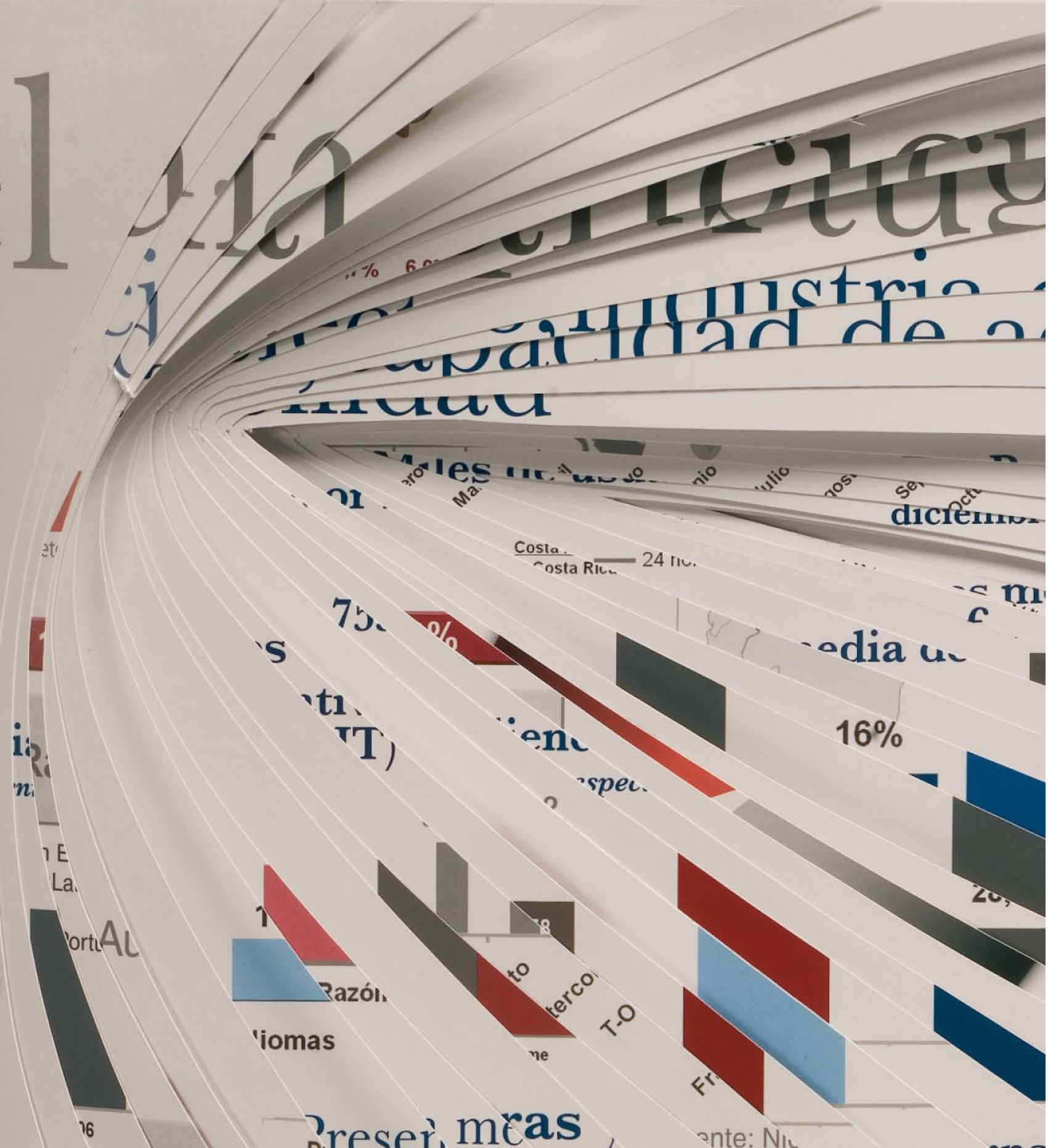






>>>Informe de actividades y responsabilidad corporativa 2008



6	>>>_01	Panorama de un año
14	>>>_02	PRISA: un Grupo Global
16		Visión, misión y valores
18		Responsabilidad y compromisos de un Grupo de Comunicación Global
20		Estrategias y objetivos
22		Estructura de Gobierno
24		Informe de Buen Gobierno Corporativo
34		Ámbito y alcance de esta Memoria
36	>>>_03	Liderando la educación, información y entretenimiento
38		Sociedades y marcas
40		Distribución de las marcas globales
42		Principales cifras de negocio
48		Áreas de negocio
80	>>>_04	Un gran equipo de profesionales
90	>>>_05	Compromiso con la sociedad
94		La Fundación Santillana
98		Escuela de Periodismo
102		La Oficina del Autor
104		Promoción y difusión de la Cultura y las Artes
110		Fomento de la Solidaridad
116		La Educación como motor de desarrollo de nuestra sociedad
122		Compromiso con el sector de la Comunicación
124	>>>_06	Una gestión responsable
128		Compras y proveedores
132		Atención a nuestros lectores, oyentes, espectadores y usuarios
134		Autorregulación y Códigos Éticos
136		Garantías en productos y servicios
138		Defensa y respeto de los Derechos Humanos
140	>>>_07	Medioambiente
154	Anexo I	Correlación de indicadores con la Guía GRI-G3
160	Anexo II	Contacto y relaciones con grupos de interés



10¹
^
^
^

Panorama de un año

>>>_01 Panorama de un año



1. Homenaje a Gabriel García Márquez durante el IV Congreso de la Lengua Española en Cartagena de Indias (Colombia).
2. Cartel promocional de la película *Azul Oscuro Casi Negro*.
3. Los ganadores de los Premios Ortega y Gasset de Periodismo 2007 junto al presidente del Grupo PRISA, Jesús de Polanco.
4. Jesús de Polanco entrega el X Premio Alfaguara de novela al escritor Luis Leante.

ENERO

Día 28 :: *AzulOscuroCasiNegro*, película producida por Tesela, la productora participada mayoritariamente por Plural (Grupo PRISA), es galardonada con tres Premios Goya: Dirección Novel, Daniel Sánchez-Arévalo; Actor de reparto, Antonio de la Torre; y Actor Revelación, Quim Gutiérrez.

FEBRERO

Día 6 :: PRISA logra el 73,70% del grupo de comunicación portugués Media Capital tras la OPA voluntaria, y lanza una segunda OPA. Con esta adquisición se refuerza la estrategia audiovisual del Grupo.

MARZO

Día 9 :: El escritor murciano Luis Leante obtiene el X Premio Alfaguara de Novela 2007, por la obra *Mira si yo te querré*.

Día 26 :: Presentación de la edición conmemorativa de *Cien años de soledad*, de Gabriel García Márquez, en el marco del IV Congreso de la Lengua Española en Cartagena de Indias (Colombia), realizada por la Real Academia Española y la Asociación de Academias de la Lengua Española, y editada por Alfaguara.



1. El presidente del Grupo PRISA recibe la Gran Cruz de la Orden al Mérito, distinción máxima que otorga a un extranjero el Gobierno chileno.

2. Isabel Polanco, consejera delegada del Grupo Santillana, recoge el Premio Antonio de Sancha de manos de los Príncipes de Asturias.

3. Jesús de Polanco, presidente de la Fundación Santillana y Salvador Ordóñez, rector de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), durante la firma del convenio de colaboración.

4. Augusto Delkáder, consejero delegado de Unión Radio y Jose Antonio Ituarte, CFO de Claxson Inc.

MAYO

Día 9 :: Ceremonia de entrega de los Premios Ortega y Gasset de Periodismo que correspondieron, en su XXIV edición, a los periodistas Raúl Rivero, Roberto Navia, al servicio mundial de la BBC en español, BBCMundo.com en español y a la fotógrafa Desireé Martín.

Día 17 :: La Fundación Santillana y la UIMP firman un convenio de colaboración cultural y académica para la gestión y organización conjunta de cursos, seminarios, mesas redondas y publicaciones en cualquiera de estos ámbitos.

JUNIO

Día 11 :: Se celebra el primer encuentro internacional de literatura iberoamericana, *Lecciones y maestros*, que reúne a los escritores Carlos Fuentes, Juan Goytisolo y José Saramago junto a escritores, críticos literarios, profesores, traductores y periodistas para analizar sus obras durante tres días en Santillana del Mar.

Día 28 :: El Gobierno de Chile condecora a Jesús de Polanco con la Gran Cruz de la Orden al Mérito, reconocimiento que subraya los vínculos de fidelidad hacia un país al que llegó en 1963 y donde el Grupo PRISA tiene una sólida presencia.

Día 31 :: La Asociación de Editores de Madrid otorga por unanimidad a Jesús de Polanco el Premio Antonio de Sancha, *por su trayectoria empresarial y por su compromiso con el desarrollo de la edición y la presencia del libro en los países iberoamericanos*.

JULIO

Día 21 :: Fallece el presidente del Grupo PRISA, Jesús de Polanco a los 77 años.

Día 23 :: PRISA culmina la OPA sobre Media Capital con el 94,4% del capital.

Día 23 :: El Consejo de Administración de PRISA nombra presidente a Ignacio Polanco. El hijo mayor de Jesús de Polanco ya había sido elegido vicepresidente por el Consejo de Administración en noviembre de 2006.

Día 27 :: El Gobierno concede a Jesús de Polanco a título póstumo la Gran Cruz de Isabel la Católica, una de las más altas distinciones del Estado.

Día 31 :: El Grupo PRISA culmina la compra de la mayor cadena de radio de Chile. Unión Radio adquiere el 100% de Iberoamerican Radio, que cuenta con 140 emisoras.



1. Primera portada del diario *El País*, tras su rediseño.
2. El presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, José María Barreda, e Ignacio Polanco, firman un convenio de colaboración para la difusión internacional de la lengua española.
3. De izquierda a derecha, Augusto Delkader, consejero delegado de Unión Radio; Ignacio Polanco presidente del Grupo PRISA; Maite Ballester, socia de 3i; Javier de Godó,

- presidente del Grupo Godó; Juan Luis Cebrián, consejero delegado del Grupo PRISA y Mark Heappey, Socio de 3i.
4. Will Smith, estrella invitada de los Premios Principales.
5. Los Premios Cadena DIAL reconocen la trayectoria artística y profesional de Miguel Bosé.
6. Gala de los Premios As del deporte.
7. Carles Francino entrega el Premio Ondas, en la categoría de Mejor Grupo Latino, a La Quinta Estación.

OCTUBRE

Día 6 :: *El País* celebra los 25 años de su edición catalana con la publicación de un suplemento especial en formato revista bajo el título *La Cataluña que viene*.

Día 21 :: *El País*, líder de la prensa en español, inicia una nueva etapa e inaugura un lema: "El periódico global en español". El Diario potencia sus contenidos y renueva su diseño y el de sus suplementos con el reto de reforzar su compromiso con la independencia, la calidad y la credibilidad, y consolidar su liderazgo.

Día 26 :: PRISA firma, a través de la Fundación Santillana, un convenio de colaboración para impulsar la difusión internacional del español con la Junta de Castilla-La Mancha a través del proyecto cultural denominado *Territorio La Mancha* que incluye, entre otras acciones, convocar un galardón que reconozca la mejor contribución hecha a favor de la difusión y conocimiento de la lengua española.

NOVIEMBRE

Día 15 :: Elpaís.com abre sus archivos, poniendo al alcance de todos los usuarios más de un millón de piezas históricas del primer periódico global en español

Día 20 :: Jesús de Polanco es condecorado a título póstumo por el Consejo de Ministros con la medalla de oro al Mérito en el Trabajo.

Día 22 :: Gala de entrega de los Premios As a los mejores deportistas de 2007, por votación popular, con motivo del XL aniversario del diario deportivo.

DICIEMBRE

Día 4 :: Gala de entrega de la LIV Edición de los Premios Ondas, que concede el Grupo PRISA a través de Radio Barcelona, de la Cadena SER, celebrada en el Teatro del Liceo de Barcelona y presentada por Carles Francino y Àngels Barceló.

Día 14 :: Segunda edición de los Premios Principales, los únicos galardones musicales en castellano que eligen los oyentes por votación popular. Reunió a 18.000 personas en el Palacio de los Deportes de Madrid y contó con la presencia del actor Will Smith y las actuaciones musicales de La Quinta Estación, Juanes y Hombres G, entre otros.

Día 19 :: Unión Radio firma un acuerdo estratégico con el fondo de capital riesgo 3i, para reforzar su expansión en el mercado hispano de Estados Unidos como grupo radiofónico en español.

Día 20 :: PRISA alcanza la mayoría absoluta en Sogecable y lanza una OPA obligatoria que le permitirá desarrollar las líneas estratégicas del Grupo en el sector audiovisual teniendo como eje principal a Sogecable.



PRISA: un Grupo Global

02
^
^
^

- ⋮ Visión, misión y valores
- ⋮ Responsabilidad y compromisos de un Grupo de Comunicación Global
 - ⋮ Estrategias y objetivos
 - ⋮ Estructura de Gobierno
- ⋮ Informe de Buen Gobierno Corporativo
 - ⋮ Ámbito y alcance de esta Memoria

02 PRISA: un Grupo Global

::: Visión, misión y valores

“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”. Estatuto de la Redacción.

“El País debía 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 desa-

rrollo, 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.

Esta visión, vigente y compartida por todas las personas de la organización, se desarrolla en el marco de un conjunto de valores, que siempre hemos defendido y que se ponen de manifiesto a través del trabajo

y quehacer de todos los profesionales del Grupo PRISA:

- :: Independencia y rigor en el ejercicio de la labor como informadores, educadores y comunicadores.
- :: Responsabilidad y transparencia.
- :: Autocrítica para la mejora empresarial y personal.
- :: Respeto a todas las ideas, culturas y personas.
- :: Creatividad e innovación en el desarrollo del negocio.
- :: Atención a las demandas de la sociedad en cada momento.

Queremos ser líderes globales de la información, la educación y el entretenimiento en habla hispana y portuguesa, dando respuesta a las inquietudes, expectativas y necesidades de una sociedad libre, solidaria, responsable, respetuosa y sostenible.



Para construir sociedades libres, solidarias, responsables, tolerantes y sostenibles, que faciliten el desarrollo de todas las personas con igualdad de oportunidades, debemos apoyarnos en los pilares de la información, la educación y la comunicación.

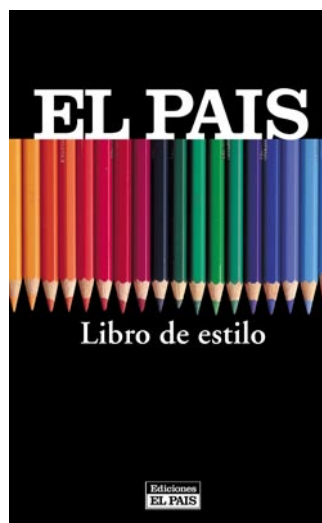
::: Responsabilidad y compromisos de un Grupo de Comunicación Global

El compromiso con la sociedad es la esencia del Grupo PRISA. Desde el nacimiento de *El País*, sus fundadores e impulsores adoptaron un compromiso con la sociedad española del momento, basado en defender y difundir las libertades democráticas de igualdad y los derechos de todas las personas.

Este es el ejercicio de responsabilidad con la sociedad de un equipo de profesionales que nos ha llevado a formar un grupo empresarial de liderazgo global. Enfoque que ha provocado que, en múltiples ocasiones, tomásemos la decisión de priorizar el respeto de nuestros valores frente a oportunidades de negocio.

Estas tres décadas de trabajo nos han obligado a reflexionar en profundidad sobre como conjugar valores, profesionalidad y desarrollo de negocio, garantizando simultáneamente la respuesta a las demandas de todos nuestros grupos de interés: accionistas, clientes (lectores, radioyentes, estudiantes), empleados, proveedores y la sociedad en su conjunto, en todas sus diversas facetas: artistas, estudiantes, científicos, trabajadores, empresarios, educadores, políticos, padres, madres, jóvenes y niños.

Hoy esta máxima se sigue cumpliendo y la sociedad mundial, y con mayor énfasis la



Libro de estilo del diario *El País*.

de habla hispana, demanda y espera algo más del Grupo PRISA, de sus sociedades y de sus profesionales, evaluándonos respecto a nuestras responsabilidades sociales.

Conocedores de esta realidad y comprometidos con ella somos responsables en el ejercicio de nuestra actividad.

La comprensión del actual concepto de Responsabilidad Social, nos lleva a concretar los compromisos que ampliamos como nuevos valores y mecanismos de esfuerzo por contribuir a una sociedad sostenible.

Así, el Grupo PRISA, todas sus sociedades y las personas que las conforman asumimos una serie de compromisos con los que queremos dar respuesta al conjunto de la sociedad y a cada uno de nuestros grupos de interés específicos:

-
- :: Compromiso en actuar con profesionalidad y mantener nuestra independencia, rigiéndonos por criterios de rigor, calidad, respeto y honestidad intelectual.
 - :: Compromiso con el impulso de los valores compartidos por las sociedades democráticas y especialmente los relacionados con el pluralismo, el respeto, la defensa de la paz y la protección del medio ambiente.
 - :: Compromiso con la educación y formación como las vías más eficaces para el desarrollo de las personas y para la construcción de sociedades más libres, justas y solidarias, promoviendo la igualdad en la educación para todas las personas.
 - :: Compromiso con la información y comunicación de los abusos e irregularidades en materia social y ambiental.
 - :: Compromiso con la edición de obras de calidad y materiales innovadores que ayuden eficazmente al profesorado y al alumnado.
 - :: Compromiso con la libertad y con los derechos de las personas y profesionales de nuestro grupo.
 - :: Compromiso que genere valor para el accionista y riqueza para la sociedad.
 - :: Compromiso con una gestión eficiente y sostenible que genere resultados económicos que permitan, desde la solvencia, la reinversión permanente y la autonomía empresarial que genere valor para el accionista y riqueza para la sociedad.
 - :: Compromiso para escuchar las demandas e inquietudes de la sociedad y de nuestros grupos de interés.
 - :: Compromiso para informar acerca de nuestras responsabilidades y acerca de nuestra gestión y comportamiento en materia de sostenibilidad.
-

Estos compromisos dan cuenta de nuestra visión y concretan nuestros valores, constituyendo la base para la definición de nuestras estrategias corporativas en todos los ámbitos y especialmente en el de nuestra responsabilidad social.

::: Estrategias y objetivos

Las reflexiones y compromisos corporativos, presentados públicamente en esta Memoria, son sin duda un hito, consecuencia del debate y el trabajo de los últimos años.

Pero del pasado ejercicio queremos destacar un hecho que ha permitido concluir con una Memoria como la que tiene entre sus manos: nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y con el ejercicio de nuestra Responsabilidad Social.

Este compromiso nos ha llevado a definir una estrategia para la Comunicación y Educación en Sostenibilidad, que abordará todos los aspectos y variables que el Grupo PRISA debe tener en consideración en materia de Responsabilidad Social y Sostenibilidad.

Con él extendemos y ampliamos nuestra apuesta de globalidad y liderazgo, al ámbito del desarrollo sostenible. Con ello queremos ser también líderes en materia de información, formación, comunicación y educación en sostenibilidad.

La Estrategia se basa en una actitud proactiva y en un enfoque integrador respecto al desarrollo del negocio, entendiendo que es desde esta perspectiva desde donde más podemos contribuir a la sociedad y a nuestros grupos de interés.

El Plan implica el despliegue de la estrategia en todos nuestros canales y en todas nuestras unidades de negocio, cada una de las cuales ha identificado cuáles son los aspectos clave en los que puede desarrollar su comunicación en sostenibilidad. A cierre de esta Memoria, todas las sociedades se encontraban definiendo sus líneas de acción específicas que serán presentadas a lo largo del 2008.

Creemos que la mayor aportación de valor que podemos hacer a la sociedad es difundir y formar de manera honesta y rigurosa, acerca de las implicaciones y consecuencias del paradigma del Desarrollo Sostenible, fomentando y promoviendo con ello un cambio de actitud global que redunde en beneficio de todo el planeta. Es lo que mejor sabemos hacer y a ello estamos dedicando nuestros esfuerzos.

Como refuerzo para el lanzamiento de nuestra estrategia 2008-2010, durante el ejercicio 2007 hemos activado el Plan de Gestión de Indicadores y Comunicación de Sostenibilidad, que tendrá continuidad en

los próximos años, siendo su reflejo principal la Memoria que ahora presentamos. Su desarrollo ha hecho posible estructurar el Grupo, y todas sus sociedades, en torno a un Sistema de Gestión que nos permite garantizar los siguientes objetivos:

- :: Disponer de responsabilidades definidas en todos los niveles de la organización en la totalidad de las cuestiones que implican la gestión de nuestra Responsabilidad Social.
- :: Establecer canales de comunicación internos y externos para garantizar la correcta transmisión de compromisos, políticas, estrategias y planes, y para disponer de información acerca de las inquietudes de los grupos de interés.
- :: El adecuado conocimiento, por toda la organización, de los compromisos y estrategias de Sostenibilidad del Grupo PRISA, buscando su implicación e impulso.
- :: El correcto desarrollo de las estrategias y los Planes de Acción en materia de Sostenibilidad.
- :: El establecimiento y mantenimiento de un Sistema de Indicadores de Sostenibilidad que garantice disponer de una información consistente, comparable y fiable y que facilite la toma de decisiones de gestión.
- :: Disponer de mecanismos y canales para estructurar y comunicar nuestra información de Sostenibilidad y facilitar la elaboración de informes y memorias corporativas.

El Grupo PRISA está configurado en cuatro grandes áreas de actividad: Educación-Editorial, Prensa, Radio y Audiovisual, con una unidad digital, Prisacom, que opera transversalmente para toda la organización.

Adicionalmente, en el Grupo se incluyen otras actividades correspondientes a los negocios de Distribución, Publicidad (GDM), Inmobiliaria, Corporativo e Impresión (Dédalo).



PRENSA	RADIO	EDUCACIÓN	AUDIOVISUAL
:: El País :: As :: Cinco Días :: Revistas :: Prensa internacional	:: Radio en España Cadena SER 40 Principales :: Radio internacional :: Gran Vía Musical	:: Educación en España, Portugal, Latam y Estados Unidos :: Formación :: Ediciones Generales Alfaguara Aguilar Taurus :: Librerías CRISOL	:: Sogecable Cuatro (Tv en abierto) Digital + (Tv de pago) :: Producción audiovisual Plural :: Media Capital TVI (Tv en abierto) NBP (producción) :: Televisión local y autonómica Localia
Digital Internet			

::: Estructura de Gobierno: Consejo de Administración

:: PRESIDENTE

Ignacio Polanco Moreno

:: CONSEJERO DELEGADO

Juan Luis Cebrián Echarri

:: CONSEJEROS

Matías Cortés Domínguez

Javier Díez de Polanco

Diego Hidalgo Schnur

Gregorio Marañón y Bertrán de Lis

Emiliano Martínez Rodríguez

Ramón Mendoza Solano

Agnès Noguera Borel

Borja Pérez Arauna

Francisco Pérez González

Isabel Polanco Moreno

Manuel Polanco Moreno

Juan Salvat Dalmau

Jesús de la Serna y Gutiérrez-Répide

José Buenaventura Terceiro Lomba

Adolfo Valero Cascante

Manuel Varela Uña

:: SECRETARIO NO CONSEJERO

Miguel Satrustegui Gil-Delgado



**Comisión
Ejecutiva**

:: PRESIDENTE

Ignacio Polanco Moreno

Juan Luis Cebrián Echarri

Matías Cortés Domínguez

Diego Hidalgo Schnur

Gregorio Marañón y Bertrán de Lis

Agnès Noguera Borel

Adolfo Valero Cascante

**Comité de
Auditoría**

:: PRESIDENTE

Matías Cortés Domínguez

Ramón Mendoza Solano

Agnès Noguera Borel

Borja Pérez Arauna

Juan Salvat Dalmau

**Comité de Gobierno Corporativo,
Nombramientos y Retribuciones**

:: PRESIDENTE

Gregorio Marañón y Bertrán de Lis

Diego Hidalgo Schnur

José Buenaventura Terceiro Lomba

Adolfo Valero Cascante

::: Informe de Buen Gobierno Corporativo

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.

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. En 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.

Además, en enero de 2007 se modificó el Reglamento del Consejo de Administración con el fin de, entre otras intenciones, adaptarlo a determinadas recomendaciones en materia de Gobierno Corporativo. Entre las modificaciones aprobadas, se redefinieron las funciones del Consejo de Administra-

ción, incluyéndose, entre otras competencias, la de aprobar las políticas de Gobierno Corporativo y de Responsabilidad Social Corporativa; se exigió que la propuesta del nombramiento de Consejeros independientes la realice el Comité de Gobierno Corporativo, Nombramientos y Retribuciones; se organizó la sucesión en la presidencia del Consejo, los Comités de la Sociedad asumieron nuevas competencias y se establecieron nuevas normas para la autorización para las operaciones vinculadas, etc.

En octubre de 2007 fue modificado el Reglamento del Consejo de Administración, con el fin de mejorar la eficacia del funcionamiento del órgano de administración de la Sociedad, mediante la creación de una Comisión Ejecutiva con facultades delegadas. En dicha modificación también se tuvieron en cuenta determinadas recomendaciones en materia de Gobierno Corporativo.



Juan Luis Cebrían, consejero delegado del Grupo PRISA, durante su intervención en la Junta General de Accionistas 2007.

En 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

Participación de los grupos de interés en reuniones del Consejo de Gobierno para que expongan sus demandas sociales, formación específica de los miembros del Consejo de Gobierno de la sociedad en materia de RSE, tratamiento formal de temas de RSE en las reuniones del Consejo de Gobierno, etc.

:: Política de Responsabilidad Social Corporativa

La dirección de cada una de unidades de negocio (editorial, prensa, radio, audiovisual e Internet), adopta todas las medidas nece-

sarias con la finalidad de asegurar la comunicación fluida con la pluralidad de intereses y sensibilidades sociales. Los medios de comunicación del Grupo tienen permanentemente abiertos distintos canales a tal 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 este año, y tras la reforma aprobada en el ejercicio 2007 del Reglamento del Consejo de Administración, el Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa será aprobado por el Consejo de Administración de la Compañía, habiendo participado en su elaboración una firma de consultoría especializada en esta materia.



Transparencia

:: 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 200 de la LSA 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.es) 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 y las noticias relativas al Grupo.

Además, la web corporativa 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, 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 en sus oficinas.

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 ex-

pertos que hacen un seguimiento del valor, que en este momento es de 25 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 el Grupo 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.

Control de riesgos

El Grupo 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 sus objetivos. En el marco de gestión de riesgos del Grupo, los principales riesgos considerados se clasifican en las siguientes categorías:

:: Riesgos estratégicos

:: Riesgos de los procesos de negocio

:: Riesgos relativos a la gestión financiera

- Exposición al riesgo de tipo de cambio
- Exposición al riesgo de tipo de interés
- Exposición al riesgo de precio del papel

:: Riesgos derivados de la fiabilidad de la información financiera

:: Riesgos tecnológicos

El Grupo 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 realizadas por las distintas unidades de negocio que componen el Grupo. La identificación de estos riesgos y de los procesos operativos en los que se gestionan cada uno de ellos, es realizada por la Dirección de Auditoría Interna del Grupo, quien informa periódicamente de los resultados de su trabajo al Comité de Auditoría.

Los sistemas de control establecidos para evaluar, mitigar o reducir los principales riesgos de la Sociedad y su Grupo, se describen en el IAGC y han sido objeto de previa revisión por parte del Comité de Auditoría.

Auditoría interna

La Compañía cuenta con un Departamento de Auditoría interna, cuya función es proveer a la Dirección del Grupo PRISA y al Comité de Auditoría de una seguridad razonable sobre la 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 se contempla:

:: 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.

:: 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.

:: Opinión y contraste independiente respecto a la interpretación y aplicación de la normativa legal vigente en materia de contabilidad.

:: Evaluación de la eficiencia con la que se utilizan los recursos en el Grupo.

:: Revisión de los medios de salvaguarda de los activos y verificación de su existencia.

:: 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 del Grupo 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, ha de supervisar los servicios de Auditoría interna y ha de conocer el proceso de información financiera y de los sistemas de control interno de la Sociedad.

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 cua-

lesquiera otras relacionadas con el proceso de desarrollo de la Auditoría de cuentas.

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.

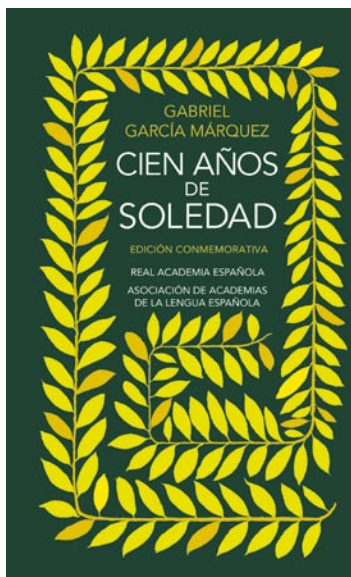
El Consejo de Administración informa públicamente de los honorarios globales que ha satisfecho la Compañía a la firma Auditora, distinguiendo los correspondientes a Auditoría de cuentas y otros servicios prestados.

Asociaciones a las que pertenece y con las que colabora

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.



Edición conmemorativa de *Cien años de Soledad* editada por el Grupo Santillana, bajo el sello de Alfaguara.

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 Sogecable, 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 la página 136.

PRISA colabora activamente con la Fundación Santillana además de otras instituciones y entidades culturales, educativas y científicas. En el ámbito cultural, colabora con 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 y la Fundación Príncipe de Asturias; 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.

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 Intermón Oxfam, 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.es), 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.

::: Ámbito y alcance de esta Memoria

En continuidad con nuestro primer informe de Responsabilidad Social elaborado el pasado año, presentamos esta Memoria en la que mostramos, de forma transparente y fiel, el grado de desarrollo de las actuaciones y compromisos del Grupo PRISA en los ámbitos económico, sociolaboral y medioambiental.

Este marco de referencia, hay que conjugarlo con el ejercicio que supone la elaboración de una Memoria de Responsabilidad Social en un Grupo de la dimensión de PRISA, lo que ha supuesto un importante esfuerzo de reflexión y análisis por parte de cada una de nuestras sociedades, tanto las que operan a nivel nacional como internacional.

Para la elaboración de esta Memoria, hemos seguido las recomendaciones de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad GRI-G3, de la Global Reporting Initiative, principal referente a nivel internacional en la elaboración de Memorias de Sostenibilidad.

Se ha tenido en consideración siguiendo los Protocolos Técnicos de la Guía GRI-G3 en la medición de datos y bases para la realización de cálculos, lo que nos 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.

Todos los procesos y etapas para la elaboración de este documento se han desarrollado atendiendo a los principios de veracidad y transparencia, lo que nos ha llevado a desarrollar una Memoria que muestra, de manera fiel, los compromisos y actuaciones del Grupo en materia de Responsabilidad Social, representando mediante datos agregados (a nivel Grupo PRISA) o desagregados por sociedades, dependiendo de la naturaleza de la información y bajo el criterio de facilitar la comprensión por los lectores.

Los datos o resultados mostrados se refieren al ejercicio 2007, aunque en algún caso puntual hemos recuperado información anterior por considerar que aportaría mayor representatividad. También queremos indicar, en un ejercicio lógico de honestidad, que estos meses de intenso trabajo no han conseguido que en algunos casos se pudiesen reflejar datos que pensamos podrían

ser significativos o relevantes. El motivo fundamental, es la dificultad que plantea el implantar un sistema de captación y gestión de datos a nivel mundial y con un gran número de sociedades que no son homogéneas en su actividad y gestión.

Con estas aclaraciones, esperamos facilitar la comprensión y acercamiento a este documento y anticipamos nuestro agradecimiento por todos los comentarios constructivos que podamos recibir para la elaboración de nuestra próxima Memoria de Responsabilidad Corporativa.





Liderando la educación, información y entretenimiento

- ::: Sociedades y marcas
- ::: Distribución de las marcas globales
- ::: Principales cifras de negocio
- ::: Áreas de negocio

::: Sociedades y marcas

EDUCACIÓN - EDITORIAL

GRUPO SANTILLANA	EDUCACIÓN EDICIONES GENERALES Alfaguara, Altea, Aguilar, Taurus, El País-Aguilar, Punto de Lectura, Suma FORMACIÓN División profesional, Instituto Universitario de Posgrado, División Universidad, Santillana en Red (50% Santillana, 50% Prisacom) IDIOMAS Richmond LIBRERÍAS Crisol
------------------	--

PRENSA

EL PAÍS	Diario <i>El País</i> , Diario <i>El País</i> México y Diario <i>El País</i> Argentina
PRENSA ESPAÑA	As <i>Cinco Días</i> GESTIÓN DE MEDIOS DE PRENSA DOMINICAL (50%) REVISTAS <i>Gentleman</i> , <i>Cinemanía</i> , <i>Rolling Stone</i> , <i>Claves</i> , <i>Revista 40</i> , <i>Car</i> , <i>Revistas de factoría</i>
PRENSA INTERNACIONAL	FRANCIA <i>LE MONDE</i> S.A. (15,01%) Prensa diaria Nacional (PQN), Sociedad redactora de <i>Le Monde</i> (S.E.M)*, Impresión, Publicidad, Prensa diaria Regional (PQR), Revistas y Libros BOLIVIA <i>Extra</i> , <i>La Razón</i> *

UNIÓN RADIO

RADIO ESPAÑA	SER 40 PRINCIPALES DIAL M-80 RADIOLÉ MÁXIMA
--------------	--

RADIO INTERNACIONAL (GLR)	COLOMBIA MÉXICO USA CHILE ARGENTINA COSTA RICA (50%) PANAMÁ (*)
GRAN VÍA MUSICAL	EVENTOS Planet Events y Media Festivals DERECHOS EDITORIALES Nova Ediciones Musicales
AUDIOVISUAL	
SOGECABLE	CUATRO DIGITAL + CANALES TEMÁTICOS Compañía Independiente de Televisión, S.L., Cinemanía, S.L., Sogecable Música, S.L. (50%), Jetix España, S.L., CNN+ (50%) AUDIOVISUAL SPORT REAL MADRID GESTIÓN DE DERECHOS S.L. (10%) SOGECINE SOGEPAQ SOGECABLE MEDIA SERVICIOS Centro de Asistencia Telefónica (CATSA), Canal Club de Distribución de Ocio y Cultura (25%), Sogecable Editorial, S.L., Vía atención Comunicación, S.L.
MEDIA CAPITAL	TVI NBP RADIO PRENSA INTERNET ENTRETENIMIENTO Eventos y Distribución de cine y video
LOCALIA	
PLURAL	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA TELEVISIÓN GENERALISTA Y AUTÓNOMICA TESELA
ATB BOLIVIA (*)	
DIGITAL	
PRISACOM	PRISACOM, S.A. SANTILLANA EN RED (50% Santillana, 50% Prisacom) INFOTECNIA
OTRAS ACTIVIDADES	
GDM (Comercializadora de Publicidad)	
PRISA INNOVA	
DÉDALO (Impresión)	
DISTRIBUCIÓN DE PRENSA	
PRISA INMOBILIARIA	
OFICINA DEL AUTOR	
IBERBANDA (*)	

(*)Sociedad participada

::: Distribución de las marcas globales





A	España				
	Portugal				
	Francia				
	Italia				
	Alemania				
	Bélgica				
	Reino Unido				
B	EE UU				
	México				
	Guatemala				
	Costa Rica				
	Panamá				
	El Salvador				
	Rep. Dominicana				
	Puerto Rico				
C	Venezuela				
	Colombia				
	Ecuador				
	Perú				
	Brasil				
	Uruguay				
	Paraguay				
	Bolivia				
	Argentina				
	Chile				

::: Principales cifras de negocio

Hacia un presente global, convergente y digital

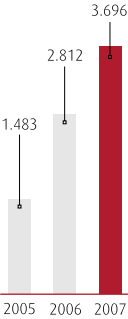
Educación, información y entretenimiento son los tres pilares sobre los que se ha ido construyendo PRISA hasta convertirse en el primer grupo de medios de comunicación en el mercado de habla española. PRISA está presente en 22 países y llega a más de 43 millones de usuarios a través de marcas globales como *El País*, 40 Principales, Santillana o Alfaguara. Su presencia en Brasil y Portugal y en el creciente mercado hispano de Estados Unidos le ha dado una dimensión iberoamericana, y le ha abierto un mercado global de más de 700 millones de personas con culturas y formas de vida afines.

Durante 2007, el éxito de operaciones como la Opa que llevó a la adquisición del 94,7% del grupo de comunicación portugués Media Capital, el lanzamiento de una oferta pública de adquisición de la totalidad de Sogecable, así como la entrada de 3i Europe como socio en Unión Radio para impulsar el desarrollo radiofónico en el mercado hispano de Estados Unidos consolidan la

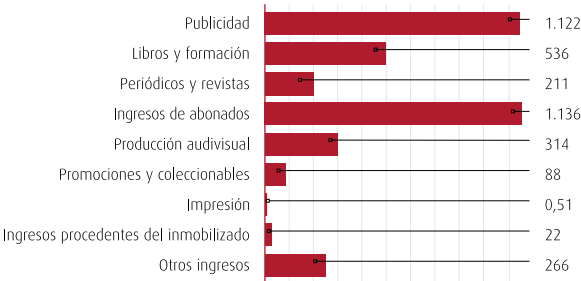
estrategia global del Grupo que reafirma su condición de líder en los mercados de habla española y portuguesa.

El ejercicio 2007 ha estado marcado por el refuerzo de las líneas estratégicas en el sector audiovisual, teniendo como eje principal a Sogecable en el desarrollo de la televisión, en sus diferentes plataformas Cuatro y Digital+, y en la producción de contenidos. Dentro del posicionamiento estratégico del Grupo destacan como principales objetivos la expansión radiofónica en América, el desarrollo de las operaciones en educación, como la enseñanza del español como lengua extranjera y la construcción en torno a *El País* de la primera marca de información mundial en castellano. La apuesta de PRISA por la extensión de marcas globales pasa por las grandes posibilidades del universo digital donde la orientación multicanal ha permitido adaptar los productos a la evolución de la demanda de los usuarios.

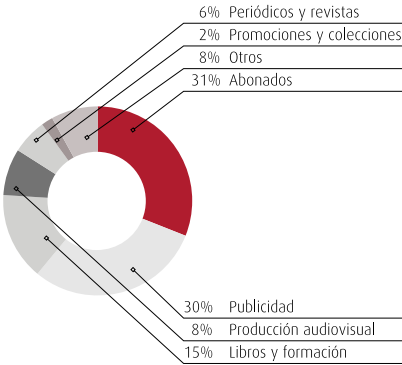
Ingresos de explotación
millones de euros



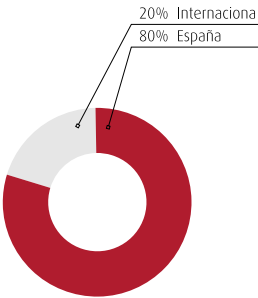
Distribución de ingresos por línea de actividad
millones de euros



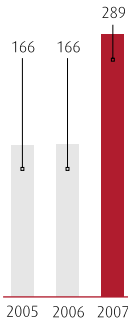
Ingresos Contribución por línea de actividad



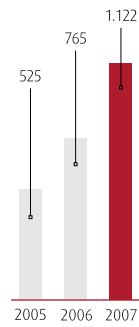
Ingresos Reparto geográfico
enero - diciembre 2007



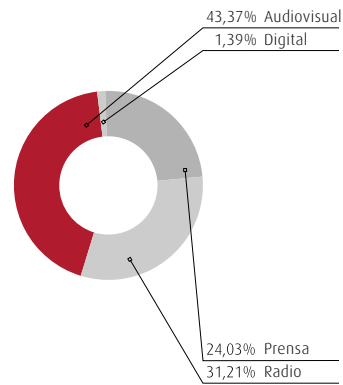
Beneficios antes de impuestos
millones de euros



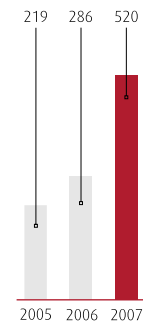
**Facturación
publicitaria**
millones de euros



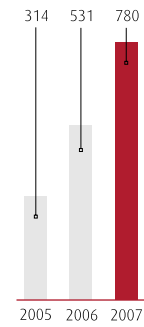
**Publicidad
Contribución por
línea de negocio**



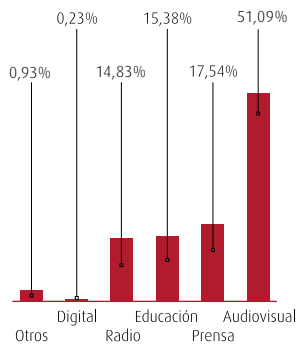
**Resultados de
explotación EBIT**
millones de euros



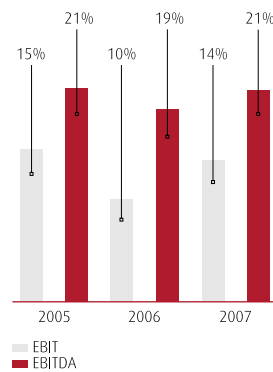
EBITDA
millones de euros



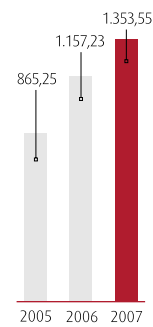
**EBITDA
Contribución por
línea de actividad**



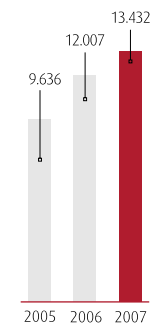
**Evolución margen
EBIT y EBITDA**



**Fondos
Propios**
millones de euros



**Número
de empleados**



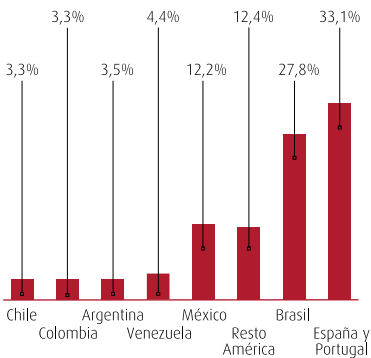
Liderazgo, expansión y crecimiento

El liderazgo en España, por resultados económicos y por audiencia y difusión, de las empresas de PRISA es el motor de la internacionalización del Grupo y de su crecimiento en los mercados de habla española y portuguesa. El diario *El País*, la Cadena SER y el grupo editorial Santillana han realizado un excelente ejercicio. Su solidez ha permitido el afianzamiento de las nuevas líneas de negocio y ha hecho posible que el proyecto de expansión de marcas globales haya tenido un notable avance.

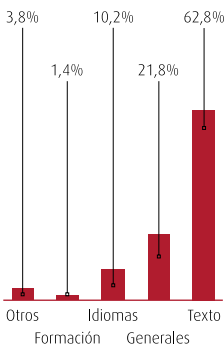
Editorial

Grupo Santillana

Venta por origen geográfico
enero - diciembre 2007



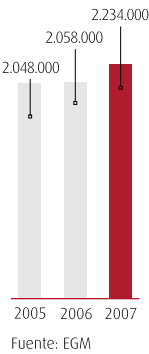
Venta por línea de actividad



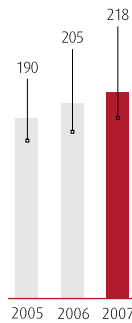
Prensa

El País

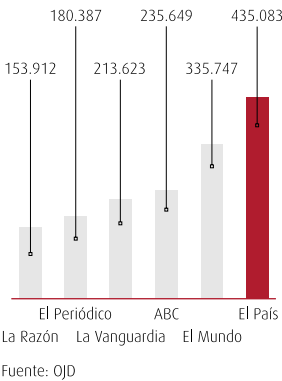
Número de lectores



Facturación por publicidad
millones de euros

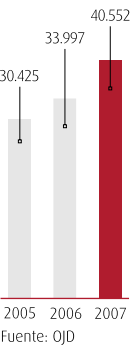


Difusión de los principales diarios de información general
número de ejemplares

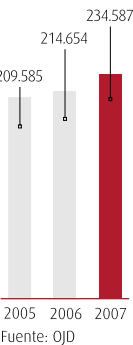


Prensa especializada

Cinco Días
Evolución de la difusión
número de ejemplares



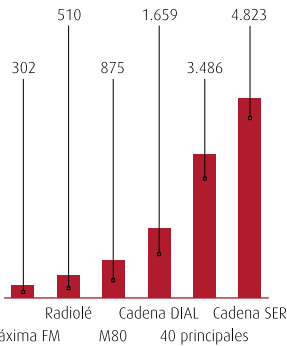
As
Evolución de la difusión
número de ejemplares



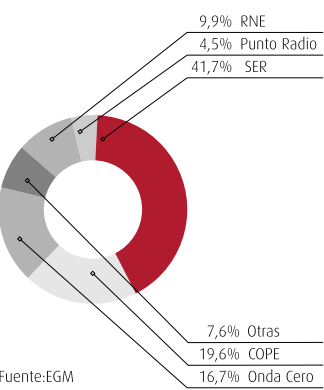
Radio

Radio España

Audiencia por cadenas
miles de oyentes



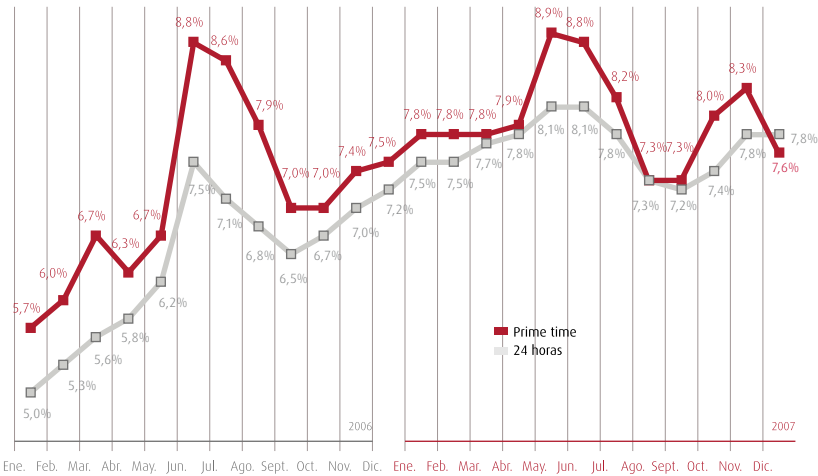
Cuota de audiencia
radios convencionales



Televisión

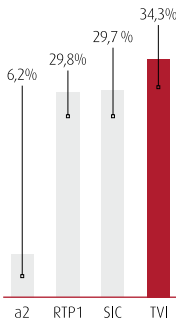
Cuatro

Evolución de la audiencia

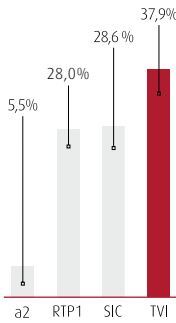


TVI (Media Capital)

Evolución de la audiencia 24 horas



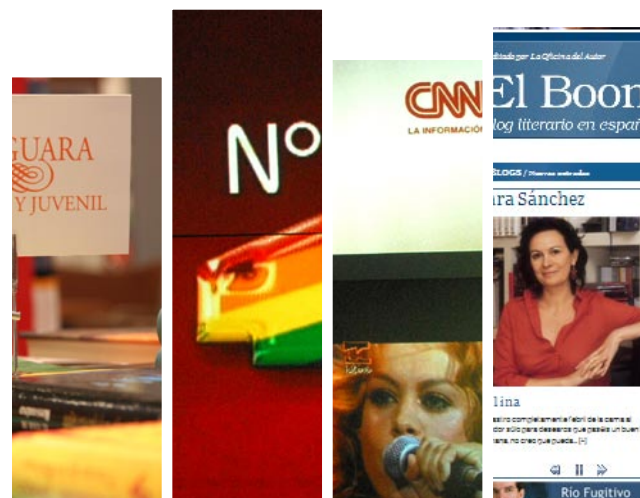
Evolución de la audiencia Prime Time



::: Áreas de negocio

El Grupo PRISA está configurado en cinco grandes áreas de negocio junto a una unidad digital que opera de modo transversal en toda la organización.

Contamos con más de 43 millones de lectores, oyentes, espectadores e internautas, distribuidos por todo el mundo. De esta manera nuestra extensión de marcas crece a nivel internacional con un destacado posicionamiento en el mercado iberoamericano.







Educación y formación

En el año 2007 Santillana ha logrado un récord histórico en resultados, reforzando la línea ascendente de los anteriores ejercicios: con unos ingresos de explotación de 560 millones de euros (un 14,6 % superiores a los de 2006), ha alcanzado un EBIT de 75 millones de euros, un 24,8 % más que el año anterior.

A este buen desempeño mostrado por el conjunto de las empresas del Grupo, ha contribuido de forma destacada la línea de educación de dos países: España y Brasil. En España al comienzo del año se anticipaban tres hechos relevantes en este área: implantación de nuevos programas en cuatro cursos de la escolaridad obligatoria, de acuerdo con el calendario establecido por la LOE (Ley Orgánica de Educación), la extensión de los programas de gratuidad de libros escolares en varias Comunidades Autónomas y la liberalización del precio de venta al público de los textos. Todo ello hacía prever una campaña de ventas complicada, como así ha sido. Sin embargo, la calidad de las nuevas ediciones y la eficacia de la comunicación a los docentes han permitido lograr

una importante ganancia en la cuota de mercado de nuestro sello, especialmente en ESO (Educación Secundaria Obligatoria): en 2007 Santillana Educación ha alcanzado el liderazgo en todos los niveles de enseñanza obligatoria española.

En cuanto a Editora Moderna, nuestra editorial educativa en Brasil, ha obtenido unos excelentes resultados en la venta de textos a las escuelas públicas: en conjunto han sido 43,7 millones de libros los que ha suministrado a los centros, por cuenta del Ministerio de Educación, (el 37 % del total de las compras públicas para la enseñanza fundamental y el 49 % de las destinadas a la enseñanza media). Ello, unido a las compras del mercado privado, explica el incremento alcanzado de un 42,1 % en los ingresos y de un 52,5 % en los resultados de explotación con respecto al año anterior.

Respecto a las ventas institucionales, a las que el Grupo viene prestando especial atención, en su conjunto se han incrementado un 56,3 % en relación a 2006.

En el apartado de métodos de idiomas, 2007 también ha sido un año extraordinario desde el punto de vista de los resultados. Las ventas han crecido un 17% con respecto al año anterior alcanzando los 56 millones de euros, y se ha superado el presupuesto de facturación en un 13%.

Con respecto al EBIT, también las cifras son muy satisfactorias, habiendo crecido un 60% respecto al año anterior.

Este resultado se debe, en parte, a las buenas cifras de compras públicas, especialmente en México, República Dominicana y Chile. Pero también a la buena evolución de las campañas regulares, sobre todo las de los países del Área Norte, Argentina y especialmente la de España, donde se ha crecido un 20% con respecto a 2006. Concretamente en España destaca nuestra posición de liderazgo en el mercado del idioma francés con un 35,6% de cuota.

Un año más el sello Richmond ha seguido trabajando para consolidar su imagen internacional: de ahí el inicio de proyectos concretos ya para el próximo año en Italia y en Polonia. Se mantienen además nuestras relaciones comerciales con clientes en Corea del Sur, Taiwán, Alemania, Reino Unido, Francia, Tailandia, Turquía y Marruecos.

En cuanto al catálogo, hasta ahora eminentemente escolar, se ha ampliado con una nueva serie (Elevator), dirigida a los adultos (universidades y academias). Una alianza estratégica con Scholastic nos ha permitido ofrecer al mercado un atractivo y amplio catálogo de lecturas graduadas.

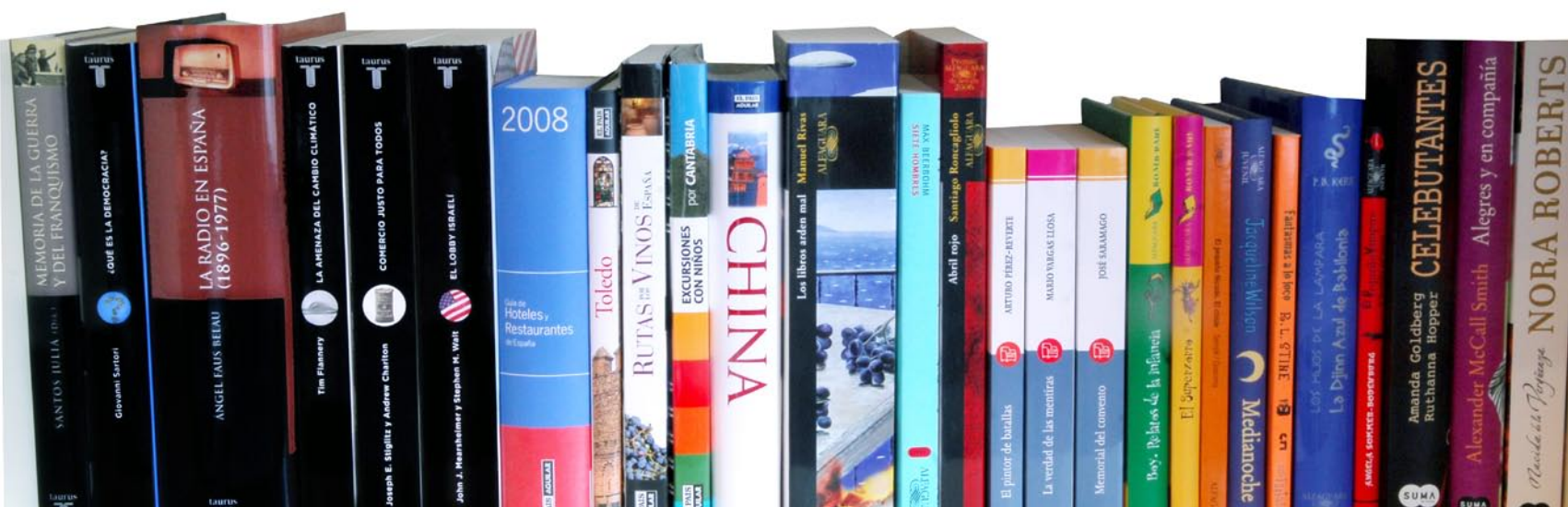
Por último, mencionar el lanzamiento de la serie Español Lengua Viva en el segmento de enseñanza de Español como Lengua Extranjera (ELE), cuya buena acogida inicial hace suponer que podremos alcanzar una posición de referencia en este mercado.

Ediciones Generales

La línea de Ediciones Generales ha continuado con la línea de crecimiento de los últimos años, generando unos ingresos de 120 millones de euros.

El 2007 estuvo marcado por la coedición con las Academias de la Lengua Española de una edición conmemorativa de *Cien años de soledad* de Gabriel García Márquez, del que se han vendido más de 900.000 ejemplares.

Alfaguara comenzó el año otorgando el X Premio Alfaguara al español Luis Leante con su novela *Mira si yo te querré*; continuó con





Las pequeñas memorias de José Saramago y el lanzamiento de la tercera entrega de la exitosa trilogía de Javier Marías, *Tu rostro mañana*, y finalizó con la novela de Arturo Pérez-Reverte *Un día de cólera*, un impactante relato de lo sucedido el 2 de mayo de 1808 en Madrid.

Incorporamos un nuevo Premio Nobel a nuestro catálogo con la concesión del mismo a Doris Lessing y la publicación de sus obras más representativas en Punto de Lectura.

Dentro de la línea de novela juvenil, *Eclipse*, la tercera entrega de la saga escrita por Stephenie Meyer, no solo ha sido un fenómeno norteamericano y europeo. En el mundo hispano las ventas han alcanzado los 300.000 ejemplares y, junto a *La Emperatriz de los Etéreos*, de Laura Gallego, ha sido uno de los libros más vendidos del año.

Para Suma fue el año de la consolidación, con éxitos como *El traje del muerto* de Joe Hill y *La llave de Sarah* de Tatiana de Rosnay.

En 2007 Taurus destaca por las propuestas de su colección de historia con obras de John Elliott, Michael Burleigh, Santos Juliá o Tony Judt, pero también apostó por temas como *El lobby israelí*, con un análisis del verdadero poder que se mueve detrás de la política internacional, o la autobiografía de Nicolás Sarkozy. Joseph Stiglitz volvió a sorprendernos explicando *Cómo hacer que la globalización funcione*, Giovanni Sartori reeditó su clásico sobre las claves de la Democracia y Luc Ferry, en *Aprender a vivir*

nos cuenta cómo la filosofía nos ayuda a ser más felices. En *Muerte de un disidente*, de Marina Litvinenko, a través del escalofriante relato del asesinato de su marido, nos muestra cómo el crimen organizado de los rusos es un conflicto político más propio de la Guerra Fría que de la actualidad.

Lideramos el mercado de las publicaciones españolas de turismo y gastronomía de calidad con El País Aguilar. Sus *Guías Visuales*, *Top 10*, *Fodor's*, *City Pack*, *Idiomas para viajar*, *Rutas* o las *Guías con Encanto*, son una referencia.

Por otra parte, las coediciones con Cuatro-colección de libros sobre los programas de la parrilla del canal en abierto del Grupo han constituido para Aguilar una exitosa alianza. Dentro de este sello cabe destacar también la incorporación de Álex Rovira al catálogo, con *El laberinto de la felicidad*, y el fenómeno mexicano de Quiúbole, que alcanzó los 300.000 ejemplares de ventas.

Cátedra de Estudios Iberoamericanos "Jesús de Polanco"

La Fundación Santillana y la Universidad Autónoma de Madrid han creado una cátedra de ámbito académico y profesional, en memoria de Jesús de Polanco, que se desarrollará mediante todas aquellas iniciativas que contribuyan, a través de la docencia, la investigación y la divulgación científica, al mejor conocimiento de la realidad iberoamericana.

Santillana Formación y el Instituto Universitario de Posgrado

Santillana Formación, la unidad de negocio del Grupo Santillana dedicada a la formación de posgrado, ha consolidado en el ejercicio 2007 su línea de crecimiento de los últimos años, alcanzando los 1.315 alumnos de masters, 1.199 de ellos a través del Instituto Universitario de Posgrado (IUP), la empresa de formación superior creada por Santillana Formación y tres de las principales universidades públicas españolas: la Autónoma de Barcelona, la Carlos III de Madrid y la de Alicante. Los datos consolidan al IUP como líder de la formación de posgrado on-line en español y una de las primeras escuelas de negocios en número de alumnos. Por sus aulas han pasado ya más de 5.000 profesionales, procedentes de 49 países y de las más importantes empresas españolas y latinoamericanas.

La oferta formativa del IUP se centra en el ámbito de la economía y de la empresa (con un MBA, un Master en Dirección Estratégica y Gestión de la Innovación, y un Master en Dirección Comercial y Marketing, entre otros), además de aquellas áreas en las que las diversas empresas de PRISA han adquirido un prestigio y una relevancia destacables (Edición, Nuevas Tecnologías Aplicadas

a la Educación y Periodismo y Comunicación Digital). Además, se han impartido cursos para ejecutivos en el ámbito de la dirección general, RRHH, y la organización comercial. Entre ellos destaca el éxito del Seminario de Relaciones Comerciales con China.

Durante 2007 IUP ha ampliado la red de acuerdos con instituciones de educación superior de países como México, Colombia, Argentina, Ecuador o El Salvador.

Se inauguró el Programa Avanzado de Desarrollo Directivo dirigido a profesionales del Grupo PRISA. Un grupo de 55 alumnos de España, Portugal y otros diez países de Latinoamérica obtendrán durante 2008 una visión empresarial global del Grupo, potenciando el desarrollo de su carrera. En la línea de formación corporativa, IUP ha fidelizado a importantes organizaciones como Banesto, la Caja de Ahorros del Mediterráneo o Grupo Banco Popular.

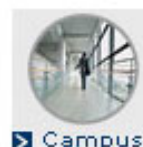
En programas presenciales, Santillana Formación se consolida como una escuela de referencia en los sectores de la comunicación y la cultura; avalada por su excelente calificación en rankings independientes, y por sus socios, como la Universidad de Salamanca, la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) y la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión (ATV), entre otros.

GRUPO SANTILLANA

Presidente: Emiliano Martínez

Consejera delegada: Isabel Polanco

Director general de Operaciones: Miguel Ángel Cayuela



Sedes del IUP

Actualidad IUP

Testimonios

Agenda

Preguntas Frecuentes

Mapa de la Web

Buscar...

Conoce el IUP

Másters Posgrados

Programas Expertos



Destacamos...

Programas on-line del IUP

Ya está abierto el plazo de matriculación de los Programas on-line del Instituto Universitario de Posgrado en la convocatoria de marzo 2008.

Solicita información



Prensa

El País, la renovación de un liderazgo

2007 fue un año importante para *El País*. El periódico llevó a cabo el primer gran cambio en sus 31 años de historia. En una sociedad y un mundo muy distintos a los de 1976, *El País* renovó su liderazgo con la voluntad de introducir un nuevo relato en el periodismo, una manera distinta de contar las cosas que pasan, una forma más atractiva de contarlas. “Una mirada compartida con los lectores, y una mirada nueva”, como dijo en el arranque de esta etapa el director, Javier Moreno. *El País* cambió con sus lectores: cambió para hablar mejor con ellos y para que los lectores respondan, como hacen a diario y masivamente en elpaís.com. Querer comprender fue el mensaje de la campaña que puso en las manos de los lectores la voluntad de compartir con ellos las claves para dar sentido a las realidades que nos rodean.

El periódico independiente que hace más de 30 años se comprometió con las libertades democráticas, llevó a sus lectores el 21 de octubre de 2007 una nueva primera página con acento en la cabecera y un reto para el siglo XXI: ser el diario global en español.

Además, reordenó las secciones, introdujo nuevas ventanas de información, análisis y entretenimiento y consolidó su apuesta con los suplementos de las delegaciones (Cataluña, que celebró sus veinticinco años; Madrid, País Vasco, Andalucía, Comunidad Valenciana y Galicia).

El País Semanal, *Domingo* y *Babelia* fueron remodelados según un diseño dirigido por Óscar Mariné, en una apuesta por la modernidad, el gran reportaje y una nueva visión del universo cultural, respectivamente. La elegancia del nuevo diseño de los tres suplementos se vio acompañada por el incremento de la calidad de los contenidos y la importancia de las firmas.

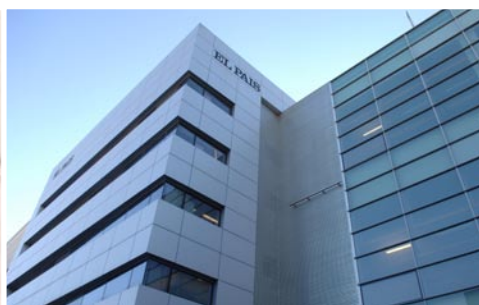
El periódico lanzó además durante 2007 dos nuevos suplementos mensuales que se han convertido ya en referencia en los campos de la sanidad y el medio ambiente: *Salud* y *Tierra*. Estos cuadernillos completan los contenidos habituales del diario: *Ciberpaís*, *El Viajero*, *Negocios*, *Propiedades*, *Motor* y la guía semanal de ocio *On Madrid*.



El periódico revalidó en 2007 su liderazgo en la prensa española de información general; alcanzó un nuevo récord de difusión media diaria, con 435.083 ejemplares diarios y 749.388 los domingos, según los datos de OJD correspondientes al mes de diciembre. Esto significa que el diario cerró el año como líder absoluto de la prensa española, con una cuota de mercado del 36% y una diferencia de 100.000 ejemplares sobre su más inmediato competidor. Además, según el Estudio General de Medios (EGM), registró a finales de año la mejor cifra de difusión de su historia: 2.234.000 lectores diarios. Es, según el EGM, el diario de información general que más seguidores ganó en el periodo que va de febrero a noviembre, un 8,5% más que en 2006. Los datos indican que *El País* creció, sobre todo, entre la población menos proclive a la lectura de diarios, los jóvenes menores de 24 años (un 9%).

En 2007 *El País* realizó 44 promociones. Destacaron las series, desde la *Historia de España* a la discografía completa de Joan Manuel Serrat y Joaquín Sabina, que protagonizaron una exitosa gira española e iberoamericana apoyada por *El País*. El periódico puso también a disposición de los lectores la discografía de Héroes del Silencio, difundió la colección *Las estrellas del jazz*, los cuentos de Andersen, el curso de inglés de la BBC, etc. Entraron en las promociones diseños de Eduardo Chillida y Javier Mariscal para utensilios domésticos, además de una colección de tazas con el humor de Forges.

El País incrementó en 2007 su presencia pública en múltiples foros. Bajo el título *Diálogos de El País* organizó actividades en el teatro Español, en la Feria del Libro de Madrid, en la Universidad Complutense,

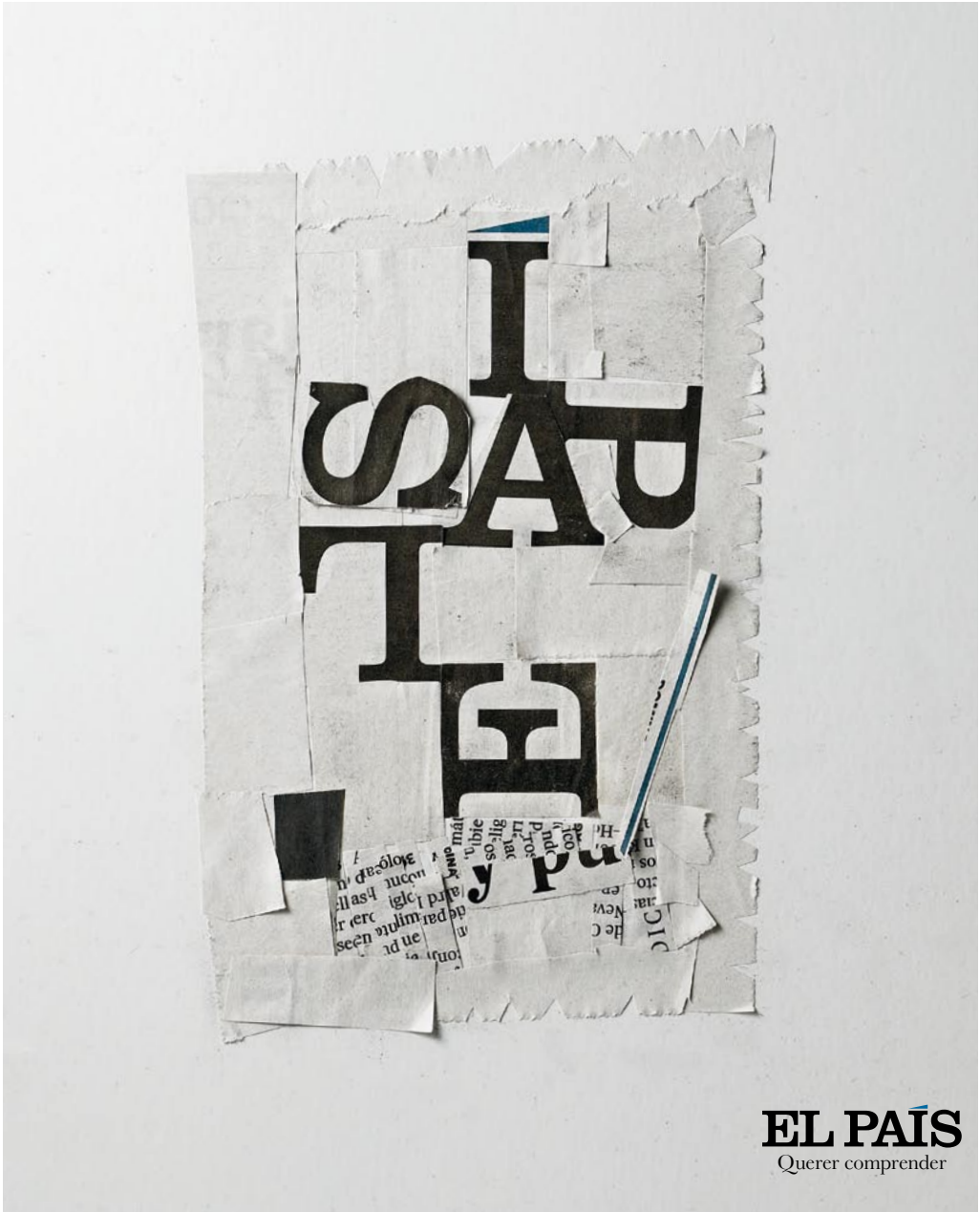


y en otros ámbitos, como el Festival Hay de Segovia, donde el director mantuvo un diálogo con su homólogo del británico *The Guardian* en torno al futuro de la prensa escrita. Moreno fue además el anfitrión de un coloquio con directivos hispanoamericanos de prensa escrita en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, donde *El País* tuvo una destacada presencia.

En el plano internacional, el periódico mantiene acuerdos con *The New York Times* y *Le Monde*, a cuyo accionariado pertenece PRISA. Con *The New York Times* elabora un suplemento que incluye contenidos en español de los que publica el rotativo norteamericano. Por otra parte, *The Internacional Herald Tribune* incluye en su edición diaria en España una versión inglesa de los contenidos más importantes de *El País*.



Alan Rusbridger y Javier Moreno, directores de los diarios *The Guardian* y *El País*, debaten sobre el futuro de la prensa escrita en el marco del Hay Festival de Segovia.





GMI ha tenido un buen comportamiento de ingresos publicitarios y de difusión de todos sus medios, lo que unido al estricto control de costes ha permitido incrementar el resultado de explotación consolidado en un 19,7%.

Portada conmemorativa del XL aniversario del diario deportivo As

da del EGM. As es igualmente líder indiscutible en la Comunidad de Madrid, tanto en difusión como en venta de quiosco.

El diario económico *Cinco Días* ha tenido en el año 2007 el mejor resultado de explotación desde el año 2000, con un incremento del 72,6% con respecto al año 2006. Asimismo, 2007 ha sido el mejor año de su historia en cuanto a difusión al alcanzar los 40.552 ejemplares, un 19,3% por encima del pasado ejercicio. La venta en quiosco creció un 4,4% y la audiencia se situó en 72.000 lectores (tercera oleada del EGM), lo que supone un 5,9% más que la ola anterior. En cuanto a producto, se reforzó la edición de fin de semana con el suplemento *5d Empleo* y *Directivos*, que incluye la oferta de empleo cualificado que *El País* publica en su suplemento *Negocio* de la edición del domingo.

PROGRESA, la sociedad editora de revistas, incrementó su resultado de explotación un 24,4% y obtuvo un crecimiento de la inversión publicitaria del 22,8%, consolidando la posición en el mercado de sus principales

cabeceras: *Gentleman*, *La Revista 40*, *Cinemania*, *Rolling Stone* (España y México), *Claves de la Razón Práctica*, *Business Traveller* (*Cinco Días*) y *Europa* (Air Europa). El *Anuario de EL PAÍS* y el *Anuario de los Vinos*. También se cerró un acuerdo para editar la revista oficial de la feria internacional de arte ARCO, que se denominará *Art&Co*.

Gestión de Medios de Prensa (GMP), sociedad de servicios a la prensa regional, lanzó en marzo una nueva revista sobre vino y gastronomía, denominada *VS*, para sus 21 periódicos asociados, cuya audiencia conjunta alcanza los 1.330.000 lectores. La revista, de carácter mensual, y líder de su segmento, va dirigida a un lector no especializado, aunque sí interesado por el mundo del vino y la gastronomía. Y *Dominical*, publicación que se distribuye los fines de semana con 18 diarios, obtuvo una audiencia de 1.005.000 lectores. Este suplemento, al comercializarse conjuntamente con *El País Semanal*, es el soporte publicitario líder del sector, con un 41% de cobertura.

EQUIPO DIRECTIVO

Director general de Prensa: Jesús Ceberio

Director de *El País*: Javier Moreno

Director general de *El País*: Pedro García Guillén

Consejero delegado de GMI: José Ángel García Olea

Director de *As*: Alfredo Relaño

Director de *Cinco Días*: Jorge Rivera





Radio

Dinamismo, creatividad, proximidad

Unión Radio es el mayor grupo radiofónico de habla española con más de 22 millones de oyentes y más de 1.250 emisoras entre propias y asociadas distribuidas por España, Estados Unidos, México, Colombia, Costa Rica, Panamá, Argentina y Chile.

Durante 2007 se ha desarrollado un modelo de gestión que favorece el desarrollo de marcas globales, con una clara apuesta por los contenidos. Refuerza las sinergias comerciales, de manera que está convirtiendo a Unión Radio en el referente radiofónico global de habla hispana y potencia el desarrollo de nuevos formatos y estándares, tanto en radio generalista como en radiofórmulas musicales, que tengan implantación global y sean, al mismo tiempo, cercanos a las características y peculiaridades de cada país. Una presencia global con enfoque local que permite optimizar los intercambios y multiplicar la generación de valor del Grupo.

Este año el Consejo de Administración de la compañía, participada en un 80% por el Grupo PRISA y en un 20% por el Grupo Godó, aprobó un acuerdo de intenciones para la entrada en su accionariado, mediante una operación mixta de compra de acciones y ampliación de capital, del fondo de capital privado 3i, con una participación estimada del 16,20%. La entrada del nuevo socio ayudará a impulsar el desarrollo de Unión Radio en Latinoamérica y en especial el plan de expansión en el mercado hispano de Estados Unidos.

En España, Unión Radio cuenta con la SER, como buque insignia, a través de sus 481 emisoras, entre propias y asociadas, desarrolla una oferta generalista, junto a sus cinco cadenas musicales: 40 Principales, Cadena Dial, M-80, Radiolé y MáximaFM.

La Cadena SER cerró el año como líder absoluta del mercado con 5.056.000 oyentes diarios de lunes a viernes, según los datos del Estudio General de Medios (EGM). Además, reforzó el dominio de sus programas en todas las franjas horarias, con aumentos

en los tres espacios sobre los que articula su parrilla de programación: *Hoy por hoy*, *El larguero* y *La ventana*.

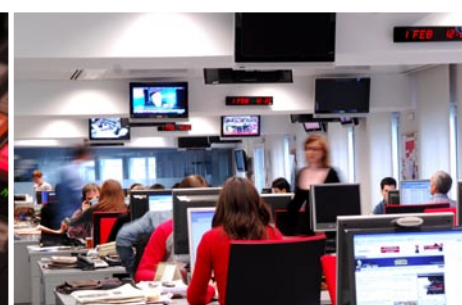
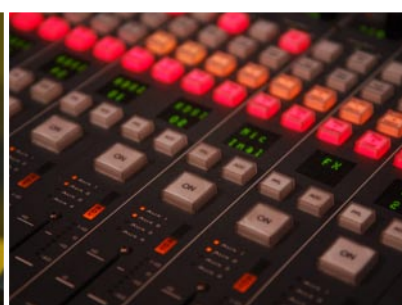
La pérdida de Carlos Llamas, que condujo durante 15 años el informativo nocturno, *Hora 25*, ha obligado a la Cadena SER a reorganizar su programación. Para cubrir el vacío dejado por el veterano periodista la cadena ha elegido a Angels Barceló, consiguiendo un hito histórico, ya que se trata de la primera mujer que dirige un informativo. Asimismo, la periodista Montserrat Domínguez toma el mando del programa matinal del fin de semana *A vivir que son dos días*, dirigido hasta diciembre de este año por Angels Barceló. Este espacio, que en 2008 cumplirá 20 años en antena, es el líder del fin de semana y referente de la radio en España. Según el último Estudio General de Medios (EGM) reúne a 1.593.000 oyentes cada sábado y 1.540.000 cada domingo.

En el año 2007 la cadena 40 Principales revalidó su liderazgo en el segmento de la radio musical española, con 3.434.000 oyentes, situándose como la segunda cadena de radio más escuchada, tras la SER. Cadena DIAL ocupó la segunda posición del ranking de musicales, con 1.719.000 oyentes diarios.

En Estados Unidos, la compañía opera a través de 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 posee GLR Networks, empresa productora y distribuidora de programas y espacios comerciales con cerca de 130 emisoras afiliadas.

En el mercado de México, Unión Radio opera a través de Radiópolis, participada al 50% por Televisa y en la que Unión Radio tiene la gestión. Radiópolis, a través de sus 88 emisoras, propias y afiliadas, cuenta con tres líneas de programación fundamentales: W Radio para programación hablada, Bésame y 40 Principales para la radio musical. Estos son también los formatos globales de programación que se emiten en Panamá, Costa Rica, Chile, Argentina y Colombia.

Radio Caracol, líder indiscutible en Colombia y una de las cadenas más prestigiosas de América Latina, constituye otro pilar de Unión Radio en este mercado, tanto por su experiencia profesional como por su solvencia económica. Caracol produce y distribuye hasta diez líneas de programación en diferentes formatos de música y radio hablada.



En julio de 2007 Unión Radio ha firmado la compra en firme, tras la autorización de la operación por las autoridades de competencia chilenas, de la mayor cadena de radio de Chile, Iberoamerican Radio Chile, compañía que opera a través de 140 emisoras propias, ocho formatos radiofónicos, de los cuales seis figuran entre los diez primeros del ranking general chileno. La operación se realizó a través de la filial GLR (Grupo Latino de Radio) que ya operaba en este país a través del Consorcio Radial de Chile (CRC) con los formatos 40 Principales, Bé-same, Radioactiva y W Radio. Unión Radio refuerza así su presencia en el continente americano, donde su red de emisoras se extiende desde el sur de Estados Unidos hasta Tierra de Fuego.

Gran Vía Musical

Dentro de la crisis que vive la música, el 2007 ha sido un año muy positivo para GVM, que desde hace algunos ejercicios reorientó su actividad a las áreas de mayor crecimiento del sector: la música en vivo y los derechos editoriales.

En el apartado de Eventos, Planet Events, ha promovido, producido u operado grandes acontecimientos y giras a lo largo del 2007, liderando la música en directo por el éxito obtenido con las giras de artistas latinos: Maná logro vender todas las entradas (más de 250.000) para 17 conciertos en quince ciudades, constituyendo la gira de mayor éxito de un artista latino en España, y refrendando el liderazgo de la compañía como operadora de las grandes estrellas internacionales latinas en España. En este sentido Planet también promovió las giras

de Paulina Rubio, Julieta Venegas, Caetano Veloso, Orishas y Franco Battiato.

En el área de contratación Planet Events ha sido la responsable de la contratación de David Bisbal, cuyo periplo ha podido ser seguido en más de sesenta ciudades.

En cuanto al diseño y producción de espectáculos especiales destacan *Eclèctic'07*, que conjugó aspectos culturales y de entretenimiento en la Ciudad de Las Artes y las Ciencias en Valencia y la gira de LKXA (La Caixa), un festival que recorrió las principales capitales españolas con la participación de La Oreja de Van Gogh, Coti y Dover.

Planet Events, cuya facturación se sitúa en el entorno de los 26 millones de euros, ha participado en más de 250 eventos y ha convocado una cifra próxima al millón de espectadores.

Durante el 2007, Planet Events ha conseguido superar su situación anterior en el ranking de los 50 primeros promotores internacionales por venta de entradas, según la publicación del sector Pollstar, ocupando el puesto 34 a nivel mundial.

En el área de derechos editoriales, Nova y Lyrics & Music con más de 10.000 títulos de la mejor música en español de las últimas décadas, mantuvo junto a la editorial Clipper's una operación de *joint venture* para la actualización de sus catálogos. Este hecho, está permitiendo superar el descenso sistemático que ha supuesto, en los últimos ejercicios, la influencia negativa de la menor venta de soportes musicales.



José Ramón de la Morena, director del programa *El Larguero* de la Cadena SER, entrevista al piloto de Fórmula 1 Fernando Alonso en el interior de la mina El pozo de San Nicolás.

EQUIPO DIRECTIVO

Consejero delegado de Unión Radio: Augusto Delkáder

Director general de Unión Radio: Manuel Sabido

Director general adjunto de Unión Radio: Javier Cortezón

Radio en España

Director general de la Cadena SER: Raúl Rodríguez

Director de la Cadena SER: Daniel Anido

Director de Gran Vía Musical: Luis Merino

Radio Internacional

Director general de América del Norte: Juan Pablo Álvarez

Director general de América del Sur: Ricardo Alarcón



Audiovisual

SOGECABLE, eje estratégico del área audiovisual

PRISA refuerza su presencia en el área audiovisual alcanzando la mayoría absoluta del accionariado en Sogecable, con el 50,03% y ha lanzado una OPA obligatoria por el 100% de la compañía. Por otra parte, el resultado de la oferta de compra sobre Media Capital, el mayor grupo multimedia de Portugal, es la adquisición de un 94,69%. Estas actuaciones permiten convertir el área audiovisual en la base estratégica del grupo.

El ejercicio ha sido excepcional para Sogecable. Con una facturación de 1.809 millones de euros, ha obtenido los mayores beneficios desde su fundación en 1989 (62,1 millones de euros en 2007 frente a -38,2 millones en 2006), una vez amortizadas las inversiones necesarias para las operaciones de absorción de Vía Digital y de lanzamiento de la cadena en abierto Cuatro.

Precisamente Cuatro se ha convertido en uno de los éxitos más rápidos del panorama televisivo europeo: ha alcanzado resultados positivos en solo dos años de vida (EBITDA de 4 millones) y su curva de audiencia ha

crecido hasta el 7,7% en 2007 (1,3 puntos más que en 2006).

Por su parte, Digital+ ha consolidado un año más su liderazgo en el sector de la televisión de pago, sumando nuevos abonados, hasta alcanzar la cifra de 2.065.000 (a 31 de diciembre 2007), y generando unos beneficios netos de explotación de 176 millones de euros, frente a los 110 del año anterior.

Digital+ ha fortalecido su oferta con la incorporación de nuevos canales -Al Jazeera Internacional, BBC World y France 24- y ha puesto en marcha la comercialización de dos nuevos paquetes -Canal+ Latino y Canal+ România- dedicados a colectivos originarios de otros países.

Canal+, el canal premium de Sogecable, continúa siendo líder de audiencia en Digital+, y la programación de su grupo de canales (9 en total) continúa acogiendo unos contenidos de calidad basados en grandes estrenos cinematográficos y espectaculares retransmisiones deportivas en exclusiva.

Sogecable ha seguido creciendo en otros ámbitos, especialmente el de las nuevas tecnologías y los nuevos soportes. En este sentido, ha lanzado iPlus, un nuevo descodificador dotado de disco duro que permite grabar hasta 80 horas de programación y sirve además para recibir TDT y Alta Definición. En el terreno de la alta definición, Sogecable ha vuelto a ser pionero con la puesta en marcha de Canal+ HD, Alta Definición, el primer canal nacional que emite en España con esta tecnología.

Por otro lado, junto con Telefónica, la compañía ha lanzado la oferta de *triple play* Trio+, y prepara otra en la misma línea con Orange. En televisión de movilidad, la marca Digital+ móvil es líder en el mercado con más de 80.000 abonados a través del servicio Vodafone Live! con tecnología 3G, y en 2008 va a distribuirse también con Orange. También, está previsto comercializar este mismo año, con esta compañía, una versión en alta definición de Digital+ móvil.

En el área del cine, la productora del Grupo, Sogecine, ha estrenado en 2007 *Mataharis* de Icíar Bollaín, (nominada a cinco Premios Goya) *Caótica Ana* de Julio Medem, y la ópera prima de Grojo, *La Luna en Botella*. Ha participado también en el rodaje de la última película de José Luis Cuerda, *Los Girasoles Ciegos*, y ha comenzado los trabajos de su próxima participación en la nueva producción de Alejandro Amenábar.

Cuatro

Cuatro ha experimentado un fuerte crecimiento en 2007 tanto en términos económicos como de audiencia, que viene a confirmar el éxito de su fórmula: una programación atractiva que busca nuevos formatos, una perfecta adecuación de los contenidos al target, y un estilo moderno y muy diferenciado que ha captado el interés de los espectadores. Cuatro ha obtenido en 2007 unos ingresos de 287,5 millones de euros (185,4 millones en 2006), lo que le sitúa en un EBITDA positivo de 4 millones.

Respecto a sus datos de audiencia, la cadena finalizó su segundo año en el aire con un 7,7% de share medio, dato que supuso un incremento de 1,3 puntos respecto al año anterior.

La cadena ha conseguido asentar una rejilla con varios productos estrella, tanto de producción propia como internacionales. Series como *House*, *Anatomía de Grey*, *Kyle XY* o *Cuenta atrás*, y programas como *El Hormiguero*, *Fama*, *¡a bailar!*, *Noche Hache*, o el premiado *Callejeros* están consiguiendo conquistar a los espectadores.

Noticias Cuatro es el informativo de mayor crecimiento, sumando adeptos tanto a diario como en fin de semana. La primera edición de lunes a viernes, presentada por Javier Ruiz y Mónica Sanz, fue la que más creció, con un 7,5% de cuota, más del doble





que en 2006 (3,6%). El informativo de *prime time*, liderado por Iñaki Gabilondo y Silvia Intxaurre, también experimentó un importante avance, al pasar de un 5,6% a un 6,5% de media anual, y se ha convertido en un referente de opinión en televisión.

Cuatro, que ha destacado desde su comienzo por su estilo moderno, cercano, y cómplice con el espectador, ha apostado también por la innovación en sus formatos. Es el caso de los espacios llamados genéricamente *coach*, cuyo éxito creciente ha llevado a la cadena a ampliar su oferta con nuevas propuestas. En 2007 se han unido a *Supernanny* y *SOS Adolescentes* otros productos como *Soy lo que como*, *Desnudas* y *¡Que desperdicio!*

En el ámbito del multimedia, la web de la cadena -www.cuatro.com- ha crecido durante el 2007 un 171% en usuarios únicos y un 289% en tráfico con respecto al año anterior, llegando a alcanzar picos de más de 49 millones de páginas vistas al mes. Por otro lado, 2007 ha sido el año de la consolidación de la presencia de Cuatro en telefonía móvil.

La actividad de Productos Derivados de Cuatro, encuadrada bajo la marca Decuatro, ha arrojado en el ejercicio 2007 un EBIT de 2,7 millones de euros, lo que da una idea de la creciente importancia de este área de negocio, que persigue conseguir ingresos

para la cadena al margen de la publicidad convencional.

Digital+

Digital+, la plataforma de televisión de pago por satélite de Sogecable que cuenta con más de 150 canales y servicios, ha continuado creciendo en el mercado televisivo español. Ha cerrado el año 2007 con 2.065.000 abonados y una cuota de consumo entre abonados del 34,5%, el mejor dato desde su lanzamiento en 2003, tras la unión de Canal Satélite Digital y Vía Digital.

Los datos indican que los abonados valoran la oferta de la plataforma (7,4 sobre 10) muy por encima de las restantes ofertas televisivas (5,9 de nota media para los canales en abierto). La televisión multicanal se consolida en España con una clara tendencia positiva reflejada en los datos de los últimos años: la televisión de pago registra su mejor cifra, un 16,2% del mercado, cuatro puntos más que el año pasado. La televisión temática, por su parte, alcanza ya el 11% (8,4% en 2006) y el grupo de canales temáticos que edita Sogecable es líder indiscutible con un 12% del total.

La plataforma ha contabilizado en 2007 unos ingresos de 1.522 millones de euros, de los que 1.507 millones corresponden a abonados (frente a los 1.078 millones de 2006).

Plural Entertainment

Durante el pasado ejercicio, Plural Entertainment participó activamente en la producción y gestión de derechos de productos de promoción editorial. Asimismo, amplió su actividad de distribución y concurrió a los principales mercados internacionales de contenidos audiovisuales con un catálogo compuesto por más de 1.000 horas de producción propia y ajena.

Por su parte, Tesela, la productora cinematográfica participada mayoritariamente por Plural, estrenó en 2007 las películas *Pudor* y *Tocar el cielo*.

7.000 horas de producción durante el pasado ejercicio avalan a Plural Entertainment como una de las más importantes productoras de formatos televisivos de calidad tanto en el mercado nacional como internacional.

Desde sus centros en Madrid, Gijón, Zaragoza, Santa Cruz de Tenerife y Miami, la productora del Grupo PRISA elabora toda clase de géneros audiovisuales: series de ficción, largometrajes, magazines, programas de entretenimiento y concursos, entre otros.

En 2007, Plural continuó proveyendo programas líderes a cadenas generalistas, canales autonómicos y redes de televisión local.

Durante este año, la productora siguió suministrando distintos formatos para las televisiones autonómicas de Aragón, Astu-

rias y la Comunidad Valenciana, así como reportajes y otras piezas audiovisuales para la televisión del Ayuntamiento de Madrid, esMADRIDtv. Igualmente, produjo distintos espacios divulgativos y de entretenimiento para Localia.

La productora de PRISA también suscribió un acuerdo de producción y distribución con LatinAmerica Broadcasting (Lat TV), una de las más grandes redes de televisión para el público hispano en aquel país, y continúa desarrollando distintos formatos en otros canales como Gen TV -el canal del Grupo Caracol en Miami-, Telemundo, Univisión, Mega TV y V-Me, entre otros, que constituyen algunas de las principales fuentes de información y entretenimiento para la comunidad hispana en Estados Unidos, más de 40 millones de personas.

Televisión local

Localia, la red de televisiones locales impulsada por el Grupo PRISA, concluyó 2007 como líder destacado del sector en España, con una cuota de pantalla del 27% sobre el total del consumo de televisión local.

Localia acabó el año con una audiencia acumulada anual de más de 20 millones de espectadores, según datos de TN Sofres. Este respaldo de la audiencia se ha traducido también en unos ingresos publicitarios que experimentaron un crecimiento del 24% en el pasado ejercicio. Localia se consoli-



da como un modelo audiovisual alternativo gracias a una programación que combina los contenidos locales más cercanos con espacios generalistas de calidad: cine, deporte, series, documentales y una variada programación infantil.

El centenar de emisoras de la red de Localia, presente en cerca del 90% de las poblaciones con más de 50.000 habitantes, renovó y suscribió sus acuerdos con algunas de las más importantes productoras y distribuidoras del mundo como NBC Universal, Disney Buenavista, Sogepaq, Sony, CBS – Paramount, BBC, National Geographic, y Discovery, entre otras.

Además, durante todo el año, las cámaras de Localia han sido testigos de los acontecimientos que han marcado la actualidad informativa, como las elecciones municipales y autonómicas, y han trasladado en directo a toda España acontecimientos culturales y festivos que sobrepasan el ámbito local.

PRETESA, la compañía participada mayoritariamente por el Grupo PRISA dedicada al desarrollo de la televisión local a través de la marca Localia, ya ha sentado las bases de su futura implantación en la Televisión Digital Terrestre gracias a las licencias obtenidas en los concursos a los que ha concurrido junto a sus asociados locales para la explotación de canales de TDT de ámbito local y autonómico.

Al margen de los concursos todavía pendientes de concesión, la compañía es adjudicataria de licencias de cobertura autonómica en Andalucía, Asturias, Baleares, Extremadura y Navarra, así como de importantes redes de televisión local en Cataluña, País Vasco, Aragón, Galicia, Valencia y Canarias.

En el mercado portugués, el canal de televisión TVI, uno de los principales activos del grupo de comunicación Media Capital, propiedad de PRISA, fue por tercer año consecutivo la cadena más vista del país con una cuota de pantalla acumulada del 34,3% y del 37,9% en *prime-time*.



Reproductor de Digital+.



La serie *Cuestión de Sexo* forma parte de la oferta de contenidos de la plataforma para móviles de Sogecable, Digital+ Móvil.

EQUIPO DIRECTIVO

Consejero delegado de Sogecable: Javier Díez de Polanco

Director general de Sogecable: Carlos Abad

Director general de Cuatro: Daniel Gavela

Consejero delegado de Media Capital: Manuel Polanco

Consejero delegado de Pretesa y Plural: José Luis Sainz

Sociedad de la información



JUANES

GOTAS DE AGUA DULCE

GOTAS

al **7540**

Tono Real: 124494 (2.54%)

ZONA 

hoteles España & Europa
marcani.com

cuenta NARANJA 4.50% TAE

ING DE EFECTIVO
Cuenta de ahorro
901 02 03 04
www.ing.es

señal 14e

Viernes, 1 de febrero de 2008 - 14:38 h

Edición Global cambiar

EL PAÍS.com

EDICIÓN GLOBAL

registro conectar

DIARIO EL PAÍS

buscar

Inicio Internacional España Deportes Economía Tecnología Cultura Gente y TV Sociedad Opinión Blogs Participa

Videos ELPAÍS TV Fotos Gráficos Audios Índice Lo último Lo más visto A fondo Archivo Mi País

Servicios Clasificados Edición Impresa

URGENTE El Gobierno anuncia medidas legales para proteger la intimidad de las mujeres que aborten - 14:27 h:

Microsoft hace una oferta por Yahoo! por 30.000 millones

Tres buscadores pelean por ser la puerta de entrada a Internet, lo que implica ingresos millonarios por publicidad.- Microsoft ofrece 31 dólares por acción de Yahoo! para disputarle el trono a Google

- La cotización de Microsoft - La de Yahoo!
- ¿Crees que la estrategia de Microsoft es acertada?

Dos atentados dejan decenas de muertos en mercados de Bagdad

Una terrorista suicida mata a 45 personas en un mercado de animales.- Un segundo atentado causa otros 20 muertos en otro rastrillo popular

"Hay que mirar por un futuro con más luz para Kenia"

Ban Ki-moon pide coraje al Gobierno y a la oposición keniana para frenar la ola de violencia étnica

- Un país de desplazados - Kenia, un baño de sangre

Microsft hace una oferta por Yahoo! por 30.000 millones

Tres buscadores pelean por ser la puerta de entrada a Internet, lo que implica ingresos millonarios por publicidad.- Microsoft ofrece 31 dólares por acción de Yahoo! para disputarle el trono a Google

- La cotización de Microsoft - La de Yahoo!
- ¿Crees que la estrategia de Microsoft es acertada?

Dos atentados dejan decenas de muertos en mercados de Bagdad

Una terrorista suicida mata a 45 personas en un mercado de animales.- Un segundo atentado causa otros 20 muertos en otro rastrillo popular

"Hay que mirar por un futuro con más luz para Kenia"

Ban Ki-moon pide coraje al Gobierno y a la oposición keniana para frenar la ola de violencia étnica

- Un país de desplazados - Kenia, un baño de sangre

Microsft hace una oferta por Yahoo! por 30.000 millones

Tres buscadores pelean por ser la puerta de entrada a Internet, lo que implica ingresos millonarios por publicidad.- Microsoft ofrece 31 dólares por acción de Yahoo! para disputarle el trono a Google

- La cotización de Microsoft - La de Yahoo!
- ¿Crees que la estrategia de Microsoft es acertada?

Dos atentados dejan decenas de muertos en mercados de Bagdad

Una terrorista suicida mata a 45 personas en un mercado de animales.- Un segundo atentado causa otros 20 muertos en otro rastrillo popular

"Hay que mirar por un futuro con más luz para Kenia"

Ban Ki-moon pide coraje al Gobierno y a la oposición keniana para frenar la ola de violencia étnica

- Un país de desplazados - Kenia, un baño de sangre

En el año 2007, Prisacom, empresa dedicada a la producción y explotación de los contenidos del Grupo PRISA en Internet, ha consolidado su actividad alcanzando, por segundo

año consecutivo un resultado operativo positivo, y desarrollando importantes inversiones en recursos, I+D, lanzamiento de nuevos productos y rediseño de los existentes.

Prisacom es la mayor empresa española en la creación y explotación de contenidos digitales interactivos informativos, educativos y de ocio con una clara orientación multicanal. En esta línea, desarrolla los negocios del Grupo en el entorno digital -prensa, radio, TV y educación- con una sólida apuesta por la innovación y una extensa oferta de productos y servicios orientados a los usuarios.

Su apuesta por los contenidos multimedia es constante, con una importante oferta de espacios audiovisuales, emisiones de radio y televisión en directo y la creación de una emisión específica de TV en Internet (EL-PAÍS TV.com)

Prisacom se sitúa a la vanguardia de la distribución multicanal y multidispositivo con productos destinados al consumo de contenidos a través de terminales móviles, agendas personales, videoconsolas PSP, y otros dispositivos multimedia.

La información en Prisacom

elpaís.com

Coincidiendo con el rediseño de la edición impresa, elpaís.com, se reforzó en muchos aspectos.

Entre las novedades, cabe destacar la apertura de los archivos del diario *El País*, poniendo a disposición de los lectores tres décadas de historia de manera gratuita.

En noviembre nació EL PAÍS TV, la nueva televisión en Internet, dotada de una óptima calidad de imagen y acceso libre, y con tres canales de información: noticias, deportes y

ocio. En paralelo, se rediseñó la página de vídeos, incorporando nuevas herramientas de participación. El éxito fue inmediato, aumentando un 20% los vídeos descargados por los internautas.

Además, se lanzó la edición global de elpaís.com, destinada a los usuarios que acceden a la página desde fuera de España (en torno al 25%), y se reforzó el contenido local de la página.

En una apuesta decisiva por la web 2.0 elpaís.com amplió en 2007 sus servicios interactivos de participación con las nuevas secciones *Yo*, *Periodista* y *La Comunidad*, que permite a los internautas crear su diario personal online y que en la actualidad cuenta con más de 6.000 blogs.

Elpaís.com ha recibido los máximos galardones de la prensa online por su diseño. Por cuarto año consecutivo, obtuvo el premio al periódico digital mejor diseñado en 2007 del certamen Lo Mejor del Diseño Periodístico en España y Portugal, organizado por el capítulo español de la Society of New Design (SND-E). Además, el sitio consiguió dos oros en la categoría de rediseño y dos platas; una en diseño de páginas y otra en innovación y facilidad de uso.

cadenaser.com

A principios de septiembre, coincidiendo con la presentación de la nueva temporada y su cambio de logotipo, Cadena SER lanzó una nueva versión de su página web a 1.024 píxeles. Se define como un portal de audio de actualidad. Entre sus novedades destaca el lanzamiento de *La SER en tu móvil*, un nuevo servicio de información distribuido a través de mensajes SMS y en el que los oyentes pueden personalizar los

canales informativos que desean recibir en sus teléfonos móviles. Otra de las contribuciones ha sido el aumento de las posibilidades de participación de los internautas con la puesta en marcha de *La Comunidad*; un espacio en el que los oyentes pueden crear sus blogs, intervenir en los programas y comentar las principales noticias.

Cadenaser.com cierra el año por encima del millón y medio de usuarios únicos, consolidándose como la página líder de las cadenas de radio españolas.

cincodías.com

La página web de *Cinco Días*, líder de los portales de los diarios de información económica, ha realizado este año una apuesta por la actualidad económica y de mercados. Para ello, ha contado con una dirección y un equipo propio con el objetivo de ampliar sus contenidos en calidad y cantidad.

Cabe destacar un seguimiento más exhaustivo de la información económica, incluyendo los cierres de mercado de la bolsa de Nueva York, y la creación de las nuevas secciones *Las Recomendaciones de los Analistas* o la *Agenda financiera del Día*. Además, el portal cuenta con un nuevo buscador de acciones y una herramienta para encontrar en portada las consultas realizadas.

Los usuarios han respondido de forma positiva a las mejoras introducidas en la web. En los últimos meses se ha contabilizado un aumento muy significativo del tráfico. Según datos internos, los usuarios únicos de cincodías.com en octubre han alcanzado los 845.000, con un crecimiento del 63%

respecto al mismo mes del año anterior y en ese mismo periodo, el número de visitas superó la cifra récord de 2,2 millones. En enero de 2007, la cifra de usuarios únicos alcanzada fue de 608.000.

as.com

2007 fue para as.com el año de su rediseño global después de seis mejoras puntuales. El cambio no sólo afectó a la forma sino que supuso la entrada en los nuevos canales de comunicación de Internet, prestando especial atención a la información multimedia, la participación y la multidistribución.

As.com incrementó su volumen de contenidos multimedia con nuevos vídeos, destacando especialmente los de producción propia y los compartidos con otras unidades de negocio. También se crearon nuevas secciones de fotogalerías, audios y gráficos interactivos y se potenció la participación con la apertura a los comentarios de los lectores y la creación de *La Comunidad* de blogs de as.com.

Gracias a la multidistribución, el usuario puede disponer de la información de as.com en su escritorio, su blog o su página personal según su propio criterio y de acuerdo a sus preferencias.

Ocio y entretenimiento

los40.com

Los40.com ha seguido apostando por la información, la participación y los estrenos de contenidos audiovisuales de alto valor añadido.

En información, el portal de Los 40 Principales ha continuado ofreciendo de primera mano las noticias más relevantes del mundo de la música, posicionándose como el medio online de referencia de la actualidad musical en español con 1,2 millones de usuarios al mes en septiembre de 2007, según los datos de Nielsen.

En el presente año, los40.com ha abierto el abanico de los blogs a los programas de éxito de las radiofórmulas, como es el caso del despertador *AndaYa*, que se ha convertido en la bitácora más visitada del site.

En el plano audiovisual, el portal ha completado la información escrita con vídeos externos y de producción propia, incrementando su volumen. Es notable el crecimiento de la sección Especiales, donde se recogen los estrenos en exclusiva de los principales lanzamientos discográficos en España.

cuatro.com

Durante el pasado ejercicio, la web de Cuatro ha seguido afianzándose como una referencia entre las webs de televisión de este país, alcanzado un promedio mensual de más de 1.326.000 usuarios únicos y aumentando su tráfico en un 73,4% con respecto al año anterior.

El éxito de audiencia obtenido durante el año se ha apoyado en tres líneas de acción: el fomento de la participación en los programas más emblemáticos de la cadena mediante novedosas acciones promovidas desde la web, como los concursos *House versus Grey*, o *Ponte el cinturón*, de *Factor X*; la extensión del diálogo de la cadena a todos sus públicos a través de blogs, foros y entrevistas digitales; y la innovación, utilizando los mejores avances tecnológicos para ofrecer al usuario una experiencia multimedia más completa. Cuatro.com ha sido la primera web de televisión en España en ofrecer en directo una de sus series de ficción, *Gominolas*, simultáneamente en antena, en vídeo a la carta en la web y en el móvil, y en descarga en soporte MPEG4.

plus.es

La plataforma de Internet del área de pago de Sogecable se ha renovado y consolidado como el escaparate comercial más importante de Digital+.

En 2007, plus.es se abre como una ventana importante en la comercialización de eventos a través de la web. En una apuesta firme por ampliar el mundo de los derechos, los internautas pueden disfrutar de la Champions también en la Red.



La educación

santillanaenred.com

Santillana en Red ha seguido avanzando en la comercialización de sus productos Plataforma educativa y Portal de contenidos. Además, ha dado un salto cualitativo en la diversificación de su actividad a través de otras líneas de negocio, buscando nuevos canales de distribución y aplicación fuera del aula.

La llegada de Santillana en Red a los mercados latinoamericanos se ha completado durante 2007 con el diseño y desarrollo del Portal UNO, destinado a mejorar la oferta del denominado Sistema de Ensino UNO (libros de texto y servicios al centro educativo), actualmente establecido en Brasil y de próxima implantación en México.

En España, Santillana en Red mantiene una posición de liderazgo en el impulso de las TIC junto a la Administración pública española, con acuerdos como el firmado con el Cabildo de Gran Canaria, o, dentro del Plan Avanza, impulsado por la entidad pública empresarial Red.es, para integrar el uso de las TIC en las aulas a través de la elaboración de materiales educativos. En este contexto continúa la ejecución de la Plataforma Agrega, y su participación en la desagregación y catalogación de los contenidos del CNICE.

Santillana en Red ha creado un área específica de I+D+i con el objetivo de conocer los diferentes avances tecnológicos y su aplicación directa en el campo de la educación. Actualmente, se centra en el análisis de temas específicos relacionados con el *ebook* y la digitalización de contenidos, entornos inmersivos, videojuegos y movilidad.

kalipedia.com

En 2007 nace Kalipedia, una enciclopedia temática digital actualizada, rigurosa y de alto valor pedagógico que aporta todos los valores de la web 2.0, materiales multimedia de calidad, un potente tratamiento gráfico y un amplio despliegue de más de 40.000 contenidos interactivos de acceso libre y gratuito.

Kalipedia es una web viva e interactiva donde es posible personalizar, ampliar, compartir, publicar y comunicarse con otras personas mediante blogs multiusuario, foros, generación de grupos con intereses afines, concursos y tests de autoevaluación en su comunidad *El Interkambiador*.

Desde su lanzamiento el 16 de octubre de 2007, Kalipedia ha alcanzado 494.385 usuarios únicos con un total de 2.011.913 páginas vistas.

parasaber.com

A principios del mes de noviembre Prisa.com lanzó un nuevo proyecto digital en Internet, la web de guías prácticas parasaber.com.

Este nuevo servicio online ofrece una completa selección de 21 guías prácticas sobre temas de interés general, actualizadas de forma continua. Dirigidas al mercado de habla hispana, las guías están realizadas por reconocidos expertos en cada materia y abiertas a la participación de la audiencia. Según datos internos, en su primer mes de funcionamiento parasaber.com alcanzó la cifra de 109.000 usuarios únicos y sumó más de 700.000 páginas vistas.

clasificadoselpais.com

La plataforma multimedia clasificadoselpais.com se lanzó en abril de 2007 con el objetivo de dar servicio a la creciente demanda del mercado de anuncios clasificados en España. La web incluye tres portales verticales: inmobiliaria, motor y empleo.

Durante el año 2007, se ha trabajado en el diseño de los tres sitios integrando los soportes multimedia que ayudan al posicionamiento del producto en el mercado: contenidos en dispositivos móviles, publicación en papel e inserción de anuncios en web.

Esta plataforma, que ya dispone de 20.000 usuarios registrados, permite además visualizar la oferta de anuncios impresos en *El País* mediante un visor PDF de las respectivas secciones de clasificados.

EQUIPO DIRECTIVO

Consejero delegado: Manuel Mirat

Director general de Contenidos: Mario Tascón

Directora de Comercial y Marketing: Cristina Martín

Directora de elpais.com: Lydia Aguirre





Comercial, marketing y publicidad

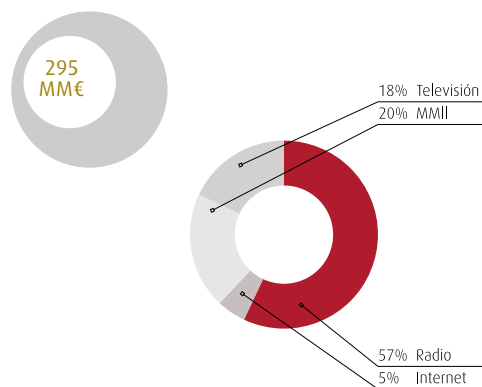
GDM

GDM es la central de ventas multimedia líder del mercado publicitario español, comercializando simultáneamente más de 60 soportes de prensa y revistas, cadenas de radio, televisión e Internet, tanto nacional como internacionalmente. Además de sus oficinas en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Canarias, cuenta con delegados comerciales en Castilla y León, Murcia y País Vasco.

La central de ventas multimedia presta una especial atención a la publicidad local a través de Solomedios, compañía que reproduce el modelo de GDM en Madrid, representando comercialmente medios de prensa, radio y televisión para el mercado de la capital.

La publicidad gestionada por GDM y Solomedios durante el año 2007 ascendió a 295 millones de euros, un 10% más que en 2006, crecimiento superior al experimentado por el mercado publicitario español, estimado en un 7%, aproximadamente.

Distribución de la publicidad gestionada por GDM



La cartera de GDM

Radio

Las seis cadenas de radio que comercializa GDM: Cadena SER, 40 Principales, M80, Máxima FM, Cadena DIAL y Radiolé, representan más de la mitad de la audiencia de la radio comercial en España, según el EGM Radio XXI tercera ola de 2007.

Prensa y revistas

Los últimos periódicos incorporados a GDM, *La Crónica de León*, *El Faro* y *Crónica del Sureste*, ambos de Murcia, posicionan a la compañía como el grupo de comunicación con mayor cobertura geográfica, con un total de 30 cabeceras distribuidas en otras tantas provincias de once comunidades autónomas.

La difusión de los diarios regionales GDM alcanza 370.000 ejemplares, según OJD julio 2006/junio 2007, colocando a la central de ventas multimedia en el segundo puesto del ranking, tras *El País*. En cuanto a la audiencia, los 1.323.000 lectores (EGM prensa tercer

acumulado 2007) sitúan a GDM en la tercera posición, equiparándose a un diario nacional. La última incorporación a la cartera de GDM ha sido la revista *Neo2*, publicación de distribución nacional e internacional con contenidos sobre creadores de tendencia en moda, arquitectura y cine, entre otros, y una difusión que supera los 41.000 ejemplares.

Televisión

GDM comercializa la cadena Localia, 40 Tv y 40 Latino, Canal Sur y Canal 2 Andalucía y la Televisión Autonómica Canaria.

Internet

GDM ha comenzado a comercializar el portal de Repsol YPF, www.repsolypf.com, el primer site externo que incluye en su cartera junto a los propios del Grupo PRISA que gestiona publicitariamente.

Universo 40 es la opción multimedia de GDM dirigida al target joven. Está formada por 40 Principales (radio), 40 tv, 40 latino (tv), los40.com y *La Revista 40*, medios con los que se alcanza una audiencia de 6,8 millones de individuos según el tercer acumulado EGM 2007.





Internacional

GDM ostenta la representación comercial de importantes soportes internacionales, entre ellos Media Capital, el grupo de comunicación multimedia líder de Portugal, perteneciente al Grupo PRISA, CNN en sus emisiones para todo el mundo y las revistas *Inflight* de importantes compañías aéreas, SAS y KLM, entre otras.

Proyectos especiales

Deporte, Música y Cine han sido algunas de las áreas en las que ha centrado su actividad el departamento de proyectos especiales de GDM, en su objetivo de buscar alternativas de comunicación comercial diferentes a las convencionales. Entre estas iniciativas destacan el I Torneo GDM de Pádel para publicitarios, que se celebró en Madrid, la gira de Andrés Calamaro y Fito & Fitipaldis, *2 son multitud* o el preestreno de más de 60 películas en salas de todo el país, con la colaboración de marcas comerciales.

Solomedios

La compañía filial de GDM colabora con *El País* en la comercialización publicitaria de su edición centro, líder de difusión en Madrid con más de 143.000 ejemplares de promedio en los meses de enero-octubre de 2007, según OJD julio 2006/junio 2007. El diario es también líder de audiencia entre los periódicos de pago de la capital, con más de 800.000 lectores, un 47% del total (EGM Prensa: tercer año móvil 07).

También cuenta en su cartera con la guía de ocio *On Madrid* que, con cerca de 820.000 lectores según el EGM, es líder frente a los suplementos de ocio de la capital, con un incremento del 11% sobre el mismo periodo de 2006, y la edición centro del diario deportivo *As*, cuya publicidad ha crecido un 21% en el último año.

La oferta de Solomedios incluye a Radio Madrid, Radio Madrid 2, y las emisoras de 40 Principales, Dial, M80, Radiolé y Máxima FM en la capital, más Localia TV.

Prisa Innova

Prisa Innova es la compañía del Grupo PRISA especializada en el desarrollo de proyectos de extensión de marca y marketing promocional. Su objetivo es difundir la cultura y el entretenimiento nacional e internacionalmente, con una especial presencia en Europa y Latinoamérica.

Creada en el 2005, ha puesto en marcha más de 35 promociones en 23 periódicos distintos de 10 países latinoamericanos y 6 europeos.

La cartera de Prisa Innova en 2007

Ámbito Internacional

Prisa Innova ha desarrollado múltiples proyectos en Francia mediante un acuerdo con el periódico *Le Monde*. Cabe destacar el lanzamiento de la colección *Los Clásicos de la Ópera*, que recorre los 400 años de historia de este género lírico. Este proyecto, desarrollado íntegramente por Prisa Innova, cuenta con el apoyo del Teatro Real, el Gran Teatre del Liceu, el Teatro Sao Carlos y el tenor Josep Carreras a través de la Fundación contra la Leucemia.

Portugal ha sido también un eje importante del crecimiento de Prisa Innova: clientes de este país, como los grupos Cofina y Controlinveste, han confiado de nuevo en la compañía para sus actividades promocionales, y nuevos clientes como el diario *Público*, han contribuido también a la expansión de estos mercados.

Francia y Portugal han representando más del 50% de nuestra actividad, tanto en facturación como en beneficio.

En América Latina, junto con la sólida red comercial del Grupo Santillana, Prisa Innova ha desarrollado su actividad durante 2007 con múltiples colecciones que, previamente, habían tenido éxito en los mercados europeos como la *Enciclopedia del Estudiante*, la colección del 250º Aniversario de Mozart o los *Grandes Genios de la Música Clásica*.

Ámbito Nacional

Este año se ha caracterizado por el inicio de nuestro negocio en España, con proyectos para *El País* y *La Vanguardia* como la colección de Ópera. Con *El País* también se ha lanzado la *Colección de Pintores de Taschen*.

EQUIPO DIRECTIVO

Director comercial del Grupo PRISA: José Carlos Herreros

Director general de GDM: José Luis Puigdengolas

Directora general de Prisa Innova: Silvia Reig





Un gran equipo de profesionales

40
^
^
^

04 Un gran equipo de profesionales

Nuestros profesionales son la mejor garantía para alcanzar nuestro compromiso con la sociedad.

Las políticas de Recursos Humanos de las diversas sociedades aseguran y facilitan el cumplimiento de los objetivos empresariales mediante la gestión integrada y eficiente de las personas, favoreciendo su mejor desarrollo personal y profesional. Dichas políticas establecen la norma, el procedimiento y la práctica en cuanto al reclutamiento y selección de candidatos, tanto internos como externos.

De este modo, entendemos que:

Sólo hay una forma de informar, educar y entender a las personas, y es con las personas.

Sólo hay una forma de ser líderes globales en comunicación, desarrollando líderes en nuestro equipo.

Sólo hay una forma de ser responsables ante la sociedad, contando con profesionales responsables.

Para responder a todos nuestros grupos de interés, debemos empezar apoyando a nuestro grupo de interés interno: los hombres y mujeres que conforman Grupo PRISA.

El espíritu de los profesionales que fundaron Grupo PRISA sigue vivo, transmitiéndose a todos los que se incorporan aportando nuevos valores y compromisos reflejo de la sociedad en que vivimos.

Tratamos de articular y dar forma a esas nuevas inquietudes garantizando la igualdad de oportunidades y el respeto a la diversidad (conciliación de vida personal y profesional, sensibilidad medioambiental, participación social, etc.).

Desarrollamos una política activa para facilitar espacios de desarrollo profesional y personal atractivos e ilusionantes para todos. Sin duda es parte de nuestra responsabilidad ante nuestros empleados garantizarles un proyecto empresarial líder en el que tengan espacio para satisfacer sus inquietudes profesionales, y con los canales adecuados para que ese desarrollo revierta en beneficio de la organización y de toda la sociedad que nos lee, escucha y ve.

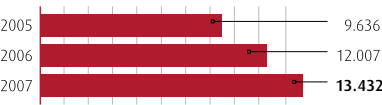
Desarrollo de carrera en el Grupo PRISA

Desde el Centro Corporativo y con la colaboración de todos los negocios del Grupo se vienen realizando desde hace tiempo programas para la identificación de talento interno, con el fin de contar con una cante-
ra de directivos permanentemente actuali-
zada para dar respuesta a los retos que el Grupo plantea.

Nuestros profesionales

Durante 2007, el Grupo PRISA experimentó un importante crecimiento en su plantilla de profesionales, debido principalmente a la incorporación de nuevas empresas.

Plantilla Activa

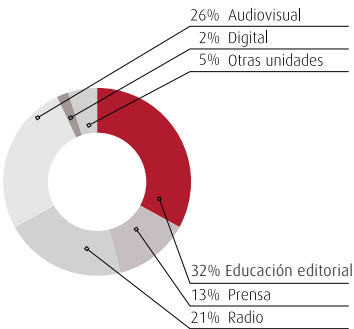


La distribución de la plantilla por categorías es la siguiente:
Personal Directivo 5%
Mandos Intermedios 13%
Personal Técnico Cualificado 41%
Otro personal 41%

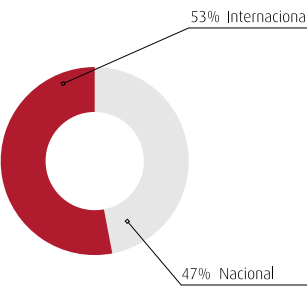
La distribución de la plantilla por áreas es:
Contenidos 36%
Producción y Logística 19%
Comercial y Marketing 24%
Admon., Dirección y Gestión 21%

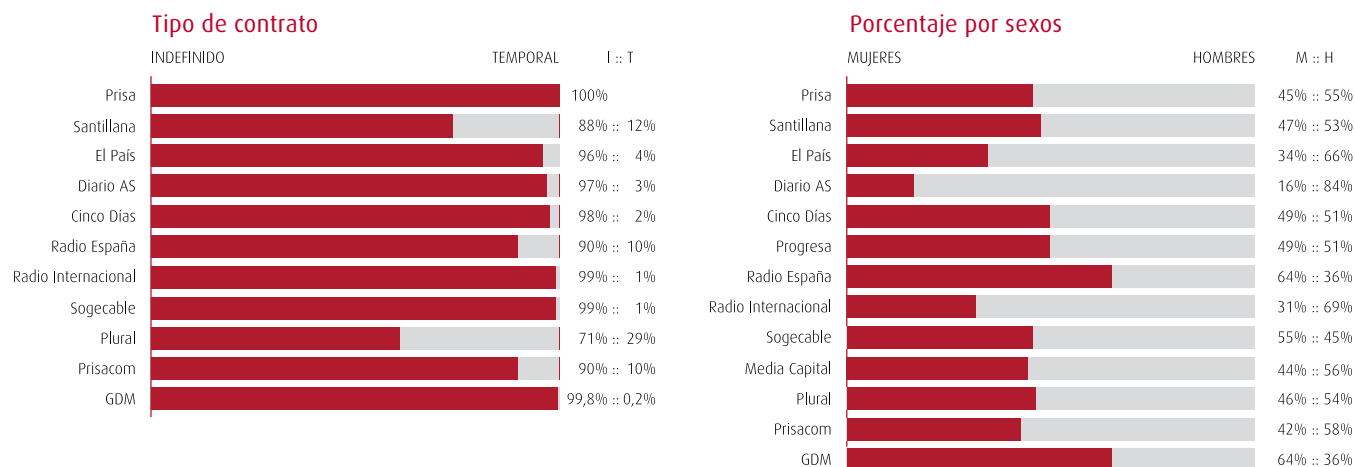
Plantilla por Negocios Diciembre 2007

Plantilla por Agrupaciones de Negocio



Plantilla por Origen geográfico





:: Empleo y contratación

En PRISA colaboramos activamente con diferentes instituciones y organismos, tanto públicos como privados, para la contratación de personal cualificado. Así, a lo largo de 2007 formalizamos más de 100 convenios de colaboración con diferentes universidades, escuelas profesionales, escuelas de negocios y centros especiales de empleo para la contratación de profesionales.

En nuestras políticas de contratación garantizamos la igualdad de oportunidades en todos nuestros procesos de promoción, selección y contratación de profesionales.

Promovemos en todas nuestras sociedades el respeto a los derechos laborales básicos de los trabajadores, especialmente aquellos relacionados con la igualdad, no discriminación por razón de sexo, ideología



o creencia, reconocidos por la Organización Internacional del Trabajo, así como en sus respectivos convenios.

Conociendo la importancia de nuestro capital humano ofrecemos una adecuada política retributiva en todos los puestos de trabajo acorde con el desempeño profesional, por encima de lo establecido en el convenio colectivo de aplicación.

Asimismo, nuestras políticas retributivas, a través de los convenios colectivos fomentan y promueven la igualdad de condiciones entre ambos sexos.

Disponemos de coberturas adicionales a modo de beneficios o ventajas sociales superando lo establecido en el convenio de aplicación.

Apoyamos y facilitamos la conciliación de la vida personal y profesional de nuestros empleados ofreciendo flexibilidad horaria para la realización de actividades formativas y para la atención de asuntos personales.

Todas las sociedades del Grupo consideran que la satisfacción de los empleados con la empresa es una cuestión clave para el desarrollo de su trabajo y la mejora de su calidad de vida. Por ello, algunas van más allá de lo que marca la legislación ofreciendo más posibilidades para la conciliación de la vida personal y profesional, incorporando estas cuestiones en las negociaciones de los convenios colectivos.





:: Mejora del desempeño personal y profesional de nuestra plantilla

En el Grupo PRISA consideramos a nuestros profesionales como el principal activo de nuestra organización, por ello, apostamos firmemente por una política activa de formación continua y promoción que mejore las competencias y habilidades de nuestro equipo para cada una de las áreas de negocio del Grupo.

Durante el año 2007 aumentamos el número de horas de formación impartidas a todos nuestros profesionales. La cifra de gasto en formación del Grupo en 2007, incluyendo la Escuela de Periodismo y los convenios de colaboración, es de 4,44 millones de euros.

La formación continua del personal del Grupo PRISA, y de sus asociados, es considerada como una de las bases para el desarrollo y el crecimiento de las empresas, así como un instrumento que sirva a los trabajadores para crecer en sus metas personales.

Con objeto de mejorar las competencias profesionales de nuestros trabajadores, en muchas de las empresa del Grupo, llevamos a cabo evaluaciones regulares del desempeño, diseñando así, en función de los resultados obtenidos, las políticas internas y planes de carrera de nuestros profesionales.

El Grupo contempla programas de desarrollo directivo en el que han participado más de 300 profesionales. Asimismo, la Política de Formación Corporativa promueve la formación en idiomas, principalmente, inglés,

francés y portugués. Existen programas de formación continua en tecnologías de la información y en la plataforma SAP.

En Formación Presencial el Grupo destina aproximadamente 2 millones de euros en programas técnicos y de desarrollo de habilidades directivas.

Los Directivos del Grupo están sujetos a una dirección por objetivos, teniendo indiciada su retribución variable anual al cumplimiento de los objetivos establecidos.

Entre los Programas de Formación realizados por las sociedades del Grupo PRISA, destacamos:

EL PAÍS

Se han desarrollado 34 acciones relacionadas con el desarrollo profesional de sus trabajadores.

SANTILLANA

Impartió un total de 84 programas de formación a los empleados.

DIARIO AS

Realiza cursos de reciclaje permanente para sus Directivos.

El 25% del personal dispone de planes de desarrollo profesional en base a evaluaciones del desempeño.

CINCO DÍAS

Disponen de planes de carrera y promoción establecidos por convenio para todos los trabajadores.

RADIO ESPAÑA

Se han llevado a cabo programas de gestión de habilidades profesionales, que contribuyen a la adquisición de conocimientos y habilidades, así como evaluaciones del desempeño y desarrollo profesional para Directores y Mandos intermedios (64 personas) y para el Área Comercial (465 personas), abarcando casi el 100% de la plantilla.

Se realizaron 4 cursos sobre habilidades directivas, 8 sobre adquisición de competencias técnicas y diversos cursos on-line.

SOGECABLE

Se han impartido programas de formación referentes a pantallas de visualización, riesgos psicosociales, trabajos en altura y primeros auxilios.

PRISACOM

Se ha impartido formación en materias relacionadas con el trabajo en equipo, negociación, gestión de proyectos y ofimática.

El 65% de la plantilla desarrolla evaluaciones de desempeño y planes de carrera.

GDM

Se han impartido programas de formación interna en Gestión de Medios y programas informáticos específicos de cada soporte publicitario.

Se realizan evaluaciones de desempeño al 100% de la plantilla.



:: Clima laboral

Con el convencimiento de que un buen clima laboral, a todos los niveles, mejora las relaciones personales y profesionales de todo nuestro equipo y favorece la comunicación interna, llevamos a cabo actuaciones para evaluar y medir el estado de nuestra plantilla.

Durante 2007, desde el Centro Corporativo, se realizaron encuestas a los Equipos Directivos del Grupo, para conocer el grado de satisfacción laboral entrevistando a un total de 347 Directivos de todas las áreas de negocio, siendo los resultados muy satisfactorios.

Además de esta iniciativa, algunas sociedades cuentan con mecanismos internos fijos de evaluación del grado de satisfacción de sus empleados para conocer el clima de la empresa.

Por ejemplo, el Grupo Santillana mantiene diversos mecanismos como son las encuestas de satisfacción, reuniones internas, revista corporativa, buzón de sugerencias y sistemas informáticos (correo electrónico) con el fin de evaluar periódicamente el clima laboral.

También la Radio en España dispone de un mecanismo de evaluación denominado Paz Social, que se articula con dos órganos: el Comité Intercentros y la Comisión de Garantía del Convenio.

:: Seguridad y salud

En el Grupo PRISA disponemos de un Servicio mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales para todas las sociedades, a través del cuál llevamos a cabo los requerimientos exigibles en materia de Seguridad y Salud, conforme establece la legislación aplicable y en consenso con los representantes de los trabajadores.

Cabe destacar, en este apartado, la escasa relevancia en cuanto a accidentes laborales durante 2007, tanto en número como en gravedad.

En nuestras sociedades no se han detectado enfermedades profesionales graves, por tanto no se ha considerado necesario realizar actuaciones específicas en esta materia.

Desde el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo se realizan acciones formativas en materia de salud y seguridad en el trabajo:

- :: Cursos de primeros auxilios

- :: Curso de incendios

- :: Cursos de PVD (pantallas)

- :: Campañas de vacunación internacional y antigripal



Compromiso con la sociedad

- ⋮ La Fundación Santillana
 - ⋮ Escuela de Periodismo
 - ⋮ La Oficina del Autor
- ⋮ Promoción y difusión de la Cultura y las Artes
 - ⋮ Fomento de la Solidaridad
- ⋮ La Educación como motor de desarrollo de nuestra sociedad
 - ⋮ Compromiso con el sector de la Comunicación



Compromiso con la sociedad

Ampliamos nuestro compromiso con la sociedad desde el ejercicio responsable y ético de nuestra actividad, hasta el desarrollo de acciones voluntarias que responden a las inquietudes y necesidades sociales de los entornos dónde operamos, en los ámbitos de la educación, la información y el entretenimiento.

Para llevarlo a la práctica establecemos dos grandes áreas de trabajo. Por una parte la ejecución, promoción y apoyo de iniciativas propias y ajenas, que lleven implícito los valores que consideramos enriquecedores para la sociedad, como son la cultura, las artes, el deporte y la información. Por ejemplo el apoyo a escritores noveles, la promoción de exposiciones, facilitar contenidos educativos gratuitos, etc.

La otra gran área de trabajo se basa en facilitar nuestra experiencia y nuestra estructu-

ra de negocio, para apoyar con ello a diversas entidades y causas sociales. Con ello, ponemos a su disposición nuestros medios de comunicación y facilitamos espacio y canales para difundir sus proyectos y necesidades, llegando a desarrollar actividades específicas para apoyar la captación de fondos, como son los conciertos solidarios.

Articulamos el desarrollo de estas dos grandes áreas de trabajo a través de la Fundación Santillana, la Escuela de Periodismo, la Oficina del Autor y de múltiples acciones (premios, actos, apoyo a ONGs, entre otros) desarrolladas por las sociedades del Grupo. Esta estrategia que combina acciones corporativas con unidades de negocio, nos permite implicar a toda la organización, trabajando de forma más cercana a las demandas sociales.



Nos centramos en actuaciones que aporten conocimiento, cultura, información y ocio, pues todos ellos son valores que enriquecen a una sociedad.

1. La infanta Margarita de Borbón entrega a Pedro G. Guillén, director general de *El País* la medalla de Unicef en reconocimiento a la labor humanitaria del diario en favor de la infancia.
2. Ignacio Polanco junto a la ministra de Cultura, Mercedes Cabrera, en la inauguración de la XXII Semana Monográfica de la Educación.

::: La Fundación Santillana

La dilatada trayectoria de la Fundación Santillana en el fomento de la educación en España e Iberoamérica, tiene su reflejo en la importante labor en la edición de publicaciones sobre diferentes ámbitos y materias fundamentales para el desarrollo educativo y formativo, priorizando el valor y el impacto de los contenidos, frente a cuestiones de desarrollo de negocio.

Como muestra significativa, distinguimos las siguientes publicaciones realizadas a lo largo de 2007:

Centros educativos de éxito: análisis e investigaciones a partir de los resultados PISA

Este libro reúne las ponencias y debates de la XXI Semana Monográfica de la Educación, celebrada en Madrid en noviembre de 2006. Con esta publicación, la Fundación Santillana cumple con el segundo objetivo de estas convocatorias: difundir sus contenidos, ideas e informaciones entre miles de profesores y expertos que no tuvieron la oportunidad de asistir a esas jornadas.

Educación para la ciudadanía

Esta publicación recoge las ponencias e intervenciones de los especialistas que se dieron cita en el VIII Seminario de Primavera, celebrado en Madrid en mayo de

2007. Dicho encuentro analizó la nueva asignatura Educación para la ciudadanía.

Más allá de la crisis

Visión de alumnos y profesores de la escuela secundaria argentina. Elaborado por Inés Dussel, Andrea Brito y Pedro Núñez de la Fundación Santillana en Buenos Aires.

La Fundación Santillana también organiza y promueve destacados eventos culturales tanto en España como en Iberoamérica, participando en eventos de alcance e impacto social, como:

:: en España

VIII Seminario de Primavera

Celebrado en mayo bajo el título: ***Educación para la ciudadanía***.

El Seminario de Primavera es un encuentro para dirigentes y expertos del sistema educativo español. Se trata de una jornada completa en la que alrededor de treinta personas, invitadas por su relación y responsabilidad con el tema elegido, escuchan y debaten los análisis que presentan varios especialistas en torno a un tema relevante para la mejora de la educación.

XXII Semana Monográfica de la Educación. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la Educación: retos y posibilidades

Celebrada en Madrid en noviembre de 2007.

Los profesores que se inscribieron y acreditaron su asistencia obtuvieron dos créditos, que otorga el Instituto Superior de Formación del Profesorado (Ministerio de Educación y Ciencia) en virtud del convenio establecido con la Fundación Santillana.

V Curso de Formación de Editores Iberoamericanos

Impartido en marzo de 2007.

Donde se prestó colaboración al curso de jóvenes editores que organiza SIALE con otras instituciones nacionales y de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Encuentro internacional de la literatura iberoamericana

Celebrada en junio de 2007.

Durante esta cita, se impartió el seminario *Lecciones y maestros* en colaboración con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, en la Torre de Don Borja, en Santillana del Mar.

:: en Iberoamérica

Argentina

III Foro Latinoamericano de Educación

Celebrado en el mes de mayo, con el título *Jóvenes y docentes. La escuela secundaria en el mundo de hoy*.

Seminario de Alfabetización y Educación de Adultos

Celebrado en Argentina en el mes de septiembre bajo la coordinación de

Francisco Piñón bajo el título *Hacia una sociedad más justa. La educación de jóvenes en América Latina: experiencias y desafíos*.

El objetivo del seminario fue aportar un conjunto de reflexiones para la renovación de ideas que, a su vez, realimentasen los procesos de alfabetización y educación básico de jóvenes y adultos en curso, en diferentes países.

Brasil

V Congresso Internacional de Educação

Celebrado en abril en Sao Paulo, y en mayo en Rio de Janeiro, bajo el título *Uma escola para cidadãos* con asistencia de 13.000 educadores y promovido por la Fundación Santillana, Editora Moderna y con el apoyo de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Entre los asistentes se encontraba Juan Carlos Tedesco, Secretario Nacional de Educación de Argentina y José Pacheco, Director da Escola da Ponte que hablaron de una ética de responsabilidad con el futuro.

Premio Vivaleitura 2007

Premio instituido por el Ministerio de Educación de Brasil, el Ministerio de Cultura de Brasil y la OEI. Se presentaron más de 1.855 proyectos y los premios se entregaron en octubre de 2007 con la asistencia de las autoridades del mundo de la educación, la cultura y la OEI en Brasilia.

Mesa Redonda El día a día de la escuela y los educadores

Presentación realizada en siete ciudades: Fortaleza, Belo Horizonte, Curitiba, Uberlandia, Juiz de Fora, Recife y Porte



La Fundación Santillana ha colaborado, con distintas fundaciones y organizaciones sociales, con objeto de promocionar la cultura y las artes

1. Carlos Fuentes, José Saramago y Juan Goytisolo, protagonistas del ciclo literario *Lecciones y maestros*, organizado por la Fundación Santillana.
2. III Foro Latinoamericano de Educación, celebrado en Buenos Aires (Argentina).

3. IV Congreso Internacional de la Lengua Española, celebrado en Medellín (Colombia).
4. Torre de Don Borja, sede histórica de la Fundación Santillana, en Santillana del Mar.

Alegre con asistencia de unos 356 profesionales de la educación que trataron el tema de los factores que intervienen en el éxito en la escuela.

Exposición Escuelas de Valor

Se trata de una muestra fotográfica que ha recorrido diversas capitales brasileñas como Sao Paulo, Recife, Porto Alegre, Curitiba y Salvador. La exposición muestra una serie de fotografías hechas por Carlos Díez Polanco que retratan valores como la solidaridad, la autoestima, la armonía, la resistencia, la perseverancia y la identidad en escuelas que aun estando en un entorno socio económico y geográfico adverso han conseguido destacar por su esfuerzo y gestión.

IV Seminario de Otoño

Dedicado a las estructuras de políticas de incentivo para escuelas con buenos resultados. El orador principal fue David Hopkins y contó con la asistencia de representantes del Gobierno, secretarios de Educación, así como con la participación de unos 100 educadores y directores de centros educativos.

Colombia

II Encuentro de la Red de Expertos Iberoamericanos

Celebrado en el mes de septiembre en Bogotá, sobre la calidad de la educación *Reformas educativas y calidad en la enseñanza*. En colaboración con la OEI.

México

I Encuentro de la Red de Expertos Iberoamericanos

Celebrado en el mes de abril bajo el título *Calidad y cambio en la educación*.

Foro de expertos: Ideas para una nueva secundaria

Celebrado en el mes de mayo.

Puerto Rico

II Congreso Santillana de Educación-

Celebrado en el mes de noviembre bajo el lema *La formación de docentes y su impacto en la calidad de la educación de Puerto Rico. Perspectivas para una agenda educativa*.

Venezuela

Congreso Internacional sobre Lectura titulado ¿Para qué sirven los libros?

Celebrado en el mes de octubre en Caracas, en colaboración con el periódico *El Nacional* al que asistieron unas 450 personas. Los ponentes internacionales fueron Juan Cruz y Ricardo Piglia. A ellos se sumaron otros ponentes locales de prestigio como Rigoberto Lanz y Arnaldo Esté.

:: colaboración con otras fundaciones

Durante 2007 la Fundación Santillana ha colaborado, con distintas fundaciones y organizaciones sociales, con objeto de promocionar la cultura y las artes. Entre estas, destacan la Fundación Biblioteca Virtual de Miguel de Cervantes, el Real Instituto Elcano, la Fundación Carolina y la Fundación Universidad Carlos III.

::: Escuela de Periodismo



Acto de entrega de los diplomas de la Escuela de Periodismo UAM/EL PAÍS. De izquierda a derecha: Juan Luis Cebrián, Javier Moreno, Jesús de Polanco y Ángel Gabilondo.

En enero de 1987 se puso en marcha la Fundación Escuela de Periodismo Universidad Autónoma de Madrid/EL PAÍS, fruto de un acuerdo estratégico de colaboración entre el Grupo PRISA y la citada universidad, para la formación de licenciados en cualquier carrera universitaria que quieran ser periodistas.

Desde su creación, la Escuela de Periodismo ha contribuido a la formación de casi 900 nuevos periodistas, muchos de los cuales forman ya parte de los cuadros de redacción de distintos medios de comunicación. Uno de ellos, Javier Moreno, es en la actualidad el director del diario *El País*.

En sus 22 años de actividad, la Escuela ha desarrollado y consolidado un modelo original y propio de enseñanza profesionalizada del periodismo, basado en una intensa práctica, que ha llegado a constituirse en ejemplo para otras instituciones docentes.

La principal característica de la Escuela de Periodismo es que sus aulas son salas de redacción, y sus alumnos disponen de los mismos medios tecnológicos de los que gozan los profesionales de la Cadena SER y el diario *El País*, en cuyas instalaciones está situada. En esas aulas, los 40 alumnos que acceden al Master cada año, tras pasar una rigurosa selección, terminan realizando revistas y periódicos en tiempo real y programas informativos radiofónicos. Los dos últimos años, además, la Escuela ha centrado sus esfuerzos y atención en la formación de profesionales multimedia, capaces de incorporar a su quehacer cotidiano las nuevas tecnologías para destacar en el mundo de la información digital.

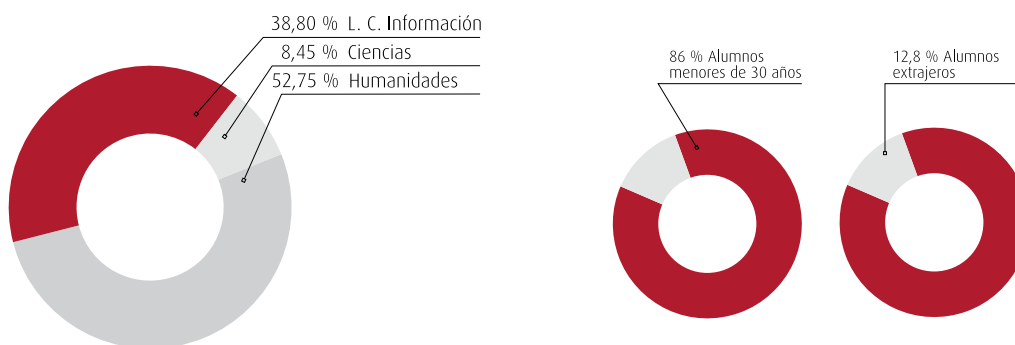
Cada año, por la escuela pasan distintos personajes del mundo de la política, la comunicación, las ciencias y las artes, con el objeto de debatir con los estudiantes.

En 2007, estos ciclos de conferencias fueron clausurados por el presidente del Congreso de los Diputados, Manuel Marín. Igualmente, y por segundo año consecutivo, los alumnos de la Escuela acudieron en Oviedo a la cita convocada por la Fundación de los Premios Príncipe de Asturias para asistir a las conferencias de prensa que ofrecen los galardonados previas al acto oficial.



Instalaciones de la Escuela de Periodismo UAM/EL PAÍS.

Perfil de los alumnos de la Escuela de Periodismo



Los lazos de la Escuela con centros y medios de casi toda América Latina son cada vez más intensos. En 2004 firmó con Gabriel García Márquez un convenio de colaboración estratégica a través de la Fundación Nuevo Periodismo Latinoamericano (FNPI), que preside el Premio Nobel de Literatura. En virtud del mismo, la Escuela realiza cada año una serie de seminarios en la sede de la FNPI en Colombia. También ha puesto en marcha un convenio con la Fundación Global Desarrollo y Democracia (Funglode) para la realización de cursos de periodismo en República Dominicana. En virtud de ese acuerdo, en 2007 cinco profesores de la Escuela, dictaron distintos talleres en Santo Domingo.

El Master de Periodismo, título propio de la Universidad Autónoma, es la principal actividad de la Escuela. Pero, con la colaboración de la Fundación BBVA y el Consejo Superior de Colegios de Notarios, ha creado además una Escuela de Verano que da formación especializada en distintas ramas del periodismo. Por sus aulas han pasado, como profesores, algunos de los más importantes científicos, empresarios, economistas, abogados y periodistas españoles.

Otra actividad de la Escuela, en colaboración con la dirección de *El País*, es la realización de Seminarios de Formación Permanente para periodistas en activo. Por último, colabora con la UIMP y la Universidad Autónoma de Madrid en el desarrollo de varios cursos a lo largo del año.

La Escuela de Periodismo está regida por el patronato de la Fundación Universidad Autónoma de Madrid/EL PAÍS, cuyos copresidentes son el rector de la UAM, Ángel Gabilondo, y el presidente del Grupo PRISA, Ignacio Polanco. Desde 1994 dirige la Escuela Joaquín Estefanía, director de *El País* entre los años 1988 y 1993.

Cada año, el Master se inaugura con una conferencia a cargo de algún personaje relevante. En 2007 la pronunció el director de *El País*, y en 2008 corrió a cargo de Rosental Alves, profesor de la Universidad de Texas y director del Knight Center for Journalism in the Americas.



El periodista Miguel Ángel Basternier durante una clase del Master.

::: La Oficina del Autor

La Oficina del Autor desarrolla la política de autor del Grupo PRISA.

Dentro de los grupos de interés del Grupo PRISA, hay algunos que presentan una relevancia y un carácter especial. Este es el caso de los escritores y autores que además de su papel como profesionales de la cultura y la comunicación, desempeñan un papel crítico fundamental en la construcción de la cultura de una sociedad. Con ellos tenemos una relación en la cuál somos, simultáneamente, editores, promotores a través de premios, gestores de sus derechos, difusores ante la sociedad y, por supuesto lectores. Ellos nos alimentan con cultura, información, conocimiento, reflexión, etc. Y nosotros les facilitamos canales y apoyo para expresarse.

Este es el motivo y la esencia de la Oficina del Autor, apoyar, difundir, facilitar y promover su labor y su identidad profesional.

En este último año, ha afianzado el desarrollo de la web El Boomeran(g), el blog literario en español, que ofrece destacada información literaria y cultural.

En noviembre de 2007 estrenó nuevo diseño y colaboradores. Además de los blogs de Félix de Azúa, Jean-François Fogel, Sergio Ramírez y Vicente Verdú, entre otros, se

han sumado los de Rafael Argullol, Víctor Gómez Pin, Clara Sánchez y Jorge Volpi.

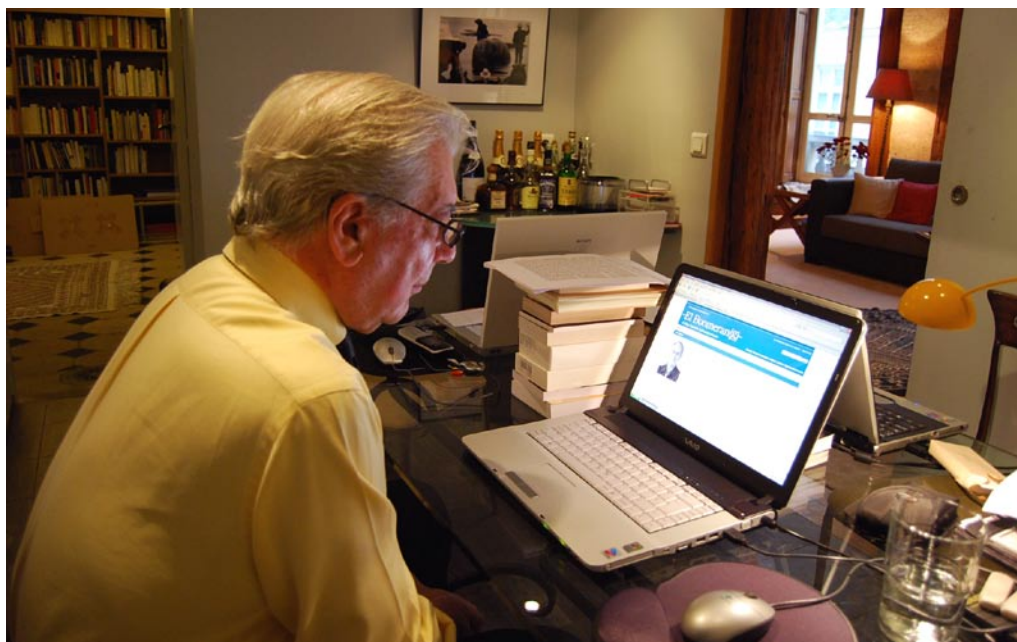
En diciembre de 2007 la Oficina colgó en la red un sitio especial dentro de El Boomeran(g), en el que ha publicado *El gran viaje de Kapuscinski*, el I Seminario virtual de Literatura y Periodismo, que organiza junto con la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) y la Escuela de Periodismo Universidad Autónoma de Madrid/EL PAÍS, con el apoyo de la red de universidades Universia y de la Fundación Carolina.

Se trata de un especial sobre el legado de Ryszard Kapuscinski, considerado por muchos como el mejor reportero del siglo, que cuenta con las intervenciones del norteamericano Jon Lee Anderson, cronista de numerosas guerras para la revista *The New Yorker*, y de los escritores y periodistas Sergio Ramírez, Tomás Eloy Martínez, Manuel Vicent y Erich Hackl. El seminario desarrolla temas como el reportaje de guerra, la emigración, la crónica como unión entre periodismo y ficción, el periodismo como misión o los nacionalismos, y los trata en relación a las lecciones que dejó Kapuscinski como reportero, cronista y humanista. Este seminario es el primero de una serie que tendrá lugar anualmente, con el fin de contribuir a la formación de periodistas y escritores. Profesores de América Latina se vincularán al

mismo a través de una serie de blogs desde los cuales podrán debatir con sus alumnos sobre las reflexiones que el curso plantea.

Además, la Oficina del Autor continúa con el desarrollo de proyectos culturales específicos como *El autor en escena*. Para este año prepara el regreso de Mario Vargas Llosa al teatro. El autor trabaja en una versión de *Las mil y una noches*, que presentará acompañado de Aitana Sánchez Gijón, bajo la dirección de Joan Ollé. Esta nueva obra se suma a *La verdad de las mentiras* y a *Odiseo y Penélope*, presentadas en Barcelona, Madrid, Mérida, Guadalajara (México) y Santiago de Chile.

Por otra parte, organiza *Lecciones y Maestros*, encuentro internacional de la literatura en español, que desde 2007 tiene lugar en Santillana del Mar, una cita promovida por la Fundación Santillana y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo que reúne a destacados críticos, escritores, traductores, profesores de literatura, editores y periodistas, en torno a la obra de algunas de las más destacadas figuras de la literatura en español.



El escritor Mario Vargas Llosa visita la web de El Boomeran(g).

En este último año, ha afianzado el desarrollo de la web El Boomeran(g), el blog literario en español, que ofrece destacada información literaria y cultural en español.

∴ Promoción y difusión de la Cultura y las Artes



Acto de entrega de la XXIV edición de los Premios Ortega y Gasset.

En el Grupo PRISA desarrollamos una importante labor de reconocimiento, promoción y estímulo en las áreas de la creación literaria, los medios de comunicación, el cine y la música, a través de tres de los premios de mayor prestigio que se conceden en España: los Premios Ortega y Gasset de Periodismo, el Premio Alfaguara de Novela, y los Premios Ondas, decanos en la radiodifusión española.



Jesús de Polanco durante su intervención en el acto de entrega de los galardones.

:: Premios Ortega y Gasset de periodismo

Creados en 1984 por el diario *El País* en memoria del pensador y periodista español José Ortega y Gasset, estos premios se otorgan a los mejores trabajos publicados en medios de comunicación en español en todo el mundo primando la defensa de las libertades, la independencia, el rigor, la curiosidad y la pasión de quienes la ejercen, como valores esenciales del periodismo.

En su XXIV edición, los Premios Ortega y Gasset reconocieron la labor de investigación llevada a cabo por el periodista Roberto Navia, por el trabajo *Esclavos made in Bolivia*, publicado en el diario boliviano *El Deber*, sobre la explotación de los emigrantes bolivianos en los talleres clandestinos en Buenos Aires y Sao Paulo. En la categoría de mejor labor informativa el premio recayó en el poeta y periodista cubano exiliado en España Raúl Rivero, por su trayectoria periodística y su lucha tenaz y comprometida por la libertad informativa. En información

gráfica el premio fue para Desirée Martín por su estremecedora instantánea *Cayuco en las costas de Tenerife*, publicada en el diario *ABC*. En este apartado, recibió una mención especial el fotógrafo de la Agencia EFE y del periódico *El Faro de Vigo*, Xoan Álvarez Rey, por *El incendio en Ponte Romana*, fotografía publicada el 12 de agosto de 2006. Por primera vez en 24 años de vida, los Ortega y Gasset premiaron al Periodismo Digital, distinguiendo al servicio mundial de la BBC Mundo.com en español por su decidida apuesta por el periodismo riguroso a través de Internet.

El jurado de los Premios, formado por personalidades relevantes del sector de la comunicación y de la vida económica, social y cultural, estuvo presidido por el sociólogo francés y director del Instituto de Estudios Superiores de París, Alain Touraine. Le acompañaron en su labor la escritora Clara Sánchez; la actriz Aitana Sánchez Gijón; el periodista Darío Arizmendi; el escritor Rafael Argullol; y los cuatro directores de *El País* desde su fundación: Javier Moreno, Jesús Cebriero, Joaquín Estefanía y Juan Luís Cebrián.

Cada uno de los galardonados recibió una dotación de 15.000 euros y un aguafuerte conmemorativo, obra del artista donostiarra Eduardo Chillida.

:: Premio Alfaguara de novela

El X Premio Alfaguara recayó en el escritor murciano Luis Leante por su obra *Mira si yo te querré*. El jurado, encabezado por Mario Vargas Llosa e integrado por José Luis Cuerda, Santiago Gamboa, Mercedes Monmany, Francisco Martín Moreno y Claudia Piñeiro, valoró la fuerza expresiva con que se describen los paisajes y la vida de la última colonia española en África, convertidos en

escenario de una historia de amor que marca la vida de los protagonistas.

La novela competía con 547 originales, de los cuales 179 correspondían a España y 395 a América. El premio está dotado con 175.000 dólares y una escultura de Martín Chirino y la obra ganadora cuenta con un mercado potencial de 400 millones de lectores al distribuirse simultáneamente en los 22 países en los que está presente el Grupo Santillana.

El Premio Alfaguara de novela es uno de los más importantes galardones literarios otorgados a una obra inédita escrita en castellano.

Desde su primera edición en 1998, destacados escritores han presidido el Jurado: Carlos Fuentes, Eduardo Mendoza, Alfredo Bryce Echenique, Antonio Muñoz Molina, Jorge Semprún, Luis Mateo Díez, José Saramago, José Manuel Caballero Bonald, y Ángeles Mastretta.

:: Premios Ondas

Los Premios Ondas son los primeros galardones de radio y televisión ins-

tituidos en España. Creados por Radio Barcelona, de la Cadena SER, en 1953, cuentan con el apoyo oficial de la Unión Europea de Radiodifusión (UER) y se conceden a los profesionales, empresas y trabajos nacionales e internacionales más sobresalientes de cada año dentro del mundo de la radio, la televisión, la publicidad, el cine y la música.

Los jurados nacionales e internacionales, constituidos por cuarenta y un profesionales de radio, televisión, cine y música son los encargados de elegir a los ganadores.

Los Ondas celebraron este año su LIV edición y premiaron, como características más valoradas, la actualidad, el talento y la imaginación, y renovaron una vez más su apuesta por los creadores emergentes, como estímulo para el talento y la innovación en los 24 galardones concedidos en esta edición. En el apartado de radio, la presentadora Gemma Nierga recibió el Ondas por su trayectoria profesional a lo largo de diez años al frente del programa *La Ventana* de Cadena SER. El Ondas al mejor programa fue para



Foto de familia de la LIV edición de los Premios Ondas.



Rueda de prensa de presentación de los Premios Ondas 2007.

Ponte a prueba, de Europa FM, y Conciertos de radio Clásica, de RNE, como mejor tratamiento informativo por consolidarse como oferta cultural de primer orden, y *Cocidito madrileño*, de Radio Euskadi, consiguió el premio de innovación radiofónica por su ácida mirada a la actualidad.

El programa de TVE *Tengo una pregunta para usted*, la serie de Antena 3 *El internado*, los espacios de humor *Noche Hache*, de Cuatro, y *Polonia* (TV3), que abordan la política desde distintas perspectivas también resultaron galardonados. Los Ondas destacaron la trayectoria profesional de Jesús Vázquez por su demostrada polivalencia en distintos géneros y medios, así como Radio Televisión Valenciana (RTVV), por la cobertura de la America's Cup. En el apartado de

cine, Maribel Verdú fue reconocida por su interpretación en la cinta *El laberinto del fauno*, de Guillermo del Toro.

En música, los premios fueron para Miguel Bosé en las categorías de mejor artista español y mejor álbum por *Papito* y para La Quinta Estación, como mejor grupo latino. El grupo Héroes del Silencio recibió el Ondas Especial del Jurado.

Los premios Ondas Internacionales en radio recayeron en *El viaje interior*, de la cadena canadiense CBC, y *Versus* de Radio Algérienne con una mención especial del jurado. En televisión destacó *Morangos com açúcar*, una ficción juvenil de la portuguesa TVI, que consiguió el Ondas al mejor espacio iberoamericano.

:: Acuerdos culturales

Con el compromiso de promocionar y difundir la cultura en toda la sociedad, hemos establecido acuerdos de colaboración con algunas de las más destacadas instituciones del mundo de la cultura y las artes hispanoamericanas:

- :: Real Academia Española
- :: Instituto Cervantes
- :: Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes
- :: Fundación Teatro Real
- :: Fundación Carolina
- :: Fundación Cultural Hispano-Brasileña
- :: Fundación Príncipe de Asturias

Nuestro enfoque de promoción de la cultura se desarrolla con una visión amplia que nos lleva a ser colaboradores oficiales de eventos como la próxima Exposición Internacional de Zaragoza: *Agua y Desarrollo Sostenible*, en 2008.



:: Promoción de la música, del cine y del deporte

La promoción de la cultura también se extiende a nuestras sociedades en el marco de sus áreas de actividad, que desarrollan diversas actuaciones de fomento de la cultura. En dicho marco, se ha lanzado la colección de libro discos *Palabras hechas canciones*, de los autores y artistas Joan Manuel Serrat y Joaquín Sabina, en España, Colombia, Argentina y México, bajo una Licencia Iberoamericana del Derecho de Autor (LIB). Se trata de un proyecto pionero en el desarrollo de una licencia de derechos de autor de carácter multiterritorial, impulsada por el Grupo PRISA junto con las sociedades de autores de España, México, Colombia, Chile, Venezuela y Argentina. La primera experiencia se ha desarrollado para la explotación de soportes tradicionales con la intención de ampliarlo al entorno digital.

Sogecable, lleva a cabo una importante labor de difusión y promoción de dos de las principales manifestaciones culturales de nuestro país, el cine y el deporte. En esta línea, cabe destacar la labor realizada por la productora cinematográfica Sogecine, quien ha realizado y comercializado 90 películas en los últimos 16 años.

Sogecable también edita y emite el canal DCine español, íntegramente dedicado a las producciones nacionales. Además, en las rejillas de otros de sus canales, Canal+ y los canales de cine de Canal+, es constante la presencia de los filmes más recientes producidos por la industria de nuestro país. Como respuesta a la obligación de inversión del 5% establecida en el Real Decreto de 1999, la compañía ha destinado 200 millones de euros en el periodo 1999-2005 al cine español y europeo.

El apoyo de Sogecable se extiende asimismo a la industria del documental y de los cortometrajes. La compañía produce y coproduce cada año para sus canales diversos documentales, y organiza anualmente a través de su canal Documanía un concurso internacional de documentales -Doc Amateur-. Además, promueve la labor de los jóvenes realizadores a través de su Proyecto Corto, que premia los mejores trabajos presentes en los festivales de cortometrajes. También en el terreno de los documentales, ha suscrito un importante convenio de colaboración con la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona, por el cual, Sogecable patrocina el Master en Documental de Creación de dicho centro educativo, que tiene como objetivo principal dinamizar la producción de ese género audiovisual, y que se materializa, en cada una de sus ediciones, en la producción de tres documentales.

Por lo que se refiere al deporte, y más concretamente el fútbol, no es exagerado afirmar que ha encontrado en la compañía una sólida base para su desarrollo en nuestro país. Para los más jóvenes, además, Sogecable viene potenciando desde 1992 la práctica de ese deporte a través del Campeonato de Fútbol 7, que reúne cada año -en junio y diciembre- a las jóvenes promesas de los principales equipos españoles y europeos.

Sogecable ha mantenido su política de apoyo y patrocinio con importantes instituciones y organismos culturales, destacando:

- :: Festival de Cine de Málaga
- :: El Liceo de Barcelona
- :: La Academia de Televisión
- :: La Fundación Escuela de Periodismo
- :: La Asociación de Amistad hispano-francesa
- :: La Asociación de la Prensa de Madrid



Digital+, patrocinador del Festival de Cine Español de Málaga.

::: Fomento de la Solidaridad

A lo largo de 2007, hemos liderado y apoyado diferentes iniciativas sociales, bien mediante actuaciones propias o buscando la colaboración con otras instituciones, tanto públicas como privadas. Muestra de ello son los múltiples acuerdos de patrocinio firmados con distintas instituciones de carácter social, tales como Intermón Oxfam, Ayuda en Acción, UNICEF o ACNUR.

En esta línea, *El País* ha realizado importantes donaciones en el pasado ejercicio, como se puede observar en la siguiente tabla:

Importes en miles de €	Año 2007
Escuela de Periodismo	353
Convenios de cooperación educativa	282
Cuotas asociación y fundación Incluye AEDE, WAN, etc. Incluye UNICEF <i>Gana y colabora</i>	279

Dentro de sus áreas de actividad, nuestras sociedades han desarrollado diversas actuaciones en fomento de la Solidaridad, como es el caso de *Cinco Días*, que ha promovido campañas de publicidad, a coste cero, a favor de distintas ONGs e instituciones de interés social. Entre los anunciantes figuran organizaciones como Alhambra, Ayuda en acción, Cruz Roja, Manos Unidas, Médicos Sin Fronteras, Save the children, Meniños-PRG Acogimiento, con una mancha total publicada del 64,38%.

Por su parte, PROGRESA, ha reafirmado su compromiso con la sociedad, mediante la publicación de números especiales que promueven iniciativas solidarias, como el número de noviembre de *Revista 40*, en el que varias personalidades del mundo del cine y la música, escribieron artículos exponiendo ideas de apoyo al tercer mundo, y dando a conocer ropa ecológica confeccionada por una ONG.



El Grupo PRISA colabora con Cruz Roja y la Fundación Entreculturas en la campaña solidaria *Dona tu móvil*.

El Grupo PRISA participa en la Campaña *Dona tu Móvil*, en la que se recogen teléfonos móviles en desuso, entre el personal de la empresa, siendo Cruz Roja beneficiaria de la recaudación generada por la buena desmantelación de estos equipos.

Desde hace varios años, Sogecable colabora en el Proyecto Cero25, iniciado en el año 1993 por trabajadores de la compañía, que consiste en la donación voluntaria del 0,25% de la nómina para la financiación de proyectos sociales para el desarrollo y el medioambiente. La compañía, por su parte ha participado en dicho proyecto igualando las aportaciones realizadas por sus trabajadores. Además, por segundo año consecutivo, Sogecable ha celebrado el *Día Solidario*, iniciativa basada en donaciones voluntarias, en este caso de la nómina de un día, para la financiación de un proyecto de Desarrollo Social. De este modo, el Grupo Sogecable ha participado activamente en proyectos para la erradicación de la pobreza en los países en vías de desarrollo, mediante la compra de productos de comercio justo para las cestas de Navidad de sus trabajadores o el café para las máquinas expendedoras en sus centros de trabajo.

Asimismo, desde sus canales de televisión, la compañía ha abierto espacios de reafirmación de su compromiso con la solidaridad, la denuncia de situaciones de desigualdad y el respeto a los Derechos Humanos,

como Documanía, que emite desde enero de 2005 un programa de marcado carácter social dedicado a los Derechos Humanos: *Humania*. En este espacio semanal de cuarenta y cinco minutos de duración, abierto a las ONGs, fundaciones, y organismos tanto nacionales como internacionales, tienen cabida temas tan diversos como el voluntariado, el medio ambiente, la educación o el Desarrollo Sostenible.

También en Cuatro los temas sociales se abordan semanalmente a través del programa de reportajes *Callejeros*.

El Grupo Santillana, por su parte, ha colaborado puntualmente con otros medios de comunicación, ajenos al Grupo PRISA, en apoyo a iniciativas solidarias, como la campaña promovida por Telecinco: *Doce meses doce causas: fomento de la lectura*.

:: Oferta cultural y formativa

En prensa, el diario *El País*, asumiendo la responsabilidad de ser líder en información escrita en lengua española realiza una intensa labor promocional de la cultura y las



Raúl Rodríguez, director general de la Cadena SER, entrega un cheque por valor de 432.880 euros a Ariane Arpa, directora general de Intermón Oxfam, para proyectos de cooperación.

artes, mediante la publicación de coleccionables como por ejemplo:

:: Formación académica de los jóvenes, con promociones como la *Enciclopedia del Estudiante* o la *Enciclopedia general*.

:: Acercamiento de los clásicos de la literatura, tanto por los adultos (*Clásicos del siglo XX*, *Clásicos Españoles*, *Relatos Breves*) como por los niños (*Cuentos Infantiles* y, en 2007, *Mis Primeros Clásicos*).

:: Formación musical en sus múltiples facetas y disciplinas (Mozart, Música Clásica, Jazz, Serrat y Sabina, Héroes del Silencio –estas tres últimas en 2007–, etc).

En total desde el año 2003 el diario *El País* ha producido 154 millones de libros, 87 millones de DVDs y libro-DVDs y 36 millones de CDs y libro CDs. Sólo en 2007, se han producido 17 millones de libros, 10 millones de DVDs y libro-DVDs y cerca de 13 millones de libro CDs.

Como muestra de la responsabilidad que conlleva ser el periódico generalista con mayor tirada en España, y aprovechando la amplia difusión del diario en todo el mundo, *El País*, ha colaborado con organizaciones e instituciones de carácter social prestando servicios publicitarios de forma prácticamente gratuita, con descuentos del 82%, por un valor de 2,2 millones de euros en 2007.

El País ha apoyado diferentes iniciativas sociales con gran arraigo socio-cultural en el entorno, tales como Agencia Catalana de

Cooperación, *La Noche en Blanco*, *Jesucristo Superstar*, Feria del Libro, Arco 2007, Mercat de las Flors, Gran Teatro del Liceo, L'auditori, Festival Internacional de Música de Begur, Festival de Música Antigua y Músicas Modernas L'auditori, Madrid Arte y Cultura -Festival de Jazz de Madrid, *El País* Hipnotik-Festival de Hip Hop y Cultura Urbana y Gira *Dos Pájaros de un Tiro*.

Desde el diario *As* se han apoyado numerosas acciones del mundo del deporte para ayudar a los más desfavorecidos, a través de apoyos publicitarios y cobertura informativa a campañas solidarias, como *Amigos de Ronaldo* y *amigos de Zidane*, y *Amigos de Casillas* y *amigos de Rafa Nadal*, ambas con un importante despliegue mediático.

Además de adherirse a iniciativas de terceros en el ámbito de la Solidaridad, el diario *As* ha promovido y difundido el deporte aficionado y escolar con la edición de suplementos específicos. Algunos ejemplos son: *Deporte Base de Asturias* y *Básico de Andalucía*, suplementos semanales que recogen todos los resultados y noticias de interés del deporte aficionado en estas comunidades.

Por su parte, *Cinco Días* colabora anualmente mediante una aportación económica a la Fundación DEHON, de ayuda a familias con escasos recursos con hijos en edad escolar.

En cuanto a las actuaciones promovidas o desarrolladas por Unión Radio, cabe destacar la colaboración activa de nuestras emisoras de radio en iniciativas sociales, bien mediante la promoción, organización y difusión de eventos para la recaudación de fondos para fines sociales o a través de acuerdos de colaboración con distintas organizaciones sociales.

En 2007, a través de la Radio en España se consiguió recaudar un total de 441.880,00 euros para proyectos de ONGs, promoviendo y apoyando eventos como:

40 Principales

- :: Concierto Aniversario 40 Principales Junio 06. Intermón Oxfam
- :: Premios Principales 2006. Intermón Oxfam
- :: DVD Concierto Junio Aniversario 40. Intermón Oxfam
- :: Festival Músicas Minúsculas M-80. Asociación Fibrosis Quística
- :: Beneficios CD Músicas Minúsculas. Asociación Fibrosis Quística

M80 Radio Solidaria 2007

Cooperación internacional

- :: Matemáticas Solidarias. (temporada 2006/07 y 2007/08)

Fundación Abracadabra

- :: Calendario solidario.
- :: Magos Solidarios on tour 2007.

Aviación sin fronteras

- :: Proyecto alfabetización Burkina Faso. Fiesta Solidaria. Sala El Sol.

Universidad Comillas/Cruz Roja

- :: Estudio de buenas prácticas en la inclusión social.

Ayuda en acción

- :: Torneo Padel.
- :: Campaña 1.000.000 de clicks. Construcción de tres aulas en El Salvador.
- :: Exposición fotográfica sobre el sida.

- :: Convenio colaboración.

Fundación Lealtad

- :: Semana solidaridad.
- :: Convenio colaboración.

Médicos del mundo

- :: Exposición FotogrAfrica.

Fundación Meniños

- :: Colaboración con la guía