó por Latinoamérica y España y que contemplaron 253.000 personas. Su concierto del 16 de septiembre en Madrid, sirvió para grabar un cd+ dvd que se editó en marzo de 2011.

También realizaron sus giras: Marlango, Mala Rodríguez, David DeMaría, Melendi, Malú, The Cabriolets y Calle París.

El año 2010 fue también de innumerables eventos para la productora Planet Events. Artistas como Alejandro Fernández, Ana Carolina, Caetano Veloso, Calle 13 y La Mala, Claudio Baglioni, David Bisbal, Diego Martín, Eros Ramazzotti, Franco de Vita, Millow, Paulina Rubio, The Australian, Pink Floyd, Tiziano Ferro y Tokio Hotel realizaron sus tours bajo la producción de Planet, que fue también responsable del gran éxito de la gira de despedida de los escenarios de Miguel Ríos ("Bye Bye Ríos" a la que asistieron cerca de 100.000 espectadores).



La gira mundial de Shakira llegó a España en noviembre, siendo Planet productora -en colaboración con Live Nation- de sus conciertos en Madrid, Bilbao y Barcelona.

Completaron el balance de producción de Planet Events en 2010 eventos como los Premios 40 Principales, los Premios Cadena DIAL, los Premios Ondas, los conciertos de celebración de los 100 años de la Gran Vía madrileña, los conciertos de los campeonatos de Moto GP, el festival Primavera Pop de los 40 Principales, el montaje del stand de 40 en el Rock in Río de Madrid, el Festival Cultura Urbana, los Premios As, los shows de Patito Feo y los conciertos MoviStar de M.I.A., Kesha, Dover, 84 y Pereza. Dentro de los actos organizados por la Universidad Europea de Madrid, Planet realizó la producción del acto de nombramiento de Nelson Mandela y el Primer Ministro de Turquía (Recep Tayyip Erdogan) como Doctores Honoris Causa, así como la Cumbre American Business Council (encuentro entre Mariano Rajoy y medios de comunicación).

Nuevos negocios

El área de Nuevos Negocios de PRISA Radio continuó en 2010 con la labor emprendida en años anteriores en lo relativo a la incursión en sectores como:

- **Los videojuegos**, exportando el modelo de Game 40 en radio a todos los países en que opera la marca 40 y prosiguiendo su edición en televisión y revista.
- **El teatro musical**: tras el éxito de la primera temporada en Madrid, *40 El Musical* continuaba en la capital y simultáneamente debutaba en el Paralelo de Barcelona (más de 500.000 espectadores han visto la obra).
- **El mundo de la moda**: nuevas colecciones de temporada para subrayar el acuerdo cerrado con la firma Adolfo Domínguez para la comercialización de "Music Collection by 40 Principales".

Además, la marca 40 Principales también ha trascendido a otras áreas de negocio, como la Tarjeta 40 Principales, principal *affinity* de España con más de 600.000 clientes, 40 Viajes (nuevo portal de viajes para compra online), 40 móvil, etc. Y próximamente con la apertura de 40 Café, un local de ocio y entretenimiento con restauración en la Gran Vía de Madrid.

Desde Nuevos Negocios partió la organización y puesta en marcha de la gira de despedida de Miguel Ríos, que recorrió toda España y que vieron cerca de 100.000 espectadores. *Bye Bye Ríos* se editó también como CD en edición especial lanzada con el diario *El País* y agotó existencias en pocas semanas.

PRISA Radio, a través de los 40 Principales, dinamizó a sus oyentes con la Copa 40 y el Evento 40 y contribuyó a concienciar socialmente a sus más de 6.000.000 de oyentes con acciones solidarias como Arte 40, Plántate y los Premios Principales 2010. Además, PRISA Radio ha actuado en todas sus emisoras, de forma individual o conjuntamente, como impulsor de dinámicas sociales y de cohesión entre distintos países con el instrumento de la lengua común.

Son muchos los acontecimientos destacados de PRISA Radio que se dan cita a lo largo del año. Los Premios 40 Principales, se han convertido en el referente internacional del mercado musical iberoamericano, con una audiencia de más de 6 millones de oyentes, 4 millones de usuarios únicos, una cobertura televisiva en más de 32 millones de hogares, entre los canales de cable A&E en Latinoamérica, y más de 10 millones de espectadores en V-me, TV para Estados Unidos y en Cuatro TV y 40 TV para España. Otros acontecimientos relevantes son los Premios Ondas, que valoran el trabajo de los profesionales de la radio, la televisión y la música en España y Latinoamérica, y los Premios Cadena DIAL, un nexo de unión entre España y América que reconoce el trabajo de los artistas de música en español.

Equipo directivo

- Presidente de PRISA Radio: Augusto Delkader
- Consejero delegado de PRISA Radio: Francisco Javier Pons
- Director general de PRISA Radio: Javier Cortezón
- Director de Comunicación de PRISA Radio: Josep M^o Girona
- Director general de PRISA Música: Jordi Finazzi
- Director de Radios Habladas de PRISA Radio: Daniel Anido
- Director de Negocio de PRISA Radio: Antonio Buades
- Director Financiero de PRISA Radio: Francisco Vélez
- Director del Área Digital de PRISA Radio: Javier Viroomal

Radio en España

- Director general de la Cadena SER: Alejandro Nieto
- Director de Informativos: Antonio Hernández- Rodicio
- Director de Antena: Luis Rodríguez Pi

Radio internacional

- Director general de América del Sur: Ricardo Alarcón

PRISA TV

PRISA TV, el holding audiovisual de PRISA, se consolida un año más como la plataforma líder en el sector de la televisión de pago en España. Con más de 1.800.000 abonados, Digital+ ha sido pionera en la implantación de la televisión digital, la alta definición, las emisiones en 3D y los servicios interactivos.

La plataforma dispone de más de 150 canales de producción propia y ajena. Digital+ ha continuado apostando por incorporar a sus emisiones las últimas tecnologías y los mejores contenidos. La profunda transformación que vive el sector ha convertido a Digital+ en un centro de entretenimiento digital global, al que se puede acceder desde todo tipo de dispositivos y donde el espectador elabora su programación de acuerdo a sus gustos.

Digital+ ha alcanzado en 2010 acuerdos con los otros operadores de televisión de pago (TeleCable, Orange TV y ONO) en los que distribuye su canal Premium Canal+. Desde mayo de 2010 Jazztel ofrece a sus abonados una oferta combinada de ADSL con llamadas y más de 30 canales de Digital+.

PRISA TV obtuvo en 2010 una facturación de 1.372,40 millones de euros con un EBITDA de 308,78 millones.

La expansión internacional de PRISA la sitúa como líder de la televisión en abierto en Portugal con TVI y como uno de los principales creadores mundiales de contenido audiovisual a través de su productora Plural Entertainment. Su presencia internacional se completa con VMe, la cuarta cadena en importancia en EE.UU. dirigida íntegramente a la comunidad hispana.

El año 2010 se han producido cambios en el accionariado y en la composición de la compañía. Se decidió el cese de actividades de CNN+ por razones de rentabilidad, se completó la integración de Cuatro en Telecinco a cambio del 17,3% de la nueva compañía resultante, y la venta de dos paquetes minoritarios del capital de Digital+. Con esa operación el accionariado de PRISA TV queda participado en un 56% por PRISA, un 22% por Telefónica Contenidos y otro 22% por Mediaset España.

DIGITAL+

2010 ha sido un año de una fuerte apuesta tecnológica, del comienzo de un nuevo modelo de entretenimiento en el que el espectador programa su propia televisión. Se ha renovado la calidad y la cantidad de los contenidos y, por tanto, el compromiso con los abonados. Esa dedicación ha dado sus frutos, con un crecimiento neto en el número de abonados todos los meses desde septiembre de 2010.

Digital+ generó en 2010 unos ingresos de 1.133,99 millones de euros y un EBITDA de 269,37 millones.

La visión de futuro se refleja en las apuestas que se han hecho por tener los mejores contenidos. Desde la temporada 2013, la UEFA Champions League volverá a Digital+. El mayor espectáculo del fútbol europeo podrá disfrutarse en exclusiva en la plataforma de PRISA TV, que utilizará las últimas tecnologías de imagen y sonido para trasladarlo al espectador como una experiencia única en televisión. Digital+ es, sin duda alguna, el mejor escaparate para todas las grandes series. Una renovada apuesta que se refleja también con el éxito del Festival de Series que organiza Digital+ desde hace tres años, y que en la edición de 2011 ha multiplicado sus sedes, con una edición de primavera en la Mostra de Valencia previa al gran Festival que se celebrará en Madrid en otoño, con la participación de todas las grandes distribuidoras de Hollywood.

Una de las claves de la estrategia de crecimiento en 2010 ha sido el iPlus. El descodificador exclusivo de la plataforma que supera en funciones y posibilidades a cualquiera de sus competidores en el mercado. El iPlus ha cambiado la forma de ver la televisión, convirtiéndola en un centro de entretenimiento digital. Permite al espectador un control total de las emisiones, pudiendo detener un directo, hacer retroceder o avanzar la imagen, y es también la puerta de acceso a la Alta Definición y al 3D. Dispone, además, de un disco duro de 500 GB que puede grabar más de 80 horas de contenidos, etc.

Actualmente iPlus está disponible en cerca de 400.000 hogares que lo valoran muy positivamente. En esta línea

de satisfacción con iPlus, los clientes de Digital+ declaran que con este descodificador realizan un mayor aprovechamiento de la televisión. Un 81% afirma que iPlus ha cambiado su forma de ver la televisión y un 88% sitúa a Digital+ a la vanguardia de la televisión de pago gracias a iPlus.

Conectado a Internet, el iPlus da acceso a dos nuevos servicios. Digital+ a la Carta permite descargar contenidos de la plataforma, almacenarlos en el disco duro del iPlus y reproducirlos cuando el espectador desee. El servicio está disponible las 24 horas del día sin incremento de coste sobre el paquete comercial contratado. Digital+ a la Carta ha comenzado con una oferta de contenidos de Canal+ que abarca distintos géneros, y que irá creciendo hasta presentar un catálogo con miles de títulos. Con Digital+ a la Carta se puede también recuperar los contenidos de Canal+ que ya no están en emisión. El servicio *Videoclub* funciona como una inmensa videoteca en la que el usuario puede alquilar películas de todos los géneros para verlas en su televisión o en su ordenador.

Digital+ a la Carta y *Videoclub* son dos ejemplos de la transformación tecnológica que está en marcha y que está cambiando el concepto de la televisión. De los canales con programación lineal se pasa a una televisión en la que el espectador elige lo que quiere ver y cuando lo quiere ver. De un dispositivo colocado en el salón de la casa, a una programación que se recibe en todo tipo de pantallas. Digital+ ya está disponible en teléfonos inteligentes, ordenadores, iPhones y iPads.

CANAL+

Canal+ es la marca *premium* de la televisión de pago en España. Una familia de 13 canales con los mejores contenidos en deportes, cine, series, documentales y programas infantiles. Todo ello ofrecido con la máxima calidad y en canales de HD.

Un año más ha continuado ofreciendo a sus espectadores las mejores competiciones deportivas nacionales e internacionales. La liga española de fútbol al completo, todas las grandes ligas del planeta, el Mundial de Sudáfrica, la NBA, el Open de Australia, Wimbledon y el US Open de tenis, la NFLA, la Super Bowl, el Seis Naciones de Rugby, los grandes torneos de golf y las ferias más



importantes de la temporada taurina. Todo con el sello Canal+, con retransmisiones en HD y en 3D que han permitido a los abonados disfrutar de una calidad única en la televisión en España.

Los programas de producción propia han recibido un gran impulso en el año 2010. Bajo la nueva seña de identidad Originales Canal+, se estrenó con la serie *¿Qué fue de Jorge Sanz?*, protagonizada por el actor y dirigida por David Trueba. En el primer trimestre de 2011 se ha estrenado *Crematorio*, una serie sobre la corrupción en España basada en la novela de Rafael Chirles (Premio Nacional de la Crítica 2008), y protagonizada por José Sancho. La crítica ha sido unánime en calificar *Crematorio* como una de las mejores series de la historia de la televisión en España, a la altura de las grandes producciones de ficción de las factorías estadounidenses.

Otros programas de producción propia han continuado consolidando su posición dentro de Canal+. *El día después* con Juanma Castaño y Santiago Cañizares, *Fiebre Maldini* o *El Día del Fútbol*. El *Informe Robinson* dedicado al triunfo de la selección española en el Mundial de Fútbol de Sudáfrica fue galardonado con un premio Ondas en 2010.



Canal+ Liga, con cerca de un millón de abonados, es el canal con mayor número de suscriptores de la plataforma Digital+. Un canal dedicado exclusivamente al fútbol, que cada jornada ofrece tres partidos de primera división, de los cuales uno siempre es del Real Madrid o del FC Barcelona. Asimismo, cuenta con dos partidos de segunda división en cada jornada, la Copa del Rey, la nueva UEFA Europa League y fútbol internacional.

En 2010 ha cumplido su primer año Canal+ Golf. Los aficionados han podido asistir al circuito americano, europeo y asiático, los cuatro Grand Slam, la Ryder de Gales, los torneos del Circuito Americano y Europeo femenino, el Evian Masters, circuitos senior, etc.

En el primer trimestre de este año se ha lanzado Canal+ Toros, el único canal del mundo dedicado a la tauromaquia. Los abonados pueden disfrutar de las grandes ferias en directo y en exclusiva y de las temporadas taurinas de invierno en América. Serán más de 130 tardes en directo durante su primer año de emisión, ininterrumpida durante los 365 días del año.

La familia de canales de Canal+ ha estrenado todas las películas que han pasado por las salas comerciales españolas, desde las más comerciales como *Avatar* o *Alicia*

en *el País de las Maravillas*, las producciones españolas de mayor éxito de público y crítica en años, como *Celda 211* o *Ágora*, a películas que no han dejado a nadie indiferente como *Malditos Bastardos* o *Un profeta*. También las series están subiendo nota día a día en Canal+. El acuerdo firmado con HBO permitirá a Canal+ emitir en exclusividad en España los contenidos de esta gran factoría estadounidense. Joyas de la televisión como *Boardwalk Empire*, dirigida por Martin Scorsese o la superproducción *Juego de Tronos*, pueden disfrutarse en España en primicia sólo a través de Canal+.

La apuesta por las vanguardias y las nuevas tendencias han impulsado el nacimiento en 2010 de Canal+ Xtra, un canal en el que tienen cabida desde las producciones más alternativas hasta los programas de culto de todos los géneros. Todo ello acompañado de un diálogo continuo con los espectadores a través de las redes sociales, lo que convierte a Canal+ Xtra en un foro de intercambio de ideas.

MEDIA CAPITAL

Por sexto año consecutivo, Media Capital, a través de TVI, ha logrado el liderazgo en la televisión en abierto

en Portugal, con una audiencia que supera a sus competidores en todas las franjas horarias y unos ingresos publicitarios que la colocan también a la cabeza del mercado en Portugal.

En 2010 Media Capital facturó 249,01 millones de euros, obteniendo un EBITDA de 48,04 millones.

En mayo de 2010 inicio sus emisiones TVI Internacional, el canal de televisión generalista del Grupo TVI que emite a nivel internacional, creado con el objetivo de aproximar Portugal a las comunidades de lengua portuguesa en el mundo. Cuenta con una programación diversificada, basada en la información, la ficción nacional, los grandes eventos y el entretenimiento, que se puede ver en Angola y Mozambique a través de la plataforma ZAP.

La estrategia de programación de TVI está enfocada en los contenidos en portugués en todos los formatos, desde *talk shows* hasta informativos y ficción, y se complementa con programación internacional (series,

películas y programas infantiles) y deportes, con especial atención al fútbol.

PLURAL

La productora audiovisual de PRISA TV, creada en 2001, es actualmente una de las compañías más importantes del sector audiovisual en España y América Latina. Portugal Plural Entertainment dispone de oficinas en España (Madrid, Zaragoza, Canarias y Asturias), Estados Unidos (Miami), Portugal (Lisboa), Argentina (Buenos Aires), Brasil (São Paulo) y Angola (Luanda).

Plural Entertainment ha producido en 2010 programas de todos los géneros audiovisuales: entretenimiento, ficción, documentales y publicidad. Cuenta entre sus clientes a las principales televisiones españolas nacionales y autonómicas, es la productora de referencia de TVI, la cadena más importante de Portugal, y desde sus oficinas en Miami provee de contenidos a las televisiones hispanas de Estados Unidos y todo el mercado latinoamericano.

Plural Entertainment ha producido las reconocidas series de ficción que figuran con éxito en las parrillas de distintas televisiones como *Hay alguien ahí* (Cuatro) o *Ángel o Demonio* (Telecinco). Además tiene una gran experiencia en los formatos de *coach*: ha producido tres temporadas del exitoso *Hermano Mayor* (Cuatro), así como *El Campamento* (Cuatro), *Hijos de Papá* (Cuatro) y *Operación Momotombo* (Antena 3).

En Portugal produce anualmente más de 1.200 horas de ficción, sus productos son líderes de audiencia y se han distribuido en más de 30 países. En 2010 obtuvo el primer Emmy internacional para Portugal con su telenovela *Meu Amor*.

V-me

V-me Media Inc. es la compañía de producción y distribución audiovisual propietaria del canal en español V-me, con sede en Nueva York, del que PRISA posee una importante participación y se ocupa de su gestión.

V-me es la cuarta cadena de televisión dirigida específicamente al mercado hispano de Estados Unidos. Su oferta de programación está basada en el entretenimiento, la información, la música, el deporte, el cine y un fuerte compromiso con la educación. V-me es la única





Serie *Los Tudor* de Canal+

cadena en todo el país con un programa diario en español de contenido educativo preescolar, que desarrolla en asociación con la televisión pública.

El canal emite en abierto, por satélite y por la red de cable de los operadores norteamericanos DirecTV, Dish Network, Verizon FiOS y AT&T U-verse, lo que le permite llegar al 80% de los hogares hispanos de Estados Unidos con televisión.



Serie *Mad men* de Canal+

Equipo directivo

- Presidente de PRISA TV: Manuel Polanco
- Consejero delegado de PRISA TV: Pedro García Guillén
- Director general de Contenidos y Compra de Derechos: Álex Martínez Roig
- Director general de Gestión de TV de Pago: Manuel Mirat
- Director general de Operaciones: Domingo Nieto
- Director general del Área Digital: Stephen Dove
- Consejero delegado de Media Capital: Bernardo Bairrão
- Director general de Plural Entertainment España: Modesto Rubio



Gestión responsable del equipo humano

- Un gran equipo de profesionales
- Apuesta por el capital humano. Empleo y selección
- Desarrollo profesional de nuestra plantilla
- Clima laboral y comunicación interna
- Salud y seguridad laboral

04

Gestión responsable del equipo humano

El cumplimiento de los objetivos empresariales de PRISA no sería posible sin la aportación y dedicación de nuestros profesionales, una plantilla diversa y multidisciplinar con un perfil común. Trabajar en PRISA significa formar parte de un gran equipo de profesionales en un entorno en el que se favorece la innovación, la creatividad y el trabajo en equipo. A través de una gestión integrada y eficiente de las personas, se apuesta por el desarrollo personal y profesional de cada uno de los empleados.

El cumplimiento de los objetivos empresariales de PRISA no sería posible sin la aportación y dedicación de nuestros profesionales, una plantilla diversa y multidisciplinar con un perfil común. Trabajar en PRISA significa formar parte de un gran equipo de profesionales en un entorno en el que se favorece la innovación, la creatividad y el trabajo en equipo. A través de una gestión integrada y eficiente de las personas, se apuesta por el desarrollo personal y profesional de cada uno de los empleados.

Las políticas de Recursos Humanos reflejan la apuesta por el capital humano como la mejor garantía para alcanzar el compromiso con la sociedad, porque:

- Sólo hay una forma de informar, educar y entrenar a las personas, y es con las personas.
- Sólo hay una forma de ser líderes globales en comunicación, y es desarrollando líderes en nuestro equipo.
- Sólo hay una forma de ser responsables ante la sociedad, contando con profesionales independientes y comprometidos.

Ser un empleador de referencia y contribuir a la gestión responsable del equipo humano en los mercados donde opera es la principal obligación de cada una de las empresas de PRISA. De ahí que seamos tan estrictos en el cumplimiento de las leyes de cada país y en ofrecer al mercado un vehículo estable de empleo y desarrollo de nuestros profesionales.

La crisis económica actual afecta de forma especial a la industria de los medios de comunicación y la publicidad, por lo que la Dirección de Recursos Humanos ha debido conjugar la máxima contención del gasto con fuertes ajustes de plantilla, siempre con la máxima sensibilidad y transparencia, y bajo el consenso de todos los agentes implicados.

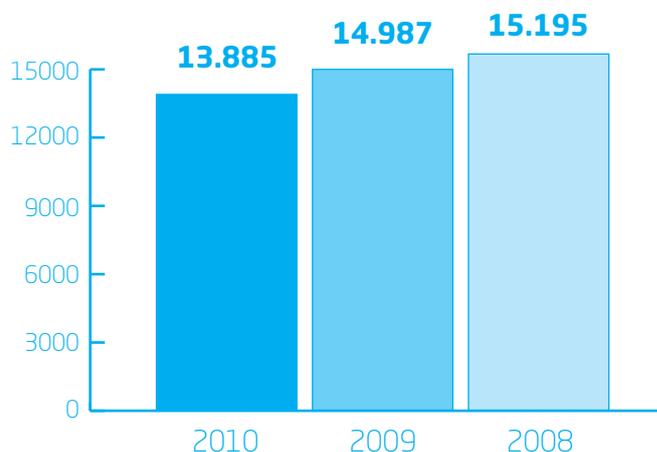
Dada la diversificación geográfica y el negocio multidisciplinar de PRISA, se ha creado un Plan Global de Transformación que recoge todas las iniciativas destinadas a mejorar la eficiencia y productividad del Grupo para hacer frente a los retos del actual contexto económico. Gracias a este programa, la adaptación a la nueva situación laboral ha sido progresiva, con lo que no hemos tenido que recurrir a fuertes regulaciones de empleo. El diálogo con los trabajadores y agentes sociales implicados en este proceso ha sido fundamental.

Para aumentar la competitividad del Grupo, el modelo de gestión de los Recursos Humanos cambiará radicalmente. Se creará un centro global de servicios que unificará todas las políticas, metodologías y herramientas necesarias para facilitar la gestión laboral de todas las empresas de PRISA. Esta reforma, basada en la tecnología y comunicación, irá acompañada de profundos cambios internos que proporcionarán nuevas oportunidades profesionales y formativas a todos nuestros empleados.

Un gran equipo de profesionales

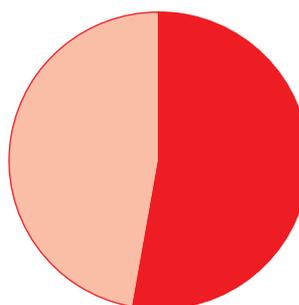
PRISA tiene 13.885 empleados al cierre de 2010. La plantilla total ha sufrido un descenso del 7,4% con respecto al año anterior (14.987) debido a la situación económica y a los cambios relacionados con la publicidad, la tecnología, el comportamiento del consumidor o las diferentes normativas. Esta coyuntura ha obligado a realizar ajustes en todas las empresas de PRISA, incluido el centro corporativo. Sin embargo, gracias a la diversificación geográfica y al portfolio de negocios del Grupo, el impacto que estas circunstancias podrían haber tenido sobre el empleo se ha absorbido paulatinamente, consiguiendo una adaptación progresiva.

Plantilla PRISA

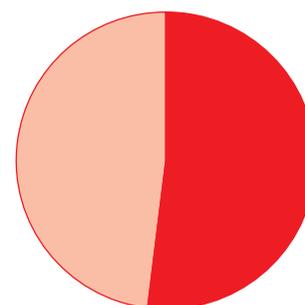


Distribución de la plantilla por géneros

	2010	2009
■ Hombres	7.335 (53%)	7.799 (52%)
■ Mujeres	6.550 (47%)	7.188 (48%)



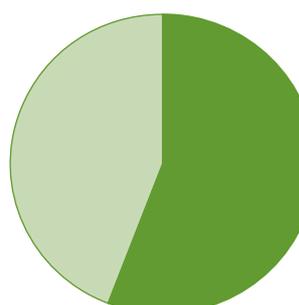
2010



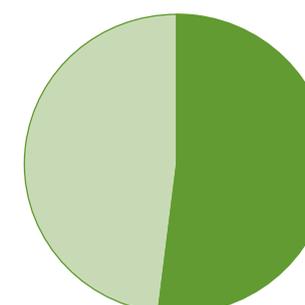
2009

Distribución de la plantilla por origen geográfico

	2010	2009
■ Plantilla española	7.750 (56%)	8.044 (52%)
■ Plantilla internacional	6.135 (44%)	6.943 (48%)



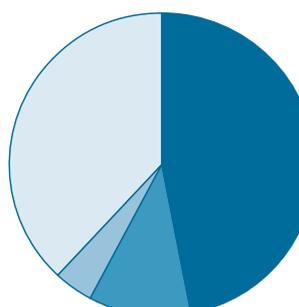
2010



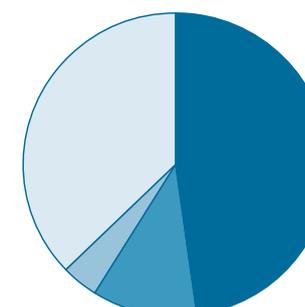
2009

Distribución de la plantilla por categorías

	2010	2009
■ Personal técnico cualificado	47%	48%
■ Mandos intermedios	11%	11%
■ Personal directivo	4%	4%
■ Otro personal	38%	37%



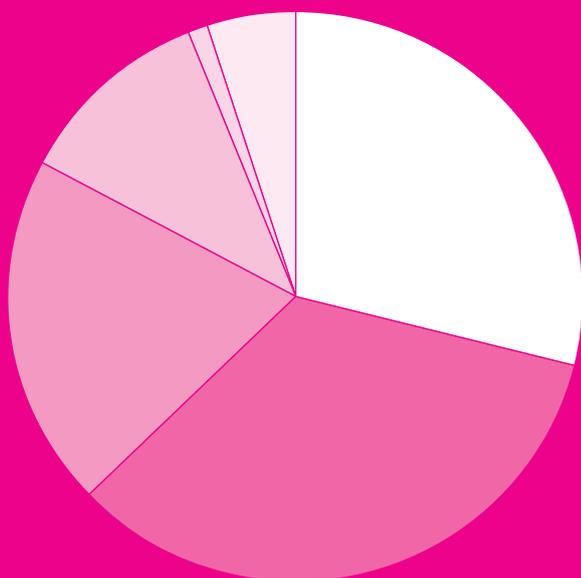
2010



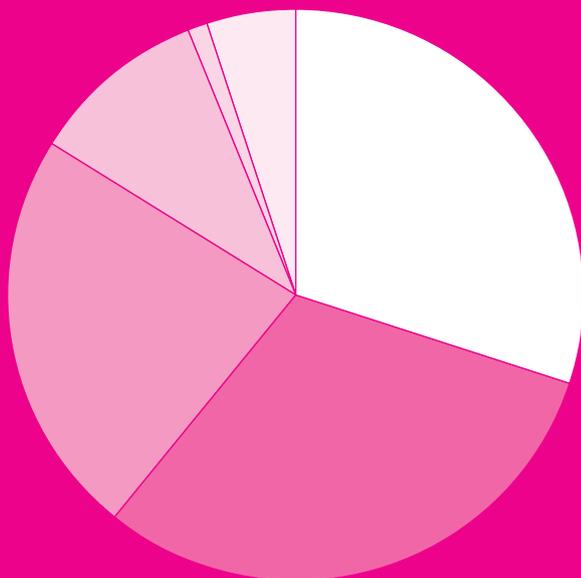
2009

Distribución de la plantilla de PRISA por agrupaciones de negocio:

	2010	2009
■ Educación-Editorial	30%	29%
■ Audiovisual	31%	34%
■ Radio	23%	20%
■ Prensa	10%	11%
■ Digital	1%	1%
■ Otras unidades	5%	5%



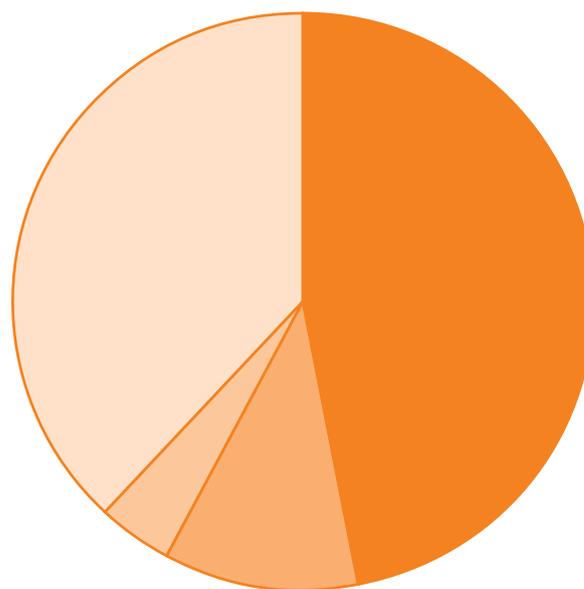
2010



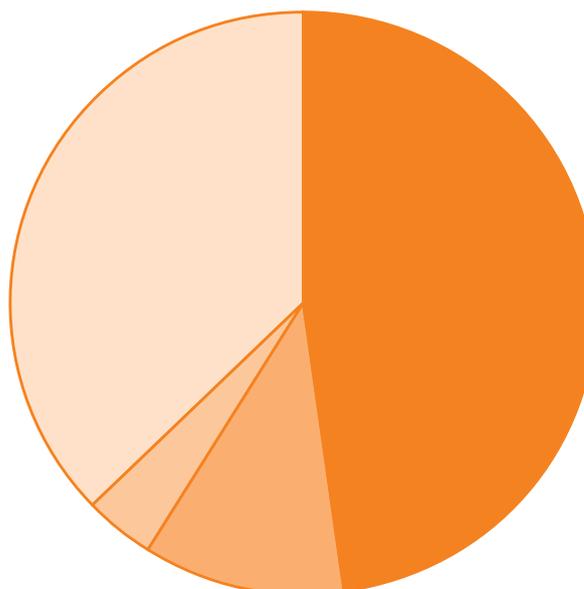
2009

Distribución de la plantilla de PRISA por áreas de actividad:

	2010	2009
■ Contenidos	32%	33%
■ Comercial y marketing	35%	31%
■ Producción y logística	18%	20%
■ Admin., dirección y gestión	15%	16%



2010



2009

Apuesta por el capital humano. Empleo y selección

La apuesta por el capital humano en PRISA se rige por criterios profesionales, con el fin de incorporar a las personas que mejor se adapten a las necesidades del puesto. Este año, la crisis económica ha obligado al Grupo a realizar ajustes organizativos y de plantilla, sin embargo, la lucha porque estas medidas tengan la menor incidencia posible sobre el empleo es permanente.

Todas las empresas del Grupo promueven el respeto a los derechos laborales promulgados por la Organización Internacional del Trabajo, especialmente los relacionados con la igualdad, no discriminación por razón de sexo, raza, ideología o creencia, y a las normativas de sus respectivos convenios y países donde opera.

Salvo puestos directivos, la totalidad del personal está acogido a los convenios de sus respectivas empresas. Estas ofrecen mejoras en las condiciones laborales para que sus profesionales puedan desarrollar su trabajo en un entorno laboral estimulante y competitivo, con solvencia, seguridad, independencia y tecnología sofisticada. Los trabajadores

cuentan con plena libertad sindical y el Grupo fomenta el diálogo social necesario para el desarrollo del negocio.

La apuesta por el capital humano en PRISA tiene como objetivos principales:

- Promover la defensa y aplicación del principio de igualdad entre hombres y mujeres, procurando las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional en todos los niveles del ámbito laboral.
- Promover y mejorar las posibilidades de acceso de la mujer a puestos de responsabilidad, reduciendo las desigualdades y desequilibrios que pudieran darse en la empresa.
- Prevenir la discriminación laboral por razón de sexo, estableciendo un protocolo de actuación para estos casos.
- Establecer medidas que favorezcan la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de los trabajadores.

Igualdad

La pirámide poblacional del Grupo muestra un reparto prácticamente igual entre hombres y mujeres. Dentro del Grupo, un 28% de los puestos directivos están ocupados por mujeres, frente al 24% de 2009. Destacan PRISA Digital con un 41%, Santillana con un 36%, PRISA Noticias con un 30% y PRISA TV, con un 27%. En sus líneas de actuación, PRISA fomenta la promoción de mujeres a puestos directivos.

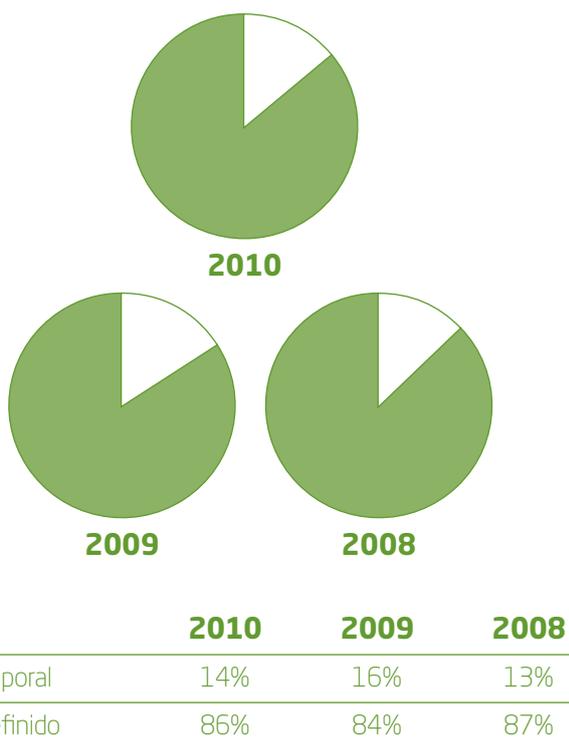
Beneficios sociales

Cada una de las empresas del Grupo tiene su propia política de beneficios sociales adaptada a las características de su mercado. Estos beneficios complementan, mejoran y aportan más competitividad a las prestaciones sociales. En algunos casos, el departamento de Recursos Humanos de PRISA incorpora salarios flexibles acomodados a las necesidades de cada individuo.

Conciliación

Las empresas de PRISA han tomado conciencia de forma paulatina de los beneficios que aportan las jornadas equilibradas que permiten a los trabajadores conciliar la vida profesional con la personal. Son ya múltiples las prácticas que incorporan jornadas flexibles, opciones de teletrabajo, adaptación de horarios y jornadas intensivas en los meses de verano.

Distribución de la plantilla por tipo de contrato



Desarrollo profesional de nuestra plantilla

Nuestros profesionales son el principal activo de PRISA. Por ello, apostamos firmemente por una política de formación continua y de actualización de conocimientos para mantener los más altos estándares de profesionalidad, calidad y progreso competitivo.

Las unidades de negocio de PRISA vuelcan sus esfuerzos en proporcionar numerosas horas de formación especializada a sus trabajadores. En 2010 este número ascendió a 50.000 en todo el Grupo.

La naturaleza multinegocio y la presencia global de PRISA permiten ofrecer al empleado diferentes oportunidades de carrera en las distintas sociedades y en los 22 países en los que el Grupo está presente.

Durante 2010 también se han potenciado las acciones formativas internas y la movilidad. PRISA ha invertido 1,2 millones de euros en programas de formación, un 1% más que el año anterior, cifra que prácticamente se duplica en los presupuestos de 2011.

A pesar de los ajustes realizados en el plan de gastos para afrontar la coyuntura económica, las unidades de negocio de PRISA han aumentado la formación interna maximizando las inversiones realizadas gracias a la oferta formativa gratuita y de calidad que existe en el mercado, con herramientas como *e-learning* y *blended learning*. Las áreas de formación donde más se ha invertido han sido nuevas tecnologías, idiomas y actualización de distintas materias especializadas.

Las sociedades de PRISA también han apostado por satisfacer las inquietudes profesionales de sus empleados con otras medidas alternativas como la concesión de permisos especiales, reducciones de jornada y excedencias voluntarias para estudios. En muchos casos, la unidad de negocio continúa cotizando por los empleados a la Seguridad Social para que no pierdan años de cotización.

Con el propósito de garantizar el proyecto empresarial, PRISA despliega los canales adecuados para que ese desarrollo revierta en beneficio de nuestro equipo, de

la organización y de toda la sociedad que nos lee, escucha y ve.

- En materia de gestión de talento, el Grupo mantiene una excelente política de identificación y retención del mismo, lo cual es esencial para mantener el compromiso de calidad y diferenciación propios de nuestros productos, lo que hace que sean tan demandados por nuestros clientes.
- Diseñamos planes de desarrollo y carrera para nuestros profesionales basados en los procesos de evaluación de desempeño que se van extendiendo en las empresas del Grupo.
- Favorecemos la movilidad funcional, geográfica y de negocio dentro del Grupo, fomentando la cultura y visión global de PRISA.

Clima laboral y comunicación interna

PRISA mantiene una comunicación muy fluida con sus empleados, basada en la transparencia, a través de intranets, newsletters y comunicaciones periódicas. Adicionalmente, y a través de los procedimientos legales establecidos, se celebran reuniones puntuales con los distintos representantes de los trabajadores para medir el grado de satisfacción de nuestros empleados. Este diagnóstico del clima laboral nos permite mejorar la comunicación interna y plantear nuevas para un mejor bienestar de nuestros profesionales.

El principal canal de comunicación interna del centro corporativo es la intranet SomosPRISA. En 2010 se ha actualizado el diseño de este espacio y se han aumentado el número de noticias publicadas y las temáticas ofrecidas, hasta convertir este entorno en una herramienta de comunicación, documentación y colaboración útil y práctica que facilite las gestiones diarias de nuestros empleados, aproveche las sinergias entre departamentos y fomente la proactividad y participación de nuestros trabajadores.

La comunicación interna en nuestras empresas

Santillana

Santillana cuida la comunicación directa con los trabajadores a través de su intranet y de comunicados internos que explican las modificaciones o novedades en la forma de abordar los negocios de la compañía. En todos los países se dan instrucciones para realizar reuniones con los directivos y mandos intermedios para mantenerles al día sobre la evolución del negocio y sean ellos los primeros en comunicárselo a sus equipos. En España, existe además un sistemático turno de reuniones con los Comités de Empresa.

PRISA Noticias

El Comité Profesional de El País se reúne frecuentemente con el director del periódico para tratar todos los

temas que preocupan a la redacción y resolver así los conflictos que puedan surgir.

Como herramientas de comunicación interna más importantes destacan la intranet, los comunicados de la dirección, las reuniones periódicas que se realizan con el Comité de Empresa y los tablones de anuncios. Existe también una política de puertas abiertas donde los trabajadores pueden hablar con la Dirección de RR HH sobre cualquier tema laboral que les preocupe.

PRISA Radio

El canal de comunicación interna más empleado por los trabajadores es la intranet SOMOS. Este canal interactivo promueve acciones socialmente responsables y transmite qué temas preocupan no sólo a sus empleados sino al conjunto de la sociedad.

Además, el diálogo con los trabajadores, basado en una comunicación directa con Recursos Humanos, es muy fluido. Los canales de comunicación verbal, a través de reuniones y conversaciones, gozan de un fuerte arraigo en la radio, permitiendo no sólo una respuesta inmediata, sino conocer los intereses y las aspiraciones de los empleados de primera mano.

PRISA TV

En PRISA TV el canal principal de comunicación es la intranet, de uso diario y accesible para todos los trabajadores de la empresa. Además, cuenta con un buzón de sugerencias donde, como en las reuniones internas, los empleados transmiten las necesidades y demandas de la compañía.

Media Capital

Media Capital cuenta con la intranet y el correo electrónico como medios de comunicación interna permanente con sus empleados. También edita una revista corporativa donde colabora el personal que lo desea, una newsletter semanal que informa a todos los empleados sobre la actualidad del Grupo y, puntualmente, envía comunicados internos sobre temas relevantes.

PRISA Digital

PRISA Digital, el área que desarrolla el negocio digital del Grupo, cuenta con una plataforma tecnológica denominada *portal colaborativo* que permite una comunicación bidireccional con todos los empleados. Este espacio va más allá de una intranet porque son los propios empleados quienes dotan de contenido al portal. Adicionalmente, el departamento de Recursos Humanos cuenta con un buzón de correo para recoger todas las dudas/sugerencias de los empleados.

Salud y seguridad laboral

En 2010, PRISA ha continuado con su objetivo de fomentar la cultura preventiva entre sus empresas. En este sentido, destaca su compromiso con el cumplimiento exhaustivo de la normativa vigente y el interés de los responsables del Grupo en integrar la prevención de riesgos laborales en la gestión de las empresas.

El Servicio de Prevención Mancomunado, además de cumplir con las obligaciones legales que marca la normativa en Prevención de Riesgos Laborales, este año ha centrado sus esfuerzos en potenciar su sección en la intranet corporativa SomosPRISA, principal canal de comunicación con todos los trabajadores. Este Servicio ha incidido especialmente en la información y formación necesarias que requieren los riesgos derivados de la actividad profesional que desarrollan los empleados de PRISA. A través de este espacio, se han lanzado también diversas campañas preventivas dirigidas a la salud, en general, y al bienestar físico de los trabajadores, en particular.

Actualizado a las 14:47 h

BLOGS



ESTRATEGIA DIGITAL
La innovación de la publicidad en Internet



MIRA QUE TE LO TENGO DICHO
El sonido del subsuelo

Mujer es

MUJERES
Más pobres, pero también menos emprendedoras que los hombres

la de

LA NOVIA DE PAPA
Sexo con excusas



POP ETC
Agenda POPETC: del 25 al 31 de marzo

más blogs

★ Guardadas

Radio

PORTADA



El Líbano hoy un campo minado por Gaddafi, llena de contradicciones, verdad revelada y otros, un desvan



La revolución amenaza
El Ejército causa decenas de muertos para hoy una protesta masiva - El régimen apertura y sube el sueldo a los funcionarios



Japón amplía el radio de peligro por radiactividad a 30 km de Fukushima
El Ejército de EE UU proveerá de agua para reventar una fisión nuclear en China con radiación "seriamente ex



Alemania pone freno a la expansión de la familia desp

Verdes y socialistas clave
La CDU, en el poder, retrocede en los sondeos

tas amenazan una región

aden-W

Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés

- Cerca de nuestros lectores, oyentes, televidentes y usuarios
- El papel del defensor del lector
- Autorregulación u códigos éticos

Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés

Como grupo de comunicación, PRISA asume su papel de ser referente en materia de responsabilidad social frente a sus empleados, accionistas, clientes, proveedores, el entorno y la sociedad en su conjunto. A tal fin, cada empresa del Grupo tiene sus propios mecanismos de interlocución con sus grupos de interés, tanto internos y externos como directos e indirectos, para recoger opiniones y sensibilidades que nos permitan responder a sus demandas y necesidades correctamente.



Reunión de la Junta Directiva de AEDE, a la que pertenece PRISA, con Alfredo Pérez Rubalcaba

Cerca de nuestros lectores, oyentes, televidentes y usuarios

Todos los empleados de nuestras empresas disponen de un canal interno de comunicación y colaboración (intranet) mediante el cual tienen acceso a la información que necesitan, y pueden participar e interactuar tanto con sus compañeros como con el resto de profesionales del Grupo. Desde el centro corporativo de PRISA proporcionamos herramientas y recursos para los responsables de la gestión de las otras intranets para trabajar coordinados, compartir experiencias y buenas prácticas. Se construye de este modo, desde los departamentos de Comunicación, y en colaboración con Recursos Humanos, Tecnologías de la Información, Seguridad, Compras y Prevención, un entorno participativo interno vivo que alimentamos cada día entre todos.

El sitio web corporativo (www.prisa.com), disponible en español, inglés y portugués, contiene toda la actualidad y la información referente a la compañía y sus empresas. Desde este portal se informa a los accionistas e inversores de las comunicaciones y hechos relevantes de la compañía, del mismo modo que a los analistas y a la prensa, que cuentan también con un área específica para cada uno de ellos.

Asimismo, y siguiendo el ejemplo de varios países europeos, PRISA junto con otros emisores de valores españoles, ha constituido recientemente una asociación, bajo la denominación de Emisores Españoles, con el objetivo de que sea una plataforma desde la que buscar

soluciones a la problemática común de las empresas cotizadas, tanto a nivel nacional como europeo, que contribuya al desarrollo de estándares elevados de buen gobierno corporativo en las sociedades cotizadas y que, además, impulse la adopción de todo tipo de medidas que sirvan para mejorar la comunicación entre las sociedades y sus accionistas, así como con los inversores.

Desde el Centro Corporativo se atienden las demandas de cuatro públicos relevantes:

- **Accionistas:** a través de la Oficina de Atención al Accionista, dedicada a resolver todas sus preguntas y demandas de información.
- **Inversores:** a través de la Oficina de Relaciones con Inversores.
- **Medios de comunicación, instituciones y particulares:** a través de la dirección de Comunicación Corporativa, y de su Gabinete de Prensa, se ofrece toda la información sobre la actualidad de la compañía y sus empresas, y se atiende y da respuesta a todas las demandas de información que recibimos desde los distintos canales de comunicación que tenemos a su disposición.
- **Empleados:** conjuntamente con el departamento de Recursos Humanos, en 2009 se ha puesto en marcha la intranet SomosPRISA para dar acceso y acercar la actualidad del Grupo a todos los empleados, que tienen de este modo un canal de participación permanente.

Iniciativas de nuestras empresas

Santillana dispone de varios canales de comunicación con los integrantes de la cadena de valor (clientes, docentes, proveedores, etc.), y están asignados en función de los sectores de exposición: comercial, producción, administrativo, etc. La editorial mantiene una relación fluida y permanente con sus clientes y consumidores, tanto en el área de educación y formación como en el de ediciones generales, a través de una herramienta comercial basada en la web 2.0. Con los trabajadores y colaboradores lo hace a través de la intranet, y con la prensa mediante la comunicación permanente de las principales novedades, presenta-

ciones públicas, ruedas de prensa o cualquier cuestión relacionada con los autores o la propia editorial. En España y América Latina mantiene relaciones fluidas y permanentes tanto con los Ministerios de Educación y Cultura como con las consejerías respectivas y autoridades locales.

La web de Santillana proporciona información permanente para los profesores de todos los niveles y, además, la Fundación Santillana organiza jornadas específicas sobre educación para profesores, tanto en España como en sus sedes de América Latina, como la *Semana monográfica de la educación*, que desde hace veinticinco años trata las principales cuestiones de relevancia para el mundo educativo, que son una referencia en el sector. También se organiza cada año *El seminario de primavera* para reunir a debate a todos los agentes implicados en las cuestiones que afectan a los docentes. Existen foros y congresos como el Foro Latinoamericano de Educación, el Seminario Internacional sobre Alfabetización, el Congreso Internacional de Educación o la Feria Educativa de Santillana.

Por otra parte, los canales de atención a los clientes son transversales a toda la empresa, de manera que los usuarios disponen de contacto telefónico y correo electrónico para hacer llegar sus demandas y sugerencias.

Asimismo, y gracias al portal enciclopédico Kalipedia, estudiantes, profesores y familiares pueden acceder a recursos educativos diversos y a foros de debate sobre los temas que les interesan.

PRISA Noticias

A través de la red, los distintos medios de PRISA Noticias mantienen un estrecho contacto con sus lectores. Estos, utilizando ESKUP o cualquiera de los demás medios puestos a su alcance, pueden comentar las noticias o hacer observaciones sobre cualquier tema de su interés. *El País* dispone de diversos mecanismos de atención al cliente como el Defensor del Lector y las Cartas al Director. Espacios dentro de las páginas de opinión donde los lectores pueden manifestarse acerca del contenido del periódico y participar sobre las cuestiones que les interesan. Las Cartas al Director suponen una manera directa de contacto entre el periódico y los lectores, de modo que consigue desarrollar un sentimiento de identificación y

lealtad del lector con el medio. Por otra parte, a través de los teléfonos de atención al lector y al suscriptor (902 119 111), éstos pueden contactar directamente con el periódico.

Los profesores y alumnos que participan en *El País de los Estudiantes* reciben durante todo el curso escolar comunicaciones del periódico informándoles del contenido del programa y animándoles e instruyéndoles en todo el proceso. Además, se incluyen materiales para los colegios, incentivos, regalos, concursos, entrevistas digitales y mails periódicos.

De forma permanente, El País organiza visitas guiadas a sus instalaciones a las que asisten fundamentalmente colegios e institutos. Esta política de puertas abiertas del periódico atrajo en 2010 a cerca de 8.000 personas.

PRISA Radio

Los oyentes y usuarios de todas las marcas de PRISA Radio tienen a su disposición múltiples canales para participar e interactuar y los usan intensamente. Ya sea vía SMS, chats, foros, opiniones asociadas a contenidos o páginas en redes sociales como Facebook o Tuenti, mediante las cuales los fideliza a la vez que amplifica y viraliza sus mensajes de manera rápida y simultánea. Cada día varios miles de usuarios hacen llegar sus opiniones, deseos y perspectivas a los equipos de los distintos productos, ayudando así a elaborar propuestas más cercanas y atractivas para los diferentes mercados.

PRISA Radio posee un canal directo con los medios de comunicación a través de la dirección de Comunicación que se encarga de las relaciones con éstos a través de notas de prensa, dossieres, ruedas de prensa, convocatoria de actos, atención telefónica y descarga de contenidos multimedia desde nuestras páginas web.

Con el propósito de generar un entorno que favorece la comunicación bilateral entre empresa y empleado, PRISA Radio dispone de una intranet desde la cual los empleados pueden informarse, acceder a su información laboral, realizar gestiones, informarse de la actualidad de la compañía, etc.

PRISA TV

La comunicación y el servicio de calidad a un colectivo compuesto por cientos de miles de abonados requiere de



Eskup, nueva red social de El País

PRISA TV la puesta en marcha de toda una gama de instrumentos para atender toda clase de solicitudes, dudas, y reclamaciones. La atención directa vía telefónica a través de Atención al Cliente, el empleo de la interactividad en pantalla, la Revista Digital+ y las nuevas páginas webs de Digital+ y Canal+ -junto a los canales de producción propia Viajar, 40TV y Caza y Pesca-, son algunos de esos instrumentos.

A lo largo de 2010 se ha reforzado la principal herramienta telemática de comunicación interna, el Canal Personal de la intranet, empleada por los empleados de PRISA TV para el intercambio de información y propuestas.

Por otro lado, la comunicación externa juega un papel fundamental como vehículo imprescindible de relación con nuestros clientes. PRISA TV cuenta con un Departamento de Comunicación y Relaciones Externas permanentemente abierto a los distintos agentes sociales y, de manera específica, a los medios de comunicación. El Departamento de Prensa de Digital+ y Canal+ envía anualmente cientos de notas de prensa, dossieres y comunicados a medios nacionales e internacionales y atiende y responde miles de consultas telefónicas y *on-line*. El área de Comunicación Corporativa de PRISA TV atiende directamente cualquier consulta o petición procedente de clientes, abonados, y, de manera especial, medios de comunicación e instituciones públicas y privadas. Al mismo tiempo, elabora diariamente un Resumen de Prensa accesible digitalmente a través de la intranet para todos los departamentos, empleados y colaboradores de PRISA TV

Las compañías del grupo portugués Media Capital mantienen un contacto regular con sus grupos de interés desde sus accionistas hasta el consumidor final a través de la *web*, *newsletter* interna y externas, vía *e-mail*, teléfono o con reuniones personales.

Participación y animación web

En 2010, PRISA inicia la transformación hacia una compañía de tecnología avanzada orientada al consumidor. Incrementar el conocimiento de nuestros clientes e interactuar con ellos es la base del nuevo modelo empresarial de la compañía, que constituye un ejemplo de innovación, competitividad y crecimiento para la industria.

PRISA es pionera, entre los principales grupos de medios en España, en la utilización de herramientas de participación social y en todo lo relacionado con el ámbito web 2.0. Durante el pasado año abrió nuevas vías de comunicación y diálogo, buscando ofrecer una experiencia más completa a sus seguidores a través del entorno digital, y establecer un vínculo con ellos. Conocer a nuestra audiencia nos permite ofrecer productos cada vez más relevantes y explorar nuevos modelos de negocio.

El registro es fundamental para la estrategia de PRISA en el entorno digital. En 2010 la base de usuarios registrados de PRISA creció un 61%. La integración con los *social media*, además de nuestra expansión internacional, llevará a PRISA a multiplicar por 2,5 la base de datos en 2011.

Las redes sociales y *blogs* abren un nuevo espacio de participación e interacción con nuestros usuarios y clientes. PRISA cuenta con más de 800.000 seguidores en Facebook, otros tantos en Twitter y más de 60.000 fans en Tuenti. Cada elemento compartido/publicado recibe una media de 4 comentarios o "Likes"/"Me gusta".

Iniciativas de nuestras empresas

PRISA Noticias

Durante 2010 *El País* ha acometido una transformación digital básica para acercar el diario a los lectores. Se han

lanzado nuevos canales instantáneos de conversación alrededor de la actualidad y temas de interés general, como ESKUP, una red social informativa abierta a otras plataformas (Twitter, Facebook) en la que periodistas y lectores interactúan. También se ha formado a los redactores en el uso periodístico de las redes sociales para buscar, conversar, y difundir su trabajo, impulsando el fortalecimiento de su marca profesional y personal, al tiempo que el de la propia cabecera.

Dentro de esta estrategia de apertura del diario, cabe destacar el nombramiento de la primera responsable de medios sociales, Ana Alfigame, con el que se pretende impulsar tanto la participación de los periodistas, como el papel que cada día más juegan los lectores en el producto.

PRISA Radio

En el ejercicio 2010, se han modificado las estructuras con el fin de integrar la actividad digital con la tradicional. El impacto se produce en todos los países, niveles y áreas (contenidos, comercial, etc.), siendo notable el incremento de audiencias. Destaca el buen comportamiento del negocio de Movilidad y el excepcional crecimiento de la base de usuarios registrados.

Todos los equipos de redacción y producción de PRISA Radio, periodistas, y conductores están conectados con los usuarios de redes sociales. Sus marcas están presentes en páginas y perfiles oficiales en las plataformas más importantes mediante *cross posting* desde su *blog*. Asimismo, los usuarios pueden chatear entre ellos y con los conductores de los programas mediante aplicaciones sociales embebidas en los *players* de la radio.

A través de estos múltiples niveles, y a partir del establecimiento de políticas globales de uso y presencia en redes sociales, PRISA Radio se asegura de tener una vía directa de comunicación con sus oyentes y usuarios, mediante la cual los fideliza a la vez que amplifica y viraliza sus mensajes.

Los oyentes y usuarios, a su vez, tienen a su disposición múltiples vías para participar y comunicarse, ya sea vía SMS, chats, foros, opiniones asociadas a contenidos o páginas en Facebook y Tuenti, cada día varios miles de usuarios hacen llegar sus opiniones, deseos y perspectivas a los equipos de los distintos productos, ayudando

do así a elaborar propuestas más cercanas y atractivas para los diferentes mercados.

PRISA TV

Cada vez se abren más ventanas a la interactividad en los medios más clásicos (CATSA) y en especial en los medios digitales (web, redes sociales). Resulta fundamental para la mejora del producto obtener el pulso diario de los usuarios.

A través de las redes sociales PRISA TV busca acercarse a sus usuarios, tanto para hacerles partícipes de sus contenidos, concursos, lanzamiento de nuevos productos, como para consolidar su imagen de marca entre sus usuarios y captar nuevos seguidores.

Los canales y la plataforma poseen cuentas en las principales redes sociales, Twitter y Facebook, desarrollando una intensa actividad de diálogo con los usuarios. Numerosos periodistas y comentaristas de Canal+ tienen perfiles en Twitter, donde han alcanzado importantes cifras de adeptos (Julio Maldonado, 61.400; Carlos Martínez, 34.000; Juanma Castaño, 51.000). Esta participación ha llevado a la inclusión de referencias a las redes sociales de manera natural.

SANTILLANA

La transformación digital está generando una avalancha de contenidos y soportes que van más allá de los lazos tradicionales. Los *e-books* han permitido que los autores estén en "todos los lugares posibles", en cualquier dispositivo y en cualquier formato. También las redes sociales están suponiendo una forma diferente de comunicar y vender productos. La interacción con los lectores aporta diálogo y mucha más información sobre los públicos a los que nos dirigimos.

La interactividad que ofrece el entorno digital se produce en tres niveles:

- **Autores:** gracias a la digitalización se han creado blogs, perfiles de libros y/o autores, etc. Los nuevos medios facilitan la comunicación a la hora de dar a conocer la obra de los autores y permite la interacción con sus lectores.
- **Lectores:** se consigue llegar a ellos gracias a los soportes digitales. Hoy en día el diálogo a través de las redes sociales es un hecho y a través de ellas se

recomiendan libros, se contestan a dudas y preguntas y se obtiene a cambio una gran información sobre sus gustos y hábitos de lectura.

- **Cientes y periodistas:** se mantienen al día de todos los documentos colgados en la red. Es un proceso de comunicación continua que beneficia a ambas partes.

En 2010 se ha hecho una apuesta decidida en el terreno de las redes sociales y el entorno web 2.0, abriendo nuevos perfiles y páginas oficiales de todos los sellos y consiguiendo posicionarlos en cada una de las plataformas. Ha sido también el año de la transformación y diseño de las nuevas webs globales de los distintos sellos de Santillana Ediciones Generales. Páginas pensadas para dar una imagen de conjunto y beneficiarse de las sinergias como grupo.

Todos los *sites* de **PRISA** cierran el año con crecimientos importantes respecto a 2009. Durante 2010, 42 millones de navegadores únicos de media accedieron mensualmente a las páginas webs de PRISA, lo que supone un +27% más que el año anterior.

Estos buenos resultados se deben a principalmente a:

- Record histórico de **elpais.com** en 2010. La edición digital del diario fue visitada por 17,8 Millones de navegadores únicos de media al Mes (+14% Vs 2009). En diciembre, fueron 21 Millones de navegadores únicos, con motivo de la alianza con Wikileaks y al sorteo de Navidad. Las coberturas informativas de ESKUP lograron más de 200 mil usuarios con la Huelga de metro, el mundial de fútbol, la Lotería, Wikileaks etc...
- Importante crecimiento interanual de **as.com**, con un 36% más que en diciembre de 2009. En 2010, 15,4 millones de navegadores únicos de media al mes accedieron al portal deportivo de PRISA, un 39% más que en el año anterior.
- Destaca el descenso de navegadores únicos durante la última semana del mes de Diciembre provocado por el parón de la liga de Fútbol y las Navidades.
- Crecimiento interanual del 22% vs. dic'09 de **cinco-dias.com**. En 2010 1,4 Millones de navegadores

únicos de media mensual accedieron a cincodías.com, un 24% más que en 2009. El tiempo medio de la visita (22,65 minutos) es un 22% superior al de Dic'09, lo que nos indica, un mayor interés en los contenidos.

- **Plus.es** es la unidad de Negocio que registra un crecimiento interanual mayor dentro del grupo en diciembre de 10, +42,7% vs. diciembre de 2009. En 2010, los días 30/11 con motivo del clásico (R. Madrid-Barcelona) y el 19/12 (R. Madrid-Sevilla con 22.000 visualizaciones) fueron los días del año que más videos se vieron con algo más de 65.000 videos/día.
- **Los40.com** registra crecimientos del 13% en navegadores únicos mensuales frente a diciembre de 2009. 3 millones de navegadores únicos de media mensual han accedido a al portal musical, un +26% que en 2009. Con motivo de la Gala de los 40 Principales 226.000 navegadores únicos accedieron a los40.com.
- **Parasaber.com**, con 1 millón de navegadores únicos de media mensual, es la unidad de negocio que más ha crecido en 2010 (+66% vs 2009). En diciembre, 28.000 navegadores únicos accedieron a la página a través del soporte móvil, multiplicando por 4 la cifra del mismo periodo del año anterior.
- **Kalipedia.com** crece un 17%, **cadenaser.com** y **elviajero.com** registran crecimientos del 13%, frente a diciembre de 2009.



Página de Canal+ en la red social Tuenti

Medio	Facebook	Twitter	Tuenti
AS	154.299	75.489	25.379
El País	65.084	411.537	1.540
Cinco Días	5.385	6.501	
Rolling Stone	8.469	6.893	48
Cinemanía	8.556	4.678	6
Digital+	5.494	4.946	
Los 40 Principales	209.546		32.218
Cadena Ser	39.678	14.974	781
Inmobiliaria	200	474	86
Cursos	51		
Empleo	2.949	843	427
Motor	198	129	55
ParaSaber	1.297	1.028	168
El Viajero	5.883	1.796	98
Infometeo	2419	798	90
Kalipedia	416		
Santillana	296		
Los 40 - Mexico	51		
Los 40 - Colombia	9.338	58.322	
Los 40 - Argentina	108.943	26.878	
Los 40 - Ecuador	11.953	1.133	
Caracol Radio	273	91.264	
Bésame		96	
Continental Ar.			
ADN Chile	218.755	16.312	
W Radio		106.611	
PRISA	1.570	3.670	
Total	861.103	834.372	60.896
	Likes	Followers	Fans

El papel del defensor del lector

La figura de Defensor del Lector tiene como misión, de acuerdo con el estatuto que regula su función, atender las quejas que se le planteen en relación con los contenidos del diario y vigilar que se cumpla el *Libro de Estilo*. La Defensora puede actuar a instancia de los lectores o por iniciativa propia en aquellos asuntos que considere que afectan a la credibilidad del diario o sean del interés de los lectores.

Son muy pocos los diarios que disponen de esta figura de vigilancia y mediación, pero entre ellos se encuentran los de mayor prestigio, como *The New York Times*, *Washington Post* o *The Guardian*. Los medios de comunicación son el instrumento mediante el cual los ciudadanos ejercer su derecho constitucional a recibir información veraz. Por esa razón, establecer mecanismos de participación de los lectores y, sobre todo, instrumentos para canalizar sus quejas y sugerencias contribuye a mejorar la calidad de la información y a que se cumplan las normas deontológicas de la profesión periodística.

Participación

Facilitar la participación de los lectores es una exigencia ineludible en los tiempos que vivimos. La sociedad en red facilita el hábito de participar, de manera que los organismos que no proporcionen instrumentos para hacerlo perderán una oportunidad de legitimarse y estrechar vínculos con la ciudadanía.

En *El País*, los lectores disponen de un canal para expresar sus quejas, sugerencias y opiniones en relación a los contenidos del diario, tanto en la edición impresa como en la digital. La existencia del correo electrónico facilita enormemente la comunicación, hasta el punto de que ha desaparecido prácticamente la correspondencia escrita por correo convencional. La defensora está también disponible para atender personalmente por teléfono, o mediante visita concertada, a los lectores que lo soliciten.

“El ejercicio de esta función de intermediación implica en este caso un grado de transparencia muy elevado y poco habitual en el mundo empresarial, pues las intervenciones del Defensor/a son objeto de publicación y por tanto, los asuntos que trata se someten al escrutinio público. Pocos organismos admiten este nivel de publicidad y transparencia a sus procedimientos internos de corrección y control de calidad. Pero precisamente esa publicidad es la que dota a la figura del Defensor/a, en el caso de los medios de comunicación, una notable eficacia preventiva.

En mi caso, he querido añadir a estas funciones la de estimular y facilitar una reflexión colectiva sobre los requisitos del periodismo de calidad y los dilemas éticos que se plantean en el ejercicio profesional”.

Milagros Pérez Oliva. Defensora del Lector de *El País*

Autorregulación y códigos éticos

Fieles a nuestra apuesta por un sector de la comunicación sólido y profesional, las sociedades de PRISA forman parte de las más relevantes asociaciones profesionales de ámbito nacional e internacional, y participan activamente en distintas organizaciones sectoriales con la finalidad de permitir el mejor intercambio de ideas en relación con sus correspondientes negocios.

En el ámbito europeo, PRISA es miembro del European Publishers Council, importante asociación de editores que representa los intereses y puntos de vista comunes

de todos ellos ante las autoridades de la U.E. También es socio activo del Consejo de Cooperación Económica y colabora con el Paley Center for Media de Nueva York y Los Ángeles. También de ASIMELEC (Asociación Multi-sectorial de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica), de IAB (Internet Advertising Bureau), entre otras.

En el ámbito iberoamericano, PRISA ha sido impulsora destacada del Foro iberoamérica, que reúne anualmente a los principales dirigentes empresariales de los medios de comunicación de los países de Iberoamérica,

para la reflexión sobre los problemas comunes en este espacio geográfico y cultural.

Por otra parte, también viene colaborando muy activamente con la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP):

- OPA: OnLine Publishers Association.
- AIMC: Asociación de Investigación de Medios de Comunicación.
- Medios On.

En España, en el área de educación, Santillana pertenece a la Asociación Española de Editores de Libros y Material de Enseñanza (ANELE), y a otras asociaciones del sector educativo cuyos valores de referencia son la maestría, la responsabilidad y la calidad.

En el área de radio, la SER es miembro de la Asociación Española de Radiodifusión Comerciada (AERC).

En el audiovisual el Grupo también tiene presencia, a través de PRISA TV, en la Unión de Televisiones y Contenidos Audiovisuales (UTECA). En lo que se refiere a la prensa, los periódicos del Grupo participan en la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE). Todos los medios de PRISA en España forman parte de la asociación para la autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol).

En Portugal, Grupo Media Capital participa en la Confederación Portuguesa de Medios de Comunicación Social, que agrupa a más de 600 empresas de los sectores de la prensa, la radio y la televisión.

PRISA y la Fundación Santillana realizan numerosos y reputados programas educativos y culturales en España y América, y sostienen una red de acuerdos y convenios con instituciones y entidades culturales, educativas y científicas como: la Organización de Estados Iberoamericanos, la Real Academia Española, el Instituto Cervantes, la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, la Fundación Teatro Real, la Fundación Carolina, la Fundación Cultural Hispano-Brasileña, Fundación Conocimiento y Desarrollo, Fundación Empresa y Crecimiento, Fundación Príncipe de Asturias y la Fundación Bertelsmann; en el ámbito de la innovación, investigación y desarrollo colabora de manera permanente con la Fundación Pro CNIC, CNIO (Centro Nacional de Investigaciones Oncológicas) y la Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica.

Finalmente, en el ámbito de la educación universitaria, coopera con distintas universidades españolas y latinoamericanas, entre ellas, la Universidad Autónoma de Madrid, con la que desarrolla las actividades de la Escuela de Periodismo UAM-El País y la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco, la Universidad Carlos III, la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y, a través del Instituto Universitario de Posgrado, está asociada a la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Alicante y la Universidad Carlos III. Las sedes de la Fundación Santillana en América (Colombia, Brasil y Argentina) desarrollan similares programas de actividad en los campos educativos y culturales.

ASSET
odismo

PAÏS



Compromiso con la sociedad



- La Fundación Santillana
- La educación como motor del desarrollo
- La promoción y difusión de la cultura y de las artes
- Sensibilización sobre los problemas que preocupan a la sociedad

06

Compromiso con la sociedad

Trabajamos por mantener y mejorar nuestro compromiso con la sociedad desde el ejercicio responsable y ético de nuestras actividades. Para ello desarrollamos acciones voluntarias que responden a las inquietudes y necesidades sociales de los entornos donde operamos en los ámbitos de la educación, la información y el entretenimiento.

Nuestro compromiso nos lleva a ser sensibles a las necesidades que constantemente surgen en la sociedad globalizada y multicultural donde operamos.

Somos conscientes del impacto y alcance que a nivel social tienen nuestras actuaciones, por lo que tratamos de que todas ellas ayuden a fomentar principios de solidaridad, respeto, sostenibilidad y responsabilidad en todos nuestros receptores.



Foro de Industrias Culturales en Español: EE.UU. y España, organizado por la Fundación Santillana

La Fundación Santillana

La Fundación Santillana se creó en 1979 para impulsar renovadores proyectos educativos y culturales, dinamizar el intercambio de conocimiento entre España y los países latinoamericanos, convocar foros de intercambio intelectual y auspiciar iniciativas relacionadas con el mundo de la edición, la información y la educación.

El arraigo de los medios de comunicación y editoriales de PRISA en España, Portugal, Brasil y los Estados Unidos, refuerza la presencia de la Fundación Santillana en un amplio territorio lingüístico, geográfico y social. Canalizar iniciativas que respondan a criterios de excelencia y calidad, promover debates que ayuden a reflexionar los problemas de nuestra época, identificar a los agentes culturales más cualificados y divulgar sus contribuciones son algunos de los objetivos asumidos por la Fundación desde sus inicios.

La Fundación Santillana suscribe el compromiso activo con los valores cívicos que posibilitan la libre y fructífera

producción de bienes culturales accesibles a todos los ciudadanos. La libre circulación de las ideas, y su correspondiente proceso de investigación y creación, fomenta el desarrollo social y económico, promueve el crecimiento intelectual de una ciudadanía responsable y consolida el fundamento de su convivencia.

Durante 2010, el **Premio Internacional Don Quijote de la Mancha**, que celebró su tercera edición, se ha afianzado como referencia institucional. Los creadores en lengua española reconocidos por el Premio (Carlos Fuentes, Mario Vargas Llosa, Juan Goytisolo) y las instituciones que han contribuido a su expansión (gobierno de Brasil, gobierno de Filipinas, asociación de las academias de la lengua) en estos tres años han definido el propósito de un galardón convocado para realizar un largo recorrido.

La inauguración del **Seminario de Narrativa y Periodismo** en la Universidad Internacional Menéndez



La Presidenta de Filipinas, Gloria Macapagal-Arroyo y el escritor Mario Vargas Llosa, ganadores del Premio Internacional Don Quijote de la Mancha 2009

Pelayo y la edición digital de sus contenidos han permitido estrenar un nuevo formato para la enseñanza del periodismo literario en Latinoamérica. Abierto a todos los usuarios de la Red, el seminario contribuye a la formación de los estudiantes y jóvenes periodistas que deben resolver las exigencias de solvencia que hoy plantea el flujo de información.

Destaca también la iniciativa **Educación en la cultura digital**, desarrollada por la Fundación Santillana Brasil, y dirigida en lengua portuguesa a la comunidad docente brasileña. Un formato de iniciación destinado a cualificar a los maestros en el entorno digital. El programa está estructurado de tal modo que permite el acceso simultáneo sea cual sea el nivel de conocimiento y destreza de los usuarios. El objetivo es integrar a la comunidad docente brasileña en el liderazgo educativo y proporcionar a los maestros la efectiva tutela del aprendizaje de sus alumnos.

La actividad de la Fundación Santillana

ESPAÑA

En Madrid:

Entrega del Premio Internacional Don Quijote de la Mancha 2009. El 15 de abril, los ganadores de la segunda edición de este galardón, el escritor Mario

Vargas Llosa y la presidenta de Filipinas Gloria Macapagal-Arroyo, recibieron el premio en el palacio de la Zarzuela de manos del rey don Juan Carlos.

Firma de convenio. Fundación Santillana - Fundación Global Democracia y Desarrollo (FUN-GLODE). Ambas entidades firmaron el 20 de mayo en Madrid un acuerdo con el objeto de establecer un marco de colaboración en sus respectivos campos de actividad institucional, cultural y educativa. Entre las actividades a desarrollar figura la convocatoria de foros para el debate de los grandes temas contemporáneos, con especial atención a los que incumben al área iberoamericana y a los medios de comunicación y el desarrollo de proyectos de investigación social y cultural en República Dominicana y España. La Fundación Global Democracia y Desarrollo, presidida por el presidente de República Dominicana, Leonel Fernández, fue creada en el año 2000 y es una entidad privada sin ánimo de lucro que pretende ser un centro de pensamiento pluralista, de investigación rigurosa y excelencia académica, que produzca las mejores opciones de políticas públicas, para el fortalecimiento de la democracia, el respeto a los derechos humanos y el desarrollo sostenible.

Máster en Gobernanza y Derechos Humanos. La Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco, de la Fundación Santillana, y la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), inauguraron el 14 de julio este nuevo espacio académico de docencia e investigación. Se

trata de un máster que se comenzó a impartir en enero de 2011. Es un título propio de la universidad, de un año de duración (60 créditos), que combina la formación presencial y un período de prácticas en instituciones (a cargo de prestigiosos especialistas del Derecho, las Ciencias Políticas y la Filosofía) y que finalizará al presentar un trabajo de investigación.

Semana monográfica de la educación. *La educación en el horizonte 2020* fue el tema tratado en la vigésimo quinta edición de la Semana Monográfica de la Educación. Las sesiones tuvieron lugar del 22 al 26 de noviembre en el salón de actos de Santillana. Las jornadas son una iniciativa de la Fundación Santillana que se celebra en Madrid ininterrumpidamente desde 1986 y que cuentan con el patrocinio de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

Industrias culturales en español: Estados Unidos y España. La Fundación Santillana y la Fundación Alternativas, con la colaboración del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Miami y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía -con el patrocinio de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y el Ministerio de Cultura- convocaron la segunda edición del Foro de analistas y profesionales de España y Estados Unidos, con la intención de promover un mejor conocimiento de las tendencias que dan forma al mercado de los productos audiovisuales en español.



En Santillana del Mar:

Lecciones y maestros. La cuarta edición de esta cita internacional de la literatura en español, se celebró los días 21, 22 y 23 de junio y tuvo como protagonistas a los escritores Rosa Montero, Manuel Vicent y Héctor Aguilar Camín.

Organizadas por la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y la Fundación Santillana, las jornadas tienen lugar en la Torre de Don Borja, sede de la Fundación en Santillana del Mar, Cantabria, y forman parte de los cursos de verano de la UIMP. Aunque no constituyen una actividad abierta al público, se transmiten íntegramente a través de Internet. La sesión de clausura tiene lugar en Santander, en el Paraninfo de La Magdalena.

En Barcelona (en colaboración con la Casa Amèrica Catalunya):

Banquete de literatura latinoamericana. Con motivo de la diada de Sant Jordi, la Fundación Santillana ofreció un banquete de literatura latinoamericana, iniciativa que combina literatura y gastronomía en un mismo escenario. La lectura, a cargo de un variado elenco de escritores, contó como menú especial, con poesía de Chile, Colombia, Argentina y México, países que conmemoran en 2010 el bicentenario de su independencia.

Historia de las madres de la plaza de Mayo. La compañía italiana Asamblea Teatro, invitada por la Fundación Santillana, puso en escena el 30 de abril un espectáculo que denuncia uno de los mayores crímenes cometidos por la dictadura argentina. Monólogo dirigido por Renzo Sicco y basado en *Le irregolari*, obra de Massimo Carlotto.

Crónica del bicentenario. Las jornadas se desarrollaron del 11 al 14 de mayo con la participación de intelectuales y políticos de Argentina, Colombia, México, Venezuela y Chile, que este año celebran el bicentenario de su independencia.

Bolívar, fragmentos de un sueño. En el Teatre Grec los días 28 y 29 de junio se presentó este montaje teatral que constituye una reflexión crítica sobre el político y militar Simón Bolívar, padre de la independencia latinoamericana. Dirigido por el investigador teatral Omar Porras y con textos de William Ospina, Premio Rómulo Gallegos 2009.

Concierto-recital *Del amor de Juan Gelman*. El 28 de septiembre en la Sala Oriol Martorell de L'Auditori de Barcelona Juan Gelman, Premio Cervantes 2007, recitó sus poemas de amor acompañado por el bandoneonista argentino Rodolfo Mederos y sus músicos, en un espacio escénico creado por la directora argentina Cristina Banegas.

Espacio capital, cinco visiones de cinco ciudades. En octubre se presentaron las jornadas *Espacio capital, cinco visiones de cinco ciudades*, donde se abordaron algunas de las particularidades de Buenos Aires, Ciudad de México, Santiago de Chile, Bogotá y Caracas.

Homenaje a Carlos Monsiváis. Homenaje, los días 2 y 3 de noviembre, al escritor mexicano Carlos Monsiváis, fallecido en 2010, una de las voces más escuchadas y respetadas de América Latina.

En Mallorca:

Conversaciones literarias en Formentor. *Las máscaras del yo*. La tercera edición de las Conversaciones, organizadas por el Gobierno Balear y la Fundación Santillana, se celebró los días 10, 11 y 12 de septiembre. Esta edición convocó debates y reflexiones en torno a las máscaras del yo: memorias, biografías, autobiografías, diarios y blogs, reuniendo a un destacado grupo de editores, escritores, agentes literarios y críticos. Además, se rindió homenaje a los escritores José Saramago y Miguel Delibes.

En Santander:

Seminario de narrativa y periodismo. Celebrado del 26 al 28 de julio, la versión presencial del seminario

virtual se inauguró en Santander como parte de los cursos de verano de la UIMP, en colaboración con el Instituto Tecnológico de Monterrey. En esta primera edición participaron como ponentes: Juan Luis Cebrián, escritor, académico y periodista; David Hidalgo Vega, editor de la revista peruana *Etiqueta Negra*; Francis Pisani, autor del blog *Transnets.net*; Pere Roca, director del Canal Cultura de TVE; Víctor Hugo Morales, director del programa *La Mañana*, de Radio Continental, Argentina; Leila Guerriero, periodista argentina; y Juan Villoro, escritor mexicano. Cada uno participó con una conferencia magistral, que fue transmitida en directo por Internet. Todas las intervenciones quedaron en la red a disposición de los usuarios en la página del seminario: www.seminariodenarrativayperiodismo.com.

En Toledo:

Premio Internacional Don Quijote de la Mancha 2010. El 26 de octubre tuvo lugar en Toledo la entrega del III Premio Internacional Don Quijote de La Mancha. La ceremonia fue presidida por su majestad el rey don Juan Carlos. El premio correspondió, en la categoría de mejor labor institucional, a la *Nueva gramática de la lengua española*, publicada por la Real Academia Española y la Asociación de Academias de la Lengua Española, por su contribución a la unidad normativa de la lengua española y por ser la descripción más exhaustiva de las formas vigentes en los diferentes usos del idioma. En la categoría de la más destacada trayectoria individual, al escritor Juan Goytisolo por el conjunto de una obra literaria que ha renovado la novela española, actualizado el vigor del pensamiento crítico y sostenido, con su influyente presencia internacional, el diálogo intelectual con la cultura musulmana. El premio es convocado anualmente por la Fundación Santillana y el Gobierno de Castilla la Mancha.

ARGENTINA

IV Seminario Internacional de Alfabetización en el siglo XXI. El encuentro organizado con la Universidad Nacional de San Martín dio continuidad a los celebrados en anteriores ediciones y contó con la presencia de académicos, expertos y responsables políticos de la gestión educativa de Argentina y Paraguay. Una vez más, tuvo la colaboración del Instituto para el Desarrollo y la Innovación Educación (IDIE)/Organización



Presentación de la propuesta de Santillana Argentina para festejar el Bicentenario de la Revolución de Mayo



Biel Mesquida, Patricio Pron, Juan Cruz, Lucía Ramis y Agustín Fernández Mallo invitados a la tercera edición de las Conversaciones Literarias en Formentor 2010

de Estados Iberoamericanos (OEI) Paraguay, e IDIE/OEI Argentina.

Premio Vivalectura. El 7 de mayo, en el marco de la 36ª Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, se entregaron los premios Vivalectura. La convocatoria recibió 510 inscripciones provenientes de todas las provincias del país, tanto de escuelas de gestión pública y privada, como también de universidades, institutos de formación docente, bibliotecas y particulares. Este premio, auspiciado por la Fundación Santillana en Argentina, es una iniciativa del Ministerio de Educación de Argentina y la OEI.

Foro latinoamericano de educación. Del 31 de mayo al 2 de junio se celebró la sexta edición de este encuentro bajo el título *Educación y nuevas tecnologías: los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*, con el patrocinio de la OEI.

Foro iberoamericano de periodismo educativo. Del 12 al 15 de septiembre se celebró, en el marco del Congreso de la Educación Iberoamericana, en Buenos Aires, el I Foro iberoamericano de periodismo educativo organizado por la Cátedra Jesús de Polanco, la Escuela del Periodismo El País-Universidad Autónoma de Madrid y OEI, con el fin de ayudar a establecer alianzas

entre medios de comunicación y agentes educativos para instalar un debate participativo en la sociedad.

BRASIL

Seminario "Aprova Brasil". La Fundación Santillana en Brasil, en colaboración con las secretarías de Educación de once estados de este país, organizó del 20 abril al 15 de mayo estos encuentros donde se debatieron, con la participación de cerca de ocho mil maestros de escuelas públicas, sobre la enseñanza brasileña y el desempeño de los estudiantes en la llamada «Prova Brasil» (el principal instrumento del gobierno para medir la calidad de la enseñanza impartida en la educación básica en el país).

Encuentro Educar en la cultura digital. Las fundaciones Santillana y Telefónica convocaron el viernes 20 de agosto una discusión con expertos en torno al tema Educación en la cultura digital. El encuentro, que contó con el apoyo de la OEI, se realizó en el auditorio de la Bienal del Libro de Sao Paulo, Brasil.

Premio Vivalectura. El jurado anunció los tres proyectos ganadores de 2010 en una ceremonia celebrada el viernes 18 de noviembre en Brasilia. El Vivalectura, premio concebido por las iniciativas para la educación y

la cultura para reconocer los proyectos que promueven e incentivan la lectura en todo Brasil, concluyó en su quinta edición con más de 1.800 trabajos recibidos provenientes de todos los estados de Brasil.

COLOMBIA

Ciclo de conferencias *La nueva mirada sobre la Independencia*. Con motivo del bicentenario de las independencias de América, la Fundación Santillana para Iberoamérica organizó del 11 de marzo al 30 de septiembre este ciclo de conferencias, repartidas en ocho módulos.

Premio Santillana de Experiencias Educativas. El 1 de diciembre de 2010 se celebró en Bogotá el acto de entrega del XVI Premio de Experiencias Educativas, que estuvo presidido por la ministra de Educación de Colombia, María Fernanda Campo y el presidente de la Fundación Santillana para Iberoamérica, Belisario Betancur. Se recibieron 113 trabajos provenientes de todo el país.



MÉXICO

Premio de Ensayo Isabel de Polanco. En su segunda edición fue otorgado a Humberto López Morales por su obra *La andadura del español en el mundo* (editorial Taurus, 2010). La entrega del premio tuvo lugar en Guadalajara, coincidiendo con la Feria del Libro de Guadalajara (FIL), el 27 de noviembre. El premio fue instituido por la FIL, en colaboración con la Fundación Santillana, en honor de la que fuera Consejera Delegada de Santillana, Isabel Polanco.

La educación como motor del desarrollo

La promoción de valores éticos y ciudadanos vertebró de forma permanente la actividad de PRISA, que actúa como promotor y defensor de la educación y de los valores sociales y culturales de las regiones en las que está presente.

Muestra de ello es la activa colaboración con destacadas universidades, tanto españolas como latinoamericanas, con el objetivo de fomentar el crecimiento formativo de la sociedad, como la Universidad Autónoma de Madrid, la Universidad Carlos III, la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y el Instituto Universitario de Posgrado, que está asociado a la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Alicante y la Universidad Carlos III, entre otras.

Santillana

La promoción permanente de estos valores fundamenta la actividad de Santillana que, como empresa cuyo

objetivo fundacional es contribuir a la educación y la cultura de las personas como forma de desarrollo y de construcción de sociedades más libres, justas y solidarias. Este objetivo es consustancial con la estrategia de la empresa, y todos sus proyectos y actividad cotidiana se orientan a su mejor cumplimiento, siempre con unos requisitos de calidad profesional y de respeto a nuestros usuarios que nos permitan preservar e incrementar nuestra presencia y nuestro liderazgo en ese esfuerzo compartido por mejorar las sociedades donde estamos presentes.

ARGENTINA

Stand en el Congreso Iberoamericano de Educación METAS 2011. Denominado *Un congreso para que pensemos entre todos la educación que queremos*, celebrado en el Centro de convenciones de Parque Norte los días 13, 14 y 15 de septiembre de 2010. Se expusieron libros publicados por la Fundación y colección de libros del Bicentenario.

Participación de representantes de la empresa en:

- Congreso Internacional de Lengua y Literatura Infantil y Juvenil, Santiago de Chile, organizado por Fundación SM.
- Seminario Internacional para Editores (Feria Internacional del Libro, Buenos Aires).
- Jornadas profesionales del libro (Feria del Libro Infantil y Juvenil, Buenos Aires).
- Asistencia a las jornadas técnicas en SEG (Sistema de Edición Global), e-books, formato e-pub y proyectos express en México DF.
- Argentina país invitado de Honor a la Feria Internacional del libro, Frankfurt, con representación de nuestros autores.

PERÚ

V Congreso Internacional Santillana y Seminarios Internacionales: *Hacia la Educación 2.0*: a través del cual se buscó actualizar y sensibilizar a los docentes sobre la importancia de la incorporación de las TIC en la enseñanza y el proceso de aprendizaje. Está dirigido a usuarios de los textos de Santillana, Richmond

y Alfaguara Infantil y Juvenil con el objetivo también de fidelizarlos.

Convención anual de Directores: dirigido a directores de colegios usuarios VIP, el objetivo es actualizarlos en temas de gestión educativa así como fidelizarlos.

Convención de coordinadores Richmond: dirigido a los coordinadores de inglés de los colegios usuarios de mayor valor, el objetivo es actualizarlos sobre temas novedosos de la enseñanza del idioma así como fidelizarlos.

PUERTO RICO

Diálogos Santillana: Primer encuentro sobre experiencias en tecnología y educación. El 10 de noviembre de 2010, se llevó a cabo un conversatorio sobre el uso de la tecnología en la sala de clases, donde participaron un total de cien (100) profesionales de educación del sector público y privado del país.

PRISA Ediciones/España

- Publicación de la edición especial *La balsa de piedra* de José Saramago a beneficio de los damnificados por el terremoto de Haití. A través de Cruz Roja Española.



Espaço do Professor, una iniciativa de Santillana Brasil orientada a los docentes

- Donaciones de libros a bibliotecas públicas y hospitales.

ARGENTINA

- Se donaron un total de 2.079 ejemplares entre libros de texto y de Literatura infantil, juvenil y adultos a diversas instituciones que trabajan en zonas carenciadas y rurales. Las donaciones llegaron a más de 50 escuelas primarias, más de 30 escuelas secundarias y a bibliotecas escolares y barriales, además de otras organizaciones sociales y culturales. Las instituciones participantes Fundación Banco Provincia, Programa de Inclusión Social de Avellaneda, Proyecto Malimán (apoyo a escuelas de frontera), Hermanas de la Cruz de Santiago del Estero y Misioneros del Sagrado Corazón.
- Contribución a la Maratón de Lectura organizada por la Fundación Leer. Difusión del programa a través de un banner publicado en la página web y la donación de ejemplares de la colección Leer es genial (Santillana) y otros libros infantiles. Además en 2010 se trabajó, en el ámbito de la Maratón con Lectores en Red. La Fundación Leer realiza acciones de promoción de la lectura en escuelas de todo el país.
- Acuerdo con el INADI. Hemos desarrollado durante todo el año un dinámico intercambio con el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) con el objetivo de que los libros reflejen el compromiso de Santillana con esta problemática.
- Colaboración con el Consejo Superior de Educación Católica. Reedición del libro *Aportes para la implementación del Programa de Educación Sexual Integral*, desarrollado por el Consejo Superior de Educación Católica.
- Con motivo del grave terremoto que afectó a Haití en el mes de enero de 2010 se realizó una campaña solidaria que consistía en la recaudación de fondos donados tanto por la empresa como por sus empleados, y que fue entregado a UNICEF Argentina.



- Participación de Santillana en la Jornada de vinculación profesional *Si el editor no va a las editoriales, las editoriales vienen al editor* que se realizó en la Facultad de Filosofía y Letras -UBA, en noviembre 2010. El objetivo fue realizar un acercamiento/vinculación entre los alumnos y graduados con las empresas editoriales para facilitar su inserción en el mercado laboral.

Escuela de Periodismo UAM/EL PAÍS

La Escuela de Periodismo UAM/EL PAÍS

En enero de 1987 se puso en marcha la Fundación Escuela de Periodismo UAM/EL PAÍS, una entidad sin ánimo de lucro, fruto de un acuerdo estratégico de colaboración entre PRISA y la Universidad Autónoma de Madrid para la formación de licenciados en cualquier carrera que quieran ser periodistas.

Desde su creación, La Escuela ha renovado su compromiso con la sociedad al haber formado a casi 1.000 personas a quienes ha inculcado un periodismo de calidad con el que contribuir al fortalecimiento de la sociedad civil y la mejor calidad de la democracia.

Para reforzar ese compromiso, las empresas de PRISA otorgan cada año siete becas por la totalidad de la matrícula a los alumnos que hayan obtenido buenas calificaciones en las pruebas de selección y demuestren la necesidad de ayuda. Estas becas se añaden a las que



Alumnos ganadores de la X Edición del programa de prensa escuela *El País de los Estudiantes*

concede la Fundación Carolina, lo que supone que cada año 10 de los 40 alumnos estén becados.

El año 2010 fue bueno para el máster. Además de continuar con su intensivo programa tradicional, se llevó a cabo la integración de las redacciones de papel y digital, de modo que los alumnos pasaron a formar parte de una redacción multimedia, con especial atención al mundo digital y audiovisual. Todo ello compatible con la realización de informativos en radio y la realización de reportajes de ámbito semanal, además de los talleres de diseño, fotografía y de las tradicionales secciones de un medio de comunicación. Se profundizó en el de ética y deontología y en el de gestión de medios de comunicación. Uno de los objetivos de la Escuela es seguir inculcando los valores que caracterizan al Grupo, haciéndolos compatibles con el mejor uso de las nuevas tecnologías.

Los alumnos han participado, además, en actividades desarrolladas fuera de la Escuela, como un seminario sobre periodismo solidario en la UAM, y un viaje a Bruselas, patrocinado por la Comisión Europea, para dar a conocer las instituciones comunitarias.

La Escuela mantuvo igualmente las conferencias semanales, realizadas a modo de ruedas de prensa, en las

que se trataron aspectos no solo relacionados con el periodismo, sino también con el mundo de la política, la cultura y el deporte.

Con el apoyo de la Fundación BBVA, realizó una nueva edición de los talleres de verano. Uno de ellos, el de Periodismo Internacional, tuvo lugar en la Residencia que la UAM tiene en la sierra madrileña, mientras que el de Periodismo Económico se llevó a cabo en San Sebastián, con la colaboración de la Universidad del País Vasco, y el de Periodismo Científico se desarrolló en Santander, de la mano de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP).

El País de los Estudiantes

El País conmemora en 2011 el décimo aniversario de El País de los Estudiantes, un programa gratuito y *online* de prensa escuela, organizado en colaboración con Endesa, premiado internacionalmente y cuyo objetivo es el fomento de la lectura y del trabajo en equipo entre estudiantes de 14 y 18 años de todas las localidades españolas.

En el curso escolar 2009-2010, participaron en la creación de un periódico más de 44.000 alumnos distribuidos en más de 10.000 equipos de 2.651 centros de en-

señanza, y a lo largo de estos diez años han pasado ya más de 290.000 alumnos que han valorado esta experiencia con una nota muy alta.

El programa facilita la llegada de periódicos a los centros educativos, fomenta hábitos de lectura y orienta a los profesores sobre la utilización didáctica de la prensa escrita. Es una actividad concurso en la que los profesores y alumnos elaboran su propio periódico mediante un sistema de maquetación a través de Internet facilitado por el diario *El País*.

Otra de las iniciativas, el programa El País de la Universidad, consiguió que durante todo el 2010 más de 50.000 jóvenes universitarios se acercaran a la lectura de prensa,

además de repartir más de 2 millones de ejemplares, se concedieron más de 30 becas de estudios.

El País realiza también una intensa labor promocional haciendo especial hincapié en aquellas temáticas que están íntimamente relacionadas con la cultura y la educación. En el año 2010 destacaron las siguientes promociones: En el ámbito de la formación: *Curso Windows, Enciclopedia del Estudiante, Libros de lectura de la ESO o Enciclopedia de los Animales*. Literatura: *Libros de Pérez-Reverte, Grandes obras de pensamiento, Joyas literarias, Gerónimo Stilton*. En el ámbito del cine: *Gran cine clásico, Fin de semana de cine, Documentales de D. Attenborough, Cine de ciencia ficción*. En el ámbito de la música: *Cigala Tango, Miguel Ríos, Camarón*.

Promoción y difusión de la cultura y las artes

Desde sus inicios, PRISA lleva a cabo una intensa labor de promoción de la cultura, las artes y el periodismo a través de la convocatoria y difusión de varios de los premios más prestigiosos en lengua española. En el ámbito del periodismo reconoce e impulsa, con los Premios Ondas y los Premios Ortega y Gasset de Periodismo, la labor de los mejores profesionales y los trabajos de los medios en radio, televisión, Internet, música y publicidad. En el área editorial promueve la creación literaria y ensayística de los autores en español gracias a las convocatorias anuales del Premio Alfaguara de Novela y el Premio internacional de Ensayo Isabel Polanco.

Premios Ondas

La 57ª edición de los Premios Ondas, que concede PRISA a través de Radio Barcelona, premió a un nutrido grupo de profesionales de la radio y la televisión que en 2010 destacaron por la búsqueda constante de nuevas fórmulas en los formatos, la apuesta por la labor informativa y la innovación tecnológica. En el apartado de radio, destacaron *Hoy por hoy*, conducido por Carlos Francino, la emisora chilena ADN, galardonada por las coberturas del terremoto de Chile y el rescate de los

mineros del pozo San José, y el periodista de Onda Cero, Carlos Herrera.

En la categoría de televisión, fueron premiados la serie *Águila Roja*, de TVE; la retransmisión de Canal + del Mundial de Sudáfrica en 3D; el humor de José Mota (TVE), y La Sexta y TV3 por el tratamiento de la Fórmula 1. El Ondas Internacional de Televisión recayó en *21 días en la mina*, de Cuatro. Susana Griso (Antena 3) ha sido la mejor presentadora, Paco León (*Aída*) y Natalia Verbeke (*Doctor Mateo*) lograron el Ondas a la mejor interpretación. En música, el triunfador más destacado fue Alejandro Sanz; Shakira, como mejor artista latina, y Raphael recibió el premio a su trayectoria.

Premios Ortega y Gasset de Periodismo

El diario *El País*, en la XXVII edición de los Premios Ortega y Gasset de Periodismo, reconoció la valentía de los informadores y reivindicó el oficio de contar la verdad con independencia y rigor. En la categoría de Mejor Trabajo de Periodismo Impreso el galardón recayó en la investigación que realizó, durante 14 meses, el equipo de Nacional de *El País*, dirigido por José Manuel Romero, y

la Redacción en Valencia, sobre el caso *Gürtel*. El blog *Ciudad Juárez en la sombra del narcotráfico*, de la periodista española Judith Torrea, fue premiado como mejor trabajo de Periodismo Digital. Torrea denuncia día a día el acoso que sufren los habitantes de esta localidad, paso obligado de la droga que viaja a EE.UU.

Desde Somalia llegaron las imágenes que merecieron el premio a la mejor información gráfica, con el reportaje *Somalia en el fin del mundo*, del fotógrafo José Cendón, publicado en el *Magazine de La Vanguardia*.

El Premio Ortega y Gasset a la más destacada trayectoria profesional fue para el periodista francés de origen argelino Jean Daniel. Periodista en la Resistencia francesa, amigo y colega de Albert Camus, fundador y director durante 45 años de *Le Nouvel Observateur*, y autor de un periodismo culto y de alta calidad que a lo largo de su trayectoria ha contribuido a crear equipos profesionales que ahora figuran entre los más importantes de la historia del periodismo europeo.

En esta edición, el jurado estuvo presidido por el director del Museo de El Prado, Miguel Zugaza. Los otros miembros del Jurado fueron el cineasta Daniel Monzón; María Garaña, presidenta de Microsoft Ibérica; el periodista y escritor Daniel Samper y los cuatro directores que ha tenido *El País* desde su fundación: Juan Luis Cebrián, Joaquín Estefanía, Jesús Ceberio y Javier Moreno. Juan Cruz actuó como secretario.

Premio Alfaguara de Novela

El escritor chileno Hernán Rivera Letelier ganó el Premio Alfaguara de Novela 2010, por su novela *El arte de la resurrección*. El premio, dotado con 175.000 dólares (130.000 euros) y una escultura de Martín Chirino, se lo entregó el presidente de PRISA, Ignacio Polanco, que en esta edición le dio también la edición digital de su novela dentro de un lector de libros electrónico. El Alfaguara se convirtió así en el primer premio literario que se publica en España en ese formato.



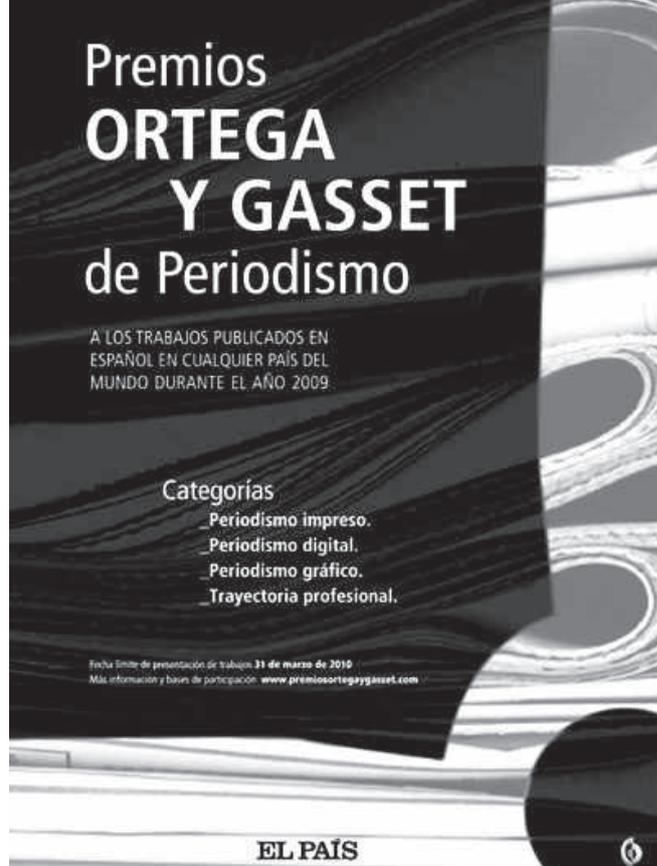
Acto de entrega de la 57ª Edición de los Premios Ondas

La obra es la historia de Domingo Zárate Vega, el Cristo de Elquí, que en los años cuarenta del siglo pasado predicó la llegada del fin del mundo a lo largo del desierto chileno. En palabras del jurado, presidido por Manuel Vicent y compuesto por Soledad Puértolas, Gerardo Herrero, Juan Miguel Salvador, Juan Gabriel Vásquez y Juan González, *El arte de la resurrección* mezcla la crónica histórica y social con elementos del realismo mágico. Su fuerza está en sus personajes; sobre todo, en el Cristo que recuerda a otros de Valle Inclán, García Márquez o Vargas Llosa.

Premio de Ensayo Isabel Polanco

El jurado del Premio de Ensayo Isabel Polanco, instituido por la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL) y por la Fundación Santillana, declaró ganador de la segunda edición de este certamen al trabajo *La andadura del español por el mundo*, presentado por el doctor en filología románica por la Universidad Complutense de Madrid, Humberto López Morales, que concurrió bajo el seudónimo de Hernán Luna.

El jurado estuvo presidido por el ex presidente chileno Ricardo Lagos, e integrado por los escritores colombianos Laura Restrepo y Daniel Samper, los académicos mexicanos José G. Moreno de Alba y Concepción Company Company, y el escritor Gonzalo Celorio, que además actúa como secretario permanente del premio instituido en 2008.



El tema de esta segunda edición del Premio fue la *Lengua española, su unidad y diversidad, su historia, su presente y su futuro, su relación con otras lenguas o su potencialidad literaria, cultural, económica*. En esta convocatoria se recibieron trabajos de España, Estados Unidos, Argentina, México, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela. El galardón, que fue entregado coincidiendo con la celebración de la FIL 2010, está dotado con cien mil dólares y una escultura del artista canario Martín Chirino. Además, el sello Taurus presentó en el mismo marco la edición del ensayo premiado.

Sensibilización sobre los problemas que preocupan a la sociedad

Los medios de comunicación de PRISA se han convertido en altavoces permanentes de campañas en defensa de los Derechos Humanos y el desarrollo promovidas por organizaciones no gubernamentales, como Intermón Oxfam, Ayuda en Acción, Cruz Roja, Unicef, Manos Unidas, Médicos sin Fronteras, Save the Children o ACNUR, colaboración que dichos medios realizan en el curso habitual de sus labores informativas y con acuerdos de promoción y patrocinio.

Durante 2010 el Grupo ha continuado con el fomento de la solidaridad, los derechos humanos y el medio ambiente para sensibilizar a sus lectores, telespectadores, oyentes o usuarios. Además, ha mantenido su compromiso y colaboración con diversas ONG y fundaciones tales como WWF, Intermón Oxfam, UNICEF, ACNUR o Ayuda en Acción.

Por otra parte, cada una de las empresas del Grupo colabora habitualmente de manera individual y, en ocasio-

nes, actuamos coordinados desde varias compañías o lo hacemos como PRISA.

PRISA

PRISA colabora con la World Wild Foundation (WWF), la primera organización internacional independiente dedicada a la conservación de la naturaleza, para la difusión del mayor evento de participación global, que se celebra cada año desde 2008.

Por segundo año consecutivo como *media partner* oficial, PRISA puso en marcha un gran operativo para apoyar la campaña de sensibilización de WWF *La hora del planeta*, que movilizó a todas las empresas y países donde operamos a ambos lados del Atlántico. La valoración económica a través de la cobertura redaccional y la cesión de espacios publicitarios superó los 11 millones de euros.

Con el objetivo final de comprometer a los gobiernos para que actúen contra el Cambio Climático, PRISA secundó la iniciativa que consiste en un "apagón mundial simbólico" y a la que se adhirieron 103 países en 2010. Se apagaron a la misma hora edificios emblemáticos como la puerta de Brandemburgo de Berlín, la torre Eiffel de París, el Museo de la Paz de Hiroshima, el Empire State de Nueva York o el edificio más alto del mundo, el Burj Khalifa de Dubai.

PRISA también participó como *media partner* en la segunda edición del Global Sports Forum, que se celebró del 8-10 marzo en Barcelona, una suerte de *Davos del deporte*, que reunió a más de 70 ponentes de 50 países.

Los debates de este foro de reflexión sobre el deporte giraron en torno a cuatro ejes: el desarrollo sostenible, la era digital con los nuevos medios de comunicación y redes sociales, el nuevo mapa mundial con grandes eventos deportivos en los países en vías de desarrollo y la integración de los jóvenes. Intervinieron ex deportistas de la relevancia de El Guerruj, Jonah Lomu e Iñaki Urdangarín y dirigentes como Juan Antonio Samaranch, Jaime Lissavetzky, Albert Soler o Issa Hayatou, vicepresidente de la FIFA.

Otra iniciativa, fue la participación como patrocinadores en la jornada *Retos de la Industria Española de Contenidos Digitales* organizada conjuntamente por ASIMELEC (actual AEMETIC) y el Ministerio de Cultura, con el objetivo de crear, fomentar y promocionar los mecanismos válidos para el desarrollo y potenciación del sector TIC dentro de la economía nacional.

Además, PRISA es patrono de la Fundación ProCNIC, la iniciativa de «mecenazgo empresarial» más importante realizada en España en los últimos años por su importe, la relevancia social del apoyo económico que presta al Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares y por el grupo de grandes empresas que la componen.



Campaña publicitaria de Canal+ protagonizada por invidentes



A través de su Patronato, del que PRISA es miembro fundador, las empresas no solo aportan fondos, sino que también participan en la toma de decisiones.

PRISA Radio

La compañía tiene como objetivo ser percibida como una empresa comprometida con la Responsabilidad Social Corporativa y que ello se refleje en su programación y sus marcas a través de contenidos que ayuden a generar transformaciones sociales en la audiencia. Desde los diversos formatos radiofónicos, se apoyan las iniciativas que promueven estos valores.

Las emisoras de PRISA Radio España han cedido espacio publicitario para actividades socio-culturales por un importe de 1.820.000 €. Los Premios 40 Principales a favor de AMREF donaron a la Fundación Anar 145.000 €, y el Maratón Solidario de Cadena Dial a favor de Haití, 20.000 €. Acciones de carácter medioambiental como *Plántate* y los *Bosques 40 Principales* con la Fundación Más Árboles para la reforestación en diferentes áreas de la geografía española. Y otras como *Historias de Oro* de Cruz Roja en Cadena SER/La Ventana espacio semanal dedicado al voluntariado.

En Latinoamérica, Caracol Radio (Colombia) ha emitido más de 100 contenidos dedicados a la educación y a la prevención, interactuando con la audiencia para dar respuesta a sus inquietudes con la colaboración del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, el Ministerio de Educación Nacional y Naciones Unidas: programas como *En familia* (Caracol Radio), *Sex and Love* (40 Principales Colombia), *6am Hoy por Hoy*.

Entre otras actuaciones, destacan en Caracol Radio: Campaña por la Solidaridad, Premio Nal de la Paz, Proyectos de recuperación de la población vulnerable Usaid, campañas de promoción de vacunación, promoción de la cultura afrocolombiana, campaña de recaudación de regalos de navidad con FAC.

ADN Chile, ha difundido más de 7.721 frases que apoyan estos objetivos. Además continúa formando parte del Consejo Consultivo de América Solidaria.

PRISA Noticias

El País colabora activamente con catorce ONG's y asociaciones de carácter social o solidario. Habitualmente incluye inserciones dentro del diario con un objetivo social o humanitario. Dependiendo de la naturaleza de la relación con la asociación u ONG, las inserciones pueden ser gratuitas o publicitarias en cuyo caso se realiza un descuento muy elevado sobre la tarifa publicada. En términos absolutos, este descuento ha supuesto, solamente en El País, colaborar con 1.560 mil euros en 2010, un 27,8% superior a la aportación realizada en 2009.

A esta cifra hay que añadir las aportaciones que desde Cinco Días se realizan a la Fundación Dehón (Fundación para la Educación) y la cesión de espacios con la que *Cinco Días* colabora con diferentes ONG como Cruz Roja, Manos Unidas, etc.

Progesa contribuye al desarrollo e integración con Cruz Roja a través de la donación de móviles que el personal deposita en unos contenedores para promover proyectos Educativos.

En 2010 se completó en *El País Semanal* la serie de reportajes *Testigos del Horror*, en la que grandes fotógrafos y periodistas recorrían lugares que han sufrido y sufren los peores desastres. Esta actividad culminó en 2011 con una exposición que viajará por las distintas sedes del Instituto Cervantes en Europa.

En septiembre, *El País* quiso acercarse y dar voz a toda una generación de jóvenes españoles, azotada por el paro más alto de Europa y puso en marcha el proyecto *Preparados*, una serie de reportajes con las historias sobre esta generación que sufre el paro y la precariedad. Su retrato se ofreció diariamente y a lo largo de varias semanas en las páginas

del periódico y en la web. En www.elpais.com/especial/preparados se publicaron más reportajes, se organizaron debates con expertos y se difundieron vídeos con testimonios. Los lectores pudieron también enviar sus opiniones a soyunjovenencrisis@elpais.es y en Eskup, la red social de *El País*, hubo un espacio abierto al intercambio entre lectores en el que también intervinieron los diez periodistas, menores de 35 años, que trabajan en la serie.

PRISA TV

La capacidad de comunicar y su equipo de profesionales es uno de los valores de PRISA TV. En este sentido, creemos que la mejor forma de apoyar y comprometerse es facilitando recursos y capacidades para difundir y promover causas y proyectos que preocupen a la sociedad actual. Como en años anteriores, desarrollar este enfoque implica una política de promoción y difusión de causas solidarias de carácter social, medioambiental o cultural. Y dentro de este esfuerzo, hay que subrayar las distintas iniciativas llevadas a cabo por los propios trabajadores, que cuentan con todo el apoyo de la compañía a la hora de alcanzar los objetivos de cada uno de los proyectos. Como ejemplos más representativos cabe mencionar el Proyecto 0,25, la celebración del Día Solidario o la cesión de espacios en los tabloneros de anuncios para difundir información de diversas ONGs. Esta labor solidaria se hace extensible en buena medida a los contenidos de los programas y emisiones de las cadenas que forman parte de su oferta. En este sentido, el canal premium de PRISA TV, Canal+, ha continuado abordado desde distintas ópticas los problemas medioambientales a través de programas y documentales. PRISA TV continúa manteniendo un compromiso firme con el respeto a los derechos y libertades. Como medio de comunicación pone un especial énfasis en el respeto de la libertad de expresión y en dar garantías de cumplimiento de los códigos éticos para la protec-

ción de los derechos de las personas, las minorías y los niños en todas nuestras producciones y emisiones. Estas obligaciones se hacen extensibles a toda su cadena de proveedores, evaluando sus compromisos y exigiendo su cumplimiento. Hasta el momento esta política ha permitido garantizar que en los últimos años no se haya recibido ninguna sanción relativa a incumplimientos de leyes o normativas internacionales en materia de corrupción, prácticas monopolísticas, discriminación, competencia desleal o explotación.

MEDIA CAPITAL

TVI desarrolló varios proyectos en apoyo de diversas causas como *Missão Sorriso*, en colaboración con Continente, un proyecto de responsabilidad social en la área de la salud, que cuenta ya con 8 años de existencia y con un amplio reconocimiento público. En 2010 los recursos recogidos (más de € 650.000) fueron destinados a la mejora del equipamiento de las unidades hospitalarias pediátricas de todo el país.

Tras el gravísimo temporal que afectó al archipiélago de Madeira en febrero de 2010, se promovió el llamamiento *Portugal solidário - Ajuda a Madeira*, una iniciativa conjunta de TVI, Media Capital Rádios y Media Capital Multimedia, que consiguió reunir 364.570,50 euros destinados a ayudas para las familias desalojadas.

Un año más, Rádio Comercial, M80 y Cidade FM se unieron a *Causa Maior*, una iniciativa apoyada por la Cruz Roja Portuguesa de apoyo a la población mayor, que contó con la implicación de todos los profesionales de las emisoras. También se realizaron varias campañas de recogida de donativos destinadas a diversas instituciones como son AMI, Fundação do Gil, APAV, APSI, Associação para a Promoção da Segurança Infantil, Cruz Vermelha Portuguesa, Fundação Infantil Ronald McDonald ou Objectivo 2015.





07

Compras responsables y apuesta por el medio ambiente

- Política de proveedores
- Uso responsable del papel
- Gestión del impacto medioambiental

Compras responsables y apuesta por el medio ambiente

Garantizar a nuestros grupos de interés que cumplimos con las obligaciones derivadas del desarrollo de nuestro negocio es una parte importante de nuestra responsabilidad como organización.

Presentación de *Mochila Ligera*, proyecto editorial de Santillana para reducir el peso de las mochilas



PRISA considera que las relaciones con sus proveedores son claves para ser una empresa responsable. Por ello, busca activamente una gestión de los recursos que minimice el impacto de sus operaciones en el entorno. Este mismo compromiso es exigido a sus colaboradores.

La Guía de Relación con Proveedores es el decálogo que rige las relaciones de PRISA con sus colaboradores. Basa sus principios en la objetividad, la transparencia, la no exclusividad y la igualdad de oportunidades. Esta Guía evalúa no sólo factores económicos y de calidad del producto o servicio, sino también el respeto a las leyes vigentes en los países donde los proveedores operen, así como la integridad y el cumplimiento de sus obligaciones en materia fiscal, laboral, de Derechos Humanos y protección ambiental.

Política de proveedores

La política de compras de PRISA tiene como objetivo preservar al Grupo como una empresa responsable y sostenible ante la sociedad y todos sus grupos de interés. Para ello, la Dirección de Compras Corporativa basa su gestión en tres líneas de actuación relacionadas con la RSE del Grupo:

- Selección y gestión de proveedores como grupo de interés fundamental.
- Gestión del papel como principal materia prima compartida en prácticamente todas las unidades de negocio del Grupo y parte sustancial en los compromisos en materia medioambiental.
- Búsqueda de nuevas áreas para poder incrementar la identificación, medición, control y gestión del impacto de la actividad de la compañía.

Guía de relación con proveedores

La selección de proveedores tiene en cada negociación cuatro ejes de decisión:

- Calidad del producto/servicio ofertado.
- Adecuación al nivel del servicio requerido.
- Coste del producto/servicio propuesto.
- Confirmación de que los requisitos relacionados con la RSE exigidos se cumplen.

Las relaciones de PRISA con sus proveedores se rigen según:

- Los principios de objetividad, transparencia, no exclusividad e igualdad de oportunidades.
- Todo proveedor involucrado en cualquier proceso de adjudicación recibirá información completa sobre el producto o servicio a suministrar.
- La información facilitada será idéntica para todos los proveedores, de forma que ninguno disponga de ventaja inicial, fomentándose la legítima competencia.

- Ningún proveedor será invitado a participar en un proceso de adjudicación para cubrir aspectos formales.
- Todo proveedor, por el hecho de solicitarlo, tendrá derecho a una evaluación para su homologación.
- Toda solicitud recibirá respuesta junto con un comentario sobre su aceptación o rechazo. La respuesta negativa no inhabilita al aspirante a presentar nuevas solicitudes una vez solucionada la causa del rechazo.
- El resultado del proceso de homologación y los criterios de decisión utilizados serán comunicados por escrito al proveedor.
- Se establecerán planes de mejora continua con los proveedores para aumentar la calidad, en beneficio de ambas partes. El proveedor realizará cuantas sugerencias estime oportunas para mejorar las relaciones entre el Grupo y sus suministradores.

Además, la *Guía de Relación con los Proveedores* promueve el respeto a las leyes vigentes en los países donde los proveedores operen y el cumplimiento de sus obligaciones en todos los ámbitos sociales: fiscal, laboral, de Derechos Humanos y protección ambiental. En el laboral, la empresa que resultara adjudicataria deberá ajustarse en la fabricación del material a los convenios nº 138 y 182 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a la contratación laboral de menores. El incumplimiento de los mismos será causa de anulación entre las partes.

En los pliegos de los procesos de adjudicación y rondas negociadoras para ser proveedor de PRISA se manifiestan las intenciones, condicionantes y obligaciones que el Grupo requiere del colaborador. Además, es necesario cumplimentar un cuestionario que valide el compromiso de los candidatos. Así, para colaborar con PRISA es imprescindible estar homologado y formar parte de su catálogo de proveedores.

Proveedores homologados por PRISA

PROVEEDORES HOMOLOGADOS			
	Total	España	Extranjeros
Años anteriores	2.347	2.294	53
2009 (nuevos)	227	212	15
2010 (nuevos)	245	228	17
TOTAL	2.819	2.734	85

Desde hace cuatro años, la Dirección de Compras gestiona y actualiza una base de los principales proveedores del Grupo siguiendo indicadores clave relacionados con la RSE en nuestro negocio: gestión del papel, reciclaje y reutilización de fungibles y CO2 generado, entre otros.

Actualmente, 2.819 proveedores homologados trabajan con PRISA, 245 más que en 2009. 2.734 son españoles y 85 extranjeros.

PRISA favorece a los proveedores que cumplen con los requisitos relacionados con la RSE y disponen de certificaciones como SA 8000, ISO 9001, etc. De hecho, un 76% del total de los colaboradores dispone de algún tipo de norma de calidad.

Análisis de proveedores

Al igual que en 2009, en 2010 se realizó un análisis representativo de nuestro amplio número de proveedo-

res. Para ello se eligieron a 146 proveedores, frente a los 170 de 2009, según el servicio que prestan y el porcentaje de volumen de compras que suponen. Este descenso se debe a los procesos de consolidación de proveedores, que reducen varios suministradores a un único servicio global.

Los resultados de este análisis de proveedores son similares a los de 2009. Destaca que la integración de variables de Responsabilidad Social en la gestión ha aumentado dos puntos (80,82%), mientras que la adecuada gestión ambiental (74,89%), la existencia de procedimientos formales para atender las reclamaciones de los clientes (80,14%), el marco legislativo (96,72%) o el establecimiento de códigos o directrices de Buen Gobierno Corporativo (83,56%) se mantienen.

Una herramienta fundamental para trabajar con los proveedores es la Plataforma Electrónica de Compras. Este canal gestiona la relación del Grupo con sus colaboradores, facilita los procesos de inscripción, solicitud y homologación de estos, tanto nacionales como internacionales, así como su posterior seguimiento y evaluación periódica, según los criterios relacionados con la RSE expuestos anteriormente.

Gráfico de actividad

GRÁFICO EVOLUCIÓN DEL ANÁLISIS DE PROVEEDORES		
	2010	2009
Sistemas de gestión certificados o en proceso de implantación y códigos voluntarios suscritos:	58%	48,34%
Existencia de procedimientos formales para atender las reclamaciones de los clientes:	83%	80,14%
Marco legislativo:	96%	96,72%
Adecuada gestión ambiental, controlando los impactos asociados a su actividad:	78%	74,89%
Establecimiento de códigos o directrices de Buen Gobierno Corporativo:	86%	83,56%
Integración de variables de Responsabilidad Social en la gestión:	78%	80,82%

Uso responsable del papel

PRISA siempre ha realizado una gestión responsable de principio a fin en el uso del papel. El Grupo trabaja con fabricantes de papel que garantizan una gestión acorde con los estándares medioambientales y de reciclado, directo o indirecto, de los sobrantes de venta o producción. Asimismo, todas las unidades de negocio que utilizan esta materia prima han tomado medidas durante 2010 para reducir el uso de papel, como ajustar los formatos o emplear papeles de menor gramaje, manteniendo como premisa la garantía del producto final.

Los proveedores con los que trabaja el Grupo cumplen como mínimo los criterios legales medioambientales para la fabricación de papel. En este sentido, la fuerte vigilancia y concienciación de la industria papelera supone un grado de seguridad extra en el cumplimiento de la normativa vigente y en la garantía de compromiso medioambiental de cada fabricante.

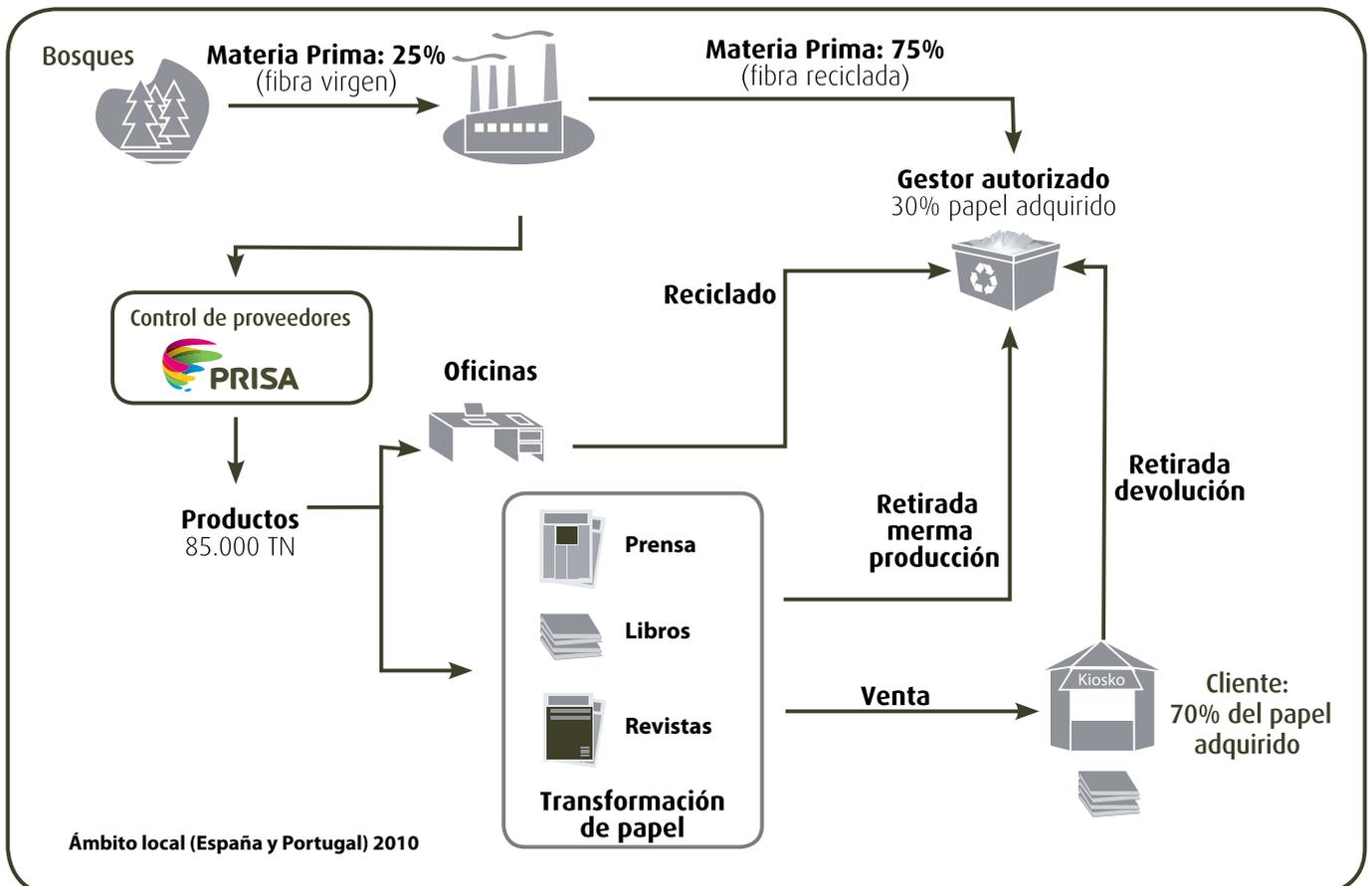
Prácticamente todos los proveedores de PRISA pueden fabricar papel certificado con PEFC o FSC, que garantizan el control de la cadena del papel (traza o registro desde el bosque hasta el impresor, y de todos los implicados en la cadena de valor) y conllevan un gasto adicional.

Pressprint

Pressprint es la imprenta que imprime los medios impresos de PRISA en España. En su actividad utiliza papel, tinta y planchas de aluminio como principales materias primas, por lo que la optimización de su uso y la gestión responsable de los residuos generados es constante, gracias a la innovación tecnológica.

Para reducir su impacto ambiental, en 2010 Pressprint ha instalado planchas con químicos menos agresivos; ha disminuido el consumo de estos gracias a la limpieza

El ciclo del papel en PRISA



de las procesadoras y ha emprendido un novedoso proyecto de impresión digital para periódicos. Nuestra imprenta ha conseguido imprimir diarios de gran calidad a alta velocidad con impresoras digitales. Con este método, Pressprint evita los altos costes y grandes residuos generados para este tipo de tiradas Offset. Además, así puede distribuir los periódicos en diversos puntos sin el elevado consumo de energía y emisiones de CO₂ que supone el transporte tradicional desde una planta de alta tirada alejada del centro.

Otros residuos reciclados son los envases plásticos, aceites, tóneres o restos de hierro, cobre y demás materiales generados en los procesos de desmantelamiento de maquinaria antigua. Puntualmente, se retiran de forma masiva equipos informáticos y otros dispositivos de riesgo para el medioambiente. Para ello, se contratan empresas de gestión de residuos con las homologaciones y certificados de destrucción necesarios.

Gráfico de Consumos

Cantidades tinta 2010:
Pressprint Madrid: 313.373 kg
Pressprint Barcelona: 118.735 kg
Cantidades disolvente 2010:
Pressprint Madrid: 45.371 kg
Pressprint Barcelona: 27.509 kg

Gestión de residuos

Pressprint cuenta con gestores autorizados que se encargan de retirar los residuos contaminados de tinta, como el disolvente y otros materiales tipo trapos. El aluminio también se acumula en contenedores que posteriormente son recogidos por un gestor autorizado. En 2010, los 72.880 kg de aluminio producidos fueron fundidos para la elaboración de nuevos productos.

Pressprint recicla tanto el papel sobrante como los diarios y suplementos devueltos. Los desechos generados en el proceso de impresión (manta, posteta y papelote) se clasifican para su mejor aprovechamiento y son retirados por las empresas recicladoras. La prensa devuelta es reciclada por empresas cercanas a los centros de recogida de distribuidores. Este proceso es supervisado por la facturación y certificados de las empresas receptoras de dicho material.

Gestión del impacto medioambiental

La estrategia de PRISA es proteger el medioambiente en todas las actividades que su negocio permita. En 2010 todas las sociedades del Grupo han realizado campañas de concienciación para racionalizar el uso de instalaciones y disminuir así el consumo energético (aire acondicionado, iluminación, etc.). Se han mantenido las medidas establecidas por el Ministerio de Industria para los edificios públicos, sobre la regulación de la temperatura de las instalaciones dentro de los parámetros de confort recomendados, así como en el apagado de los equipos de trabajo si se ausenta del puesto operativo por espacio superior a 30 minutos. Asimismo, se ha seguido reduciendo la impresión a

color en todas nuestras empresas y promocionado la impresión en doble cara.

Actualmente, existen diversos proyectos en curso para establecer un diagnóstico en el ámbito de la eficiencia energética. Además, este año la Dirección de Compras Corporativa ha comenzado a recopilar datos involucrando a todos los proveedores que prestan servicios, en relación con el peso equivalente en CO₂ generado por los desplazamientos y alojamientos (viajes) que se realizan en España y Portugal. En 2010 se ha producido un ahorro de 4.348.581 Kg equivalentes a CO₂, aunque en 2009 este ahorro fue algo mayor, 5.289.329 kg equivalentes a CO₂.

Emisiones de CO₂

Modo de Viaje	Unidad de medida	Factor conversión Kg CO ₂ /ud de medida	2010			Kg equiv. CO ₂	2009			Kg equiv. CO ₂
			España	Portugal	Total		España	Portugal	Total	
Hotel	RN	28	18.109	Pdte.	18.109	507.052	17.213	2.661	19.874	556.472
Aéreo	Millas	0,18	16.886.051	2.099.680	18.985.731	3.417.432	14.486.697	967.990	15.454.687	4.481.859
Tren	Km	0,1	2.949.729		2.949.729	294.973	5.303.554		5.303.554	185.624
Rent a car	Km	0,141	915.779		915.779	129.125	466.214		466.214	65.736
Total			20.769.668	2.099.680	22.869.348	4.348.581	20.273.678	970.651	21.244.329	5.289.692

Comentarios Las fuentes para los factores de conversión son: <http://www.nef.org.uk/greencompany/co2calculator.htm> (aéreo), http://www.responsabilidad.net/002_calcemision.html (tren) y elaboración propia de AVIS para el rent a car dada la variabilidad de los consumos de coches utilizados



Reciclaje

Todos los consumibles de las máquinas de impresión se reciclan en una planta de la Comunidad de Madrid, según las normas de reutilización de carcasas, y se vuelven a poner a disposición de los proveedores de esos materiales para su reutilización. Esta recogida la realiza un Centro Especial de Empleo. Así, PRISA cumple un doble objetivo: preservar el medioambiente y apoyar al personal discapacitado.

En 2010, sólo en el Centro Corporativo de Gran Vía 32 se han recuperado 484 cartuchos informáticos (Laser-cart); 105 TN de papel (Carpa); 390Kg de pilas y baterías (Consejería de Medio Ambiente Comunidad de Madrid); y 840 unidades fluorescentes (Ambilamp).

Consumos PRISA Noticias

PRISA NOTICIAS: CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS		
	2010	2009
ELECTRICIDAD kw/h	12.349.992	11.863.041
GAS kw/h	5.671.939	5.364.627
AGUA m3	7.020	11.973
PAPEL Tm	35.671	30.665

En 2010, PRISA Noticias ha centrado sus actuaciones ambientales en optimizar los encendidos en iluminación exterior, instalando sensores de luz ambiente, lo que ha supuesto un ahorro energético del 10%; y en el control de los efluentes líquidos del sistema de saneamiento.

PRISA RADIO: CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS		
	2010	2009
ELECTRICIDAD kw/h	1369	1172
GASOIL kw/h	30	25
GAS kw/h	N/A	N/A
AGUA m3	56.965	56.929
PAPEL Tm	23	27

En cuanto a la optimización del consumo de papel, Cinco Días y El País controlan el consumo de este entre sus empleados, fomentan el escaneo de documentos, comparten los archivos en la intranet y proyectan presentaciones en las reuniones, en lugar de imprimir dossiers para los asistentes.



Por su parte, las revistas editadas por PRISA Revistas llevan junto al código de barras un logo *Por favor, reciclen esta revista.*

PRISA Radio, además de potenciar la reducción del consumo de energía, agua y materias primas, y la correcta gestión de los residuos, humos y ruidos, ha sustituido los sistemas de aire acondicionado por sistemas RVR; ha eliminado las conducciones y aislamientos acústicos de fibras potencialmente contaminantes; ha reciclado todo el equipamiento informático y fungibles; y ha adquirido equipamiento que cumple con la normativa ecológica: bajo consumo, baterías baja contaminación.

Consumos Santillana / PRISA Ediciones

SANTILLANA: CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS		
	2010	2009
ELECTRICIDAD kw/h ⁽¹⁾	2.471.481	2.692.717
GASOIL kw/h	N/A	N/A
GAS m₃	26.600	22.500
AGUA m₃	8.770	6.690
PAPEL Tm ⁽²⁾	9.200	1.400

(1) Son datos estimados

(2) Son volúmenes de papel consumidos para la producción de libros, no utilizamos papel reciclado. Todo el papel que utilizamos es libre de cloro y proviene de fabricas con un Sistema de Gestión Medioambiental (ISO o ESMAS). Casi la totalidad del papel empleado tiene Certificación PEFC y entorno a un 30% también dispone de la Certificación FSC.

Potenciar el reciclaje y minimizar el consumo energético a través de mensajes de sensibilización a empleados es una constante en Santillana. En 2010, el cambio del

Acciones con los gestores indicados	AÑO 2009	AÑO 2010	Resultados 2010-09
Retirada de cartuchos informáticos	430 cartuchos	484 cartuchos	+12,5%
Recogida y recuperación de papel	137 Tn	105 Tn	-23,4%
Recuperación de pilas y baterías	360 Kg	390 Kg	+8,3%
Recuperación luminarias fluorescentes	260 unidades	840 unidades	+223,1%

Gráfico Consumos Centro Corporativo

Consumo materias primas	AÑO 2009	AÑO 2010	Ahorro (2010-2009)
Consumo agua GV 32	10.486 m ³	9.268 m ³	-11,6%
Consumo energía GV 32	4.622.069 KW/h	4.136.179 KW/h	-10,5%
Consumo gas-oil	32.000 L	24.000 L	-25,0%

horario laboral de los viernes, adelantando la hora de salida a las 15:00 horas, ha supuesto, gracias al apagado general del edificio, un ahorro energético de dos horas respecto al año anterior.

Consumos PRISA TV

PRISA TV: CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS		
	2010	2009
ELECTRICIDAD kw/h ⁽¹⁾	15.969.041	15.629.069
GASOIL kw/h	2.000	1.500
GAS m3	6.740.463	6.121.023
AGUA m3	43.749	43.622
PAPEL Tm ⁽²⁾	360	320

El control del consumo energético, el reciclaje de residuos, la auditoria de dispositivos de copia e impresión y la optimización del gasto de papel y la sustitución parcial del gas HCFC (R22) por gases no contaminantes R422 y R417 que continuará en 2011 han sido las principales medidas ambientales llevadas a cabo por PRISA TV. Además, se han sustituido las lámparas incandescentes por lámparas de bajo consumo, lo que ha supuesto un descenso de 150.000 kw/h del consumo energético, es decir, 62,61 Tm menos de emisiones de CO₂.

PRISA TV ha puesto el Proyecto de Papelería Digital Corporativa para reducir la impresión a color y ha sustituido los equipos analógicos por equipos digitales que generan un ahorro del 60% de energía.

Consumos PRISA Digital

Entre las medidas ambientales llevadas a cabo por PRISA Digital destacan las acciones para evitar mantener luces, ordenadores y equipos de climatización encendidos más tiempo del indispensable, lo que ha supuesto un ahorro energético del 19% con respecto a 2009; y otras actuaciones sobre el uso y el reciclaje de papel, que han logrado un ahorro del 21% respecto a 2009.

PRISA Digital ha cambiado también los PCs por equipos de mayor ahorro energético, y actualmente trabaja en los primeros análisis para cambiar el modelo Hosting a Cloud para cumplir el Green IT y otras herramientas de colaboración en red para fomentar el teletrabajo y reducir los desplazamientos.



PRISA contribuyó activamente a la difusión de la Cumbre del Clima en Copenhague

PRISA apoya, por segundo año consecutivo, la campaña de concienciación contra el cambio climático *La hora del planeta*



Muchas gracias





08

Compromisos y retos de futuro



08

Compromisos y retos de futuro

PRISA siempre se ha caracterizado por el compromiso con todos sus grupos de interés, internos y externos, en el desarrollo de su actividad. Desde su nacimiento, ha venido perfeccionando y reinventando todos aquellos aspectos que pudieran mejorar sus productos y empresas. Desde los orígenes de Santillana y *El País*, como primeras compañías que conforman el Grupo que hoy conocemos, PRISA ha demostrado su compromiso con la calidad, la innovación, el servicio y el rigor como garantía de todos sus productos. Ese compromiso, que mantiene y seguirá manteniendo como prioridad, es su verdadero activo. El reto principal de futuro es trabajar siempre para seguir en esta línea.



Prueba de ello es la felicitación que este año ha obtenido del **Pacto Mundial de Naciones Unidas**. PRISA, adherida a este Pacto desde 2008, presentó en noviembre de 2010 su Informe de Progreso, documento con el que las entidades firmantes ponen de manifiesto su compromiso con los Diez Principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, trabajo, medioambiente y lucha contra la corrupción, que Kofi Annan propuso en 1999. La calidad de la información adjuntada, las iniciativas llevadas a cabo por el Grupo y el buen grado de implantación que existe en la gestión de las empresas de PRISA de la RSC merecieron la enhorabuena de este organismo.

Por otra parte, desde que PRISA empezara a cotizar en Bolsa, asumió el compromiso permanente de generar valor para el accionista. Crecer como compañía en la mejora constante de su oferta de contenidos, mantener los niveles óptimos de calidad y servicio en sus productos, y potenciar la expansión en nuevos mercados ha sido, y continua siendo, la prueba de este compromiso con sus accionistas. Prueba de ello es el reconocimiento

de los inversores, que valoran a PRISA como una empresa de prácticas responsables. Por ello, fue incluida, desde su creación en 2008, en el FTSE4GOOD, índice bursátil internacional cuyo objetivo es medir el desempeño de las compañías que cumplen con los estándares de Responsabilidad Social Corporativa reconocidos globalmente. En junio de 2010, por segundo año consecutivo, este índice renovó el certificado de pertenencia al Grupo como muestra de reconocimiento.

En cuanto a la estrategia para 2011, será necesario seguir trabajando en el ajuste de gastos de personal. Siguiendo el Plan Global de Transformación, la dirección del Grupo ha comunicado a los representantes de los trabajadores, sindicatos y empleados la ejecución de un plan de ajuste de plantilla que, junto con otras medidas de carácter económico y organizativo, mejorarán sensiblemente la posición de PRISA para afrontar el actual contexto económico, y mejorar su eficiencia y productividad. Para alcanzar los acuerdos oportunos, el Grupo considera fundamental el diálogo con los trabajadores y agentes sociales implicados.

Para aumentar la competitividad del Grupo, el modelo de gestión de Recursos Humanos cambiará radicalmente. Se creará un centro global de servicios que unificará todas las políticas, metodologías y herramientas necesarias para facilitar la gestión laboral de todas las empresas de PRISA. Esta reforma, basada en la tecnología y comunicación, irá acompañada de profundos cambios internos que proporcionarán nuevas oportunidades profesionales y formativas a todos nuestros empleados.

En el ámbito digital, los principales objetivos para 2011 son alcanzar los seis millones de usuarios registrados; aumentar los ingresos digitales del Grupo por encima del 50% con respecto a 2010; y la globalización, expansión y crecimiento del Grupo en materia digital, estableciendo como foco principal los países de habla hispana y portuguesa.

Santillana / PRISA Ediciones

La innovación y las nuevas tecnologías serán los objetivos primordiales de Santillana para 2011. La producción y distribución de contenidos personalizados impresos bajo demanda, que garanticen el buen desempeño comercial a bajos o nulos costes de logística y almacén, también centrarán la estrategia de esta unidad de ne-

gocio. Para ello, los últimos avances tecnológicos dirigidos a la impresión bajo demanda serán clave.

En el ámbito educativo, los proyectos se organizarán en dos grandes líneas: educación y mercado doméstico.

En el área de las ediciones generales, Santillana trabajará en la puesta a disposición de sus usuarios de un catálogo de producto atractivo y completo, y en establecer los mecanismos que permitan la comercialización y contacto directo con sus clientes. Los retos fundamentales serán: la definición de nuevos productos que combinen impreso y digital, el establecimiento de los modelos de precios, la consolidación de su catálogo digital, y la apertura a nuevos tipos de contenidos, especialmente en la línea de infantil y juvenil.

En cuanto a la acción social, conscientes de que contribuir a la educación es la vía más eficaz para la construcción de sociedades más libres, justas y solidarias, el compromiso de Santillana para 2011 es continuar colaborando con iniciativas de carácter social relacionadas con el mundo educativo, como la formación del profesorado, la concesión de becas, la entrega de libros a niños sin recursos, el patrocinio de congresos y concursos, y la coedición de materiales, entre otros.

PRISA Noticias

El País, *As* y *Cinco Días* han hecho una clara e importante apuesta por el medio digital mediante fuertes inversiones en capital humano y técnico. Se ha fomentado una integración más eficaz entre los periódicos en papel y online para estar más cerca del lector, de sus necesidades y preocupaciones.

En el plano financiero, la economía saneada de PRISA Noticias frente a las dificultades de sus competidores constituye uno de los pilares que salvaguardan la independencia y garantizan el futuro de sus distintas marcas.

PRISA Radio

En 2011, PRISA Radio seguirá apoyando a instituciones que luchan por mejorar la calidad de los servicios que ofrecen a personas en situación de marginalidad.





Además, esta unidad de negocio promoverá la creación de nuevos proyectos dirigidos a potenciar la RSC en todas las regiones donde opera, aprovechando el poder de convocatoria que generan sus marcas y productos. También se mantendrán las acciones y programas de RSE ya consolidados como los Premios Principales'10, Bosque de Internight, Arte 40, Teletón o 40 Solidarios, entre otros.

Por su parte, Continental Radio apadrinará la plaza pública donde se encuentra su sede para colaborar con el Gobierno de la Ciudad en la seguridad de la locación, cuestión muy valorada por la población en Argentina.

PRISA TV

En su estrategia de futuro, Digital+ seguirá trabajando en afianzar su liderazgo. Para ello, pondrá a disposición del mercado todas aquellas incorporaciones tecnológicas y de contenido disponibles (PVR, VOD, Alta Definición), apostando también por los contenidos de calidad y fomentando la producción nacional.

En materia de acción social, PRISA TV tiene como uno de sus objetivos principales fomentar y desarrollar la figura de la Asociación Proyecto 025 mediante la diversificación de sus fuentes de ingresos. Esta iniciativa se desarrolla paralelamente a su transformación en Asociación de Interés Público.

Al mismo tiempo, PRISA TV tiene previsto continuar con los convenios con escuelas de negocios y facultades universitarias para promover el conocimiento empresarial entre sus alumnos y facilitar su futura integra-

ción en el mundo laboral. Otra iniciativa que se pondrá en marcha en 2011 será la colaboración con Centros Especiales de Empleo.

Media Capital

Debido a la situación económico- social por la que atraviesa Portugal, 2011 será, como 2010, un año en el que se reafirmarán los ejes básicos de la política de Responsabilidad Social del Grupo. Media Capital buscará permanentemente nuevas respuestas a las necesidades del mercado, sin olvidar los objetivos estratégicos del negocio y la relación con la sociedad.

Media Capital pretende continuar con la promoción de la educación y la cultura de forma activa. Las cuestiones sociales seguirán siendo fundamentales en la agenda informativa de los medios y, siempre que sea posible, justificable y necesario, el Grupo y sus medios se centrarán en las acciones que consideren relevantes y necesarias para contribuir a crear una sociedad más libre, justa y solidaria.

ANEXO I

Correlación de indicadores con la Guía GRI-G3

ANEXO I

Correlación de indicadores con la Guía GRI-G3

Según los criterios Metodológicos de la Guía GRI (G3) para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, detallamos en la siguiente tabla adjunta las correspondencias de los indicadores de esta Guía con los capítulos de la Memoria de Responsabilidad Corporativa del Grupo PRISA y declaramos el presente Informe, correspondiente al ejercicio 2009, con una calificación B.



GRI (G3)	ÁMBITO	PÁGINA
1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia	16 - 17
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	23, 36; 40 - 43; 112 - 115
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1	Nombre de la organización	14 - 15; ANEXO III
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	44 - 57
2.3	Estructura operativa de la organización	22 - 33; 60 - 65
2.4	Localización de la sede principal de la organización	ANEXO III
2.5	Número de países en los que opera la organización	15; 34
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	22 - 24
2.7	Mercados servidos	15; 34
2.8	Dimensiones de la organización informante	41 - 43
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por el informe en la medida, estructura y propiedad de la organización	7 - 11; 36
2.10	Premios y distinciones recibidas durante el periodo informativo	7 - 11; 19; 43 - 57; 92 - 94; 113 - 114
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en el informe	34
3.2	Fecha del informe anterior más reciente	34 - 37
3.3	Ciclo de presentación del informe anterior más reciente	34 - 37
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al informe o a su contenido	ANEXO III
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5	Proceso de definición del contenido del informe	19; 34 - 37
3.6	Cobertura del informe	19; 34 - 37
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura del informe	19; 34 - 37
3.8	Información sobre negocios compartidos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas y otras entidades que pueden afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones	34; 41 - 57
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para hacer los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y otra información del informe	19; 34 - 37
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la re-expresión de la información perteneciente a informes anteriores, junto con las razones que han motivado esta re-expresión	19; 34 - 37
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o métodos de valoración aplicados al informe	19; 34 - 37
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI		
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos del informe	3; ANEXO I

VERIFICACIÓN		
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del informe	19; 34, 113 - 114; ANEXO I; ANEXO III
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.1	Estructura de gobierno de la organización	22 - 33
4.2	Indicar si el presidente ocupa un cargo ejecutivo	22; 24; IGC 2010
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno	22; IGC 2010
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones e indicadores al máximo órgano de gobierno	27 - 28; 66 - 67; IGC 2010
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el cumplimiento de la organización	26 - 27; IGC 2010
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de interés en el máximo órgano de gobierno	28 - 31; IGC 2010
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y la experiencia exigible en los miembros del máximo órgano de gobierno para guiar la estrategia de la organización en aspectos sociales, ambientales y económicos	23 - 33; IGC 2010
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrollados internamente, códigos de conducta y políticas referentes al cumplimiento económico, ambiental y social, y el estado de su implantación	16 - 21; 101 - 103; 113 - 114
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del comportamiento económico, ambiental y social, incluidos los riesgos y oportunidades relacionados, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios	21 - 24; 28 - 33; 101 - 108; IGC 2010
4.10	Procedimientos para evaluar el cumplimiento propio del máximo órgano de gobierno, en especial respecto al cumplimiento económico, ambiental y social	21 - 24; 101 - 108; IGC 2010
COMPROMISO CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	16 - 33
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe	20; 71 - 79; 28 - 97
4.13	Principales asociaciones a las cuales pertenece y/o entes nacionales e internacionales a los cuales la organización da soporte	71 - 72; 78 - 79
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.14	Relación de los grupos de interés que la organización ha incluido	17 - 21; 71 - 79
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con la que la organización se compromete	17 - 21; 71 - 72
4.16	Enfoques adoptados por la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación, por tipo y categoría de grupos de interés	17 - 21; 71 - 72; 70 - 79
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a éstos en la elaboración del informe	17 - 21; 71 - 72; 70 - 79

ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE CUMPLIMIENTO		
DIMENSIÓN ECONÓMICA		
EC1	Valor directo generado y distribuido, incluyendo los ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones a la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos	Cuentas individuales y consolidadas 2010; 41
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización a causa del cambio climático	Cuentas individuales y consolidadas 2010; 20; 101 - 108
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	20; 64; 82 - 97
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas del Gobierno	Cuentas individuales y consolidadas 2010
PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC6	Política, práctica y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	102 - 103
EC7	Procedimiento para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	22 - 27; 41; 102 - 103
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bonos o en especie	69 - 78; 39 - 53
DIMENSIÓN AMBIENTAL		
MATERIALES		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	101 - 108
EN2	Porcentaje de materiales que son materiales valorizados	104 - 108
ENERGÍA		
EN3	Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias	104 - 108
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	104 - 108
AGUA		
EN8	Captación total de agua por fuentes	104 - 108
BIODIVERSIDAD		
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas: localización y tamaño de los terrenos en propiedad, arrendamiento, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas	104 - 108
EN12	Descripción de los impactos más significativos sobre la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas	104 - 108
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN16	Peso de las emisiones totales (directas e indirectas) de gases con efecto invernadero	104 - 106
EN17	Peso de otras emisiones indirectas de gases con efecto invernadero	104 - 106
EN19	Peso de las emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono	106

EN20	Tipo y peso de emisiones NO, SO y otras emisiones significativas	No material
EN21	Vertido total de aguas residuales (según su naturaleza y destino)	104 - 108
EN22	Peso total de residuos gestionados (según tipo y método de tratamiento)	104 - 108
EN23	Número total y volumen de derrames accidentales significativos	-
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de productos y servicios y análisis del grado de reducción	104 - 108
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	104 - 108
EN28	Coste de las multas más significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	-
DIMENSIÓN SOCIAL		
PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO		
EMPLEO		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de ocupación (por contrato y región)	62 - 65
LA2	Número total de empleados y rotación media (por grupos de edad, sexo y región)	41; 62
RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	64
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	-
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo (por región)	-
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos aplicados a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	65
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
LA10	Media de horas de formación al año por empleado, desglosado según la categoría de los empleados	65
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosada por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	62 - 63
LA14	Relación salario base hombres-mujeres (por categoría profesional)	62 - 64
DERECHOS HUMANOS		
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y APROVISIONAMIENTOS		
HR1	Porcentaje y número de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido analizados en materia derechos humanos	101 - 103
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia	101 - 103
NO DISCRIMINACIÓN		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	-

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5	Actividades identificadas que comportan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	19 - 20; 101 - 103; 113 - 115
ABOLICIÓN DE LA EXPLOTACIÓN INFANTIL		
HR6	Operaciones identificadas como riesgo significativo de ser el origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	19 - 20; 101 - 103; 113 - 115
PREVENCIÓN DEL TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO		
HR7	Operaciones identificadas como riesgo significativo de ser el origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	-
SOCIEDAD		
COMUNIDAD		
S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de operaciones (incluye entrada, operación y salida de la empresa)	94 - 97
CORRUPCIÓN		
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizados por lo que hace a riesgo de corrupción	-
S03	Porcentaje de empleados formados en política y procedimientos anticorrupción	-
S04	Medidas adoptadas como respuesta a incidentes de corrupción	-
POLÍTICA PÚBLICA		
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de éstas y actividades de lobbying	19 - 20; 113 - 114
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	-
RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO		
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las cuales se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios sujetos a tales procedimientos de evaluación	16 - 20; 108 - 101
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultados de estos incidentes	-
COMUNICACIONES DE MARKETING		
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidas la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	19 - 20; 78 - 79; 113 - 114
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación al suministro y uso de los productos y servicios de la organización	-

ANEXO II

Correlación de indicadores con los Principios del Pacto Mundial

ANEXO II

Correlación de indicadores con los Principios del Pacto Mundial

PRINCIPIO	ÁMBITO	PÁGINA
1. Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia	Diagnóstico	19 - 20
	Políticas	70 - 79; 94 - 97; 101 - 103; 112 - 114
	Acciones	21; 27; 71; 70 - 79
	Seguimiento y medición de impactos	31 - 37; 102 - 104
2. Las entidades debe asegurarse de que sus entidades no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos	Diagnóstico	102 - 105
	Políticas	102 - 105
	Acciones	102 - 105
	Seguimiento y medición de impactos	102 - 105
3. Las entidades deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación	Diagnóstico	60 - 61
	Políticas	20 - 21; 66 - 67
	Acciones	20 - 21; 66 - 67
	Seguimiento y medición de impactos	20 - 21; 66 - 67
4. Las entidades deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción	Diagnóstico	60 - 61, 102 - 104
	Políticas	60 - 67, 102 - 104
	Acciones	60 - 67, 102 - 104
	Seguimiento y medición de impactos	102 - 104
5. Las entidades deben apoyar la erradicación del trabajo infantil	Diagnóstico	102 - 104
	Políticas	102 - 104
	Acciones	102 - 104
	Seguimiento y medición de impactos	102 - 104
6. Las entidades deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación	Diagnóstico	62 - 65, 102 - 104
	Políticas	62 - 65, 102 - 104
	Acciones	62 - 65, 102 - 104
	Seguimiento y medición de impactos	62 - 65, 102 - 104
7. Las entidades deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente	Diagnóstico	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
	Políticas	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
	Acciones	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
	Seguimiento y medición de impactos	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
8. Las entidades deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental	Diagnóstico	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
	Políticas	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
	Acciones	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
	Seguimiento y medición de impactos	20 - 21; 94 - 96; 99 - 108
9. Las entidades deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	Diagnóstico	99 - 108; 112 - 115
	Políticas	17 - 21; 99 - 108; 112 - 115
	Acciones	99 - 108; 112 - 115
	Seguimiento y medición de impactos	99 - 108; 112 - 115
10. Las entidades deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno	Diagnóstico	102 - 104
	Políticas	17 - 33; 102 - 104
	Acciones	102 - 104
	Seguimiento y medición de impactos	102 - 104

ANEXO III

Contacto y relaciones con grupos de interés

ANEXO III

Contacto y relaciones con grupos de interés

PRISA. Promotora de informaciones, S.A.

Gran Vía, 32
28013 Madrid
Tel: +34 913 301 000
Fax +34 913 301 038
www.prisa.com

Dirección de Comunicación

Tel: +34 913 301 079
Fax +34 913 301 038
eMail: comunicacion@prisa.com

Oficina de Relación con Inversores

Tel: +34 913 301 085
Fax +34 913 301 088
eMail: ir@prisa.com

Oficina de Atención al Accionista

Tel: +34 913 301 168
Fax +34 913 301 070
eMail: ia@prisa.com



www.prisa.com

Gran Vía 32
28013 Madrid

+34 913 30 10 00
+34 913 30 10 38

www.twitter.com/PRISA
www.facebook.com/PRISA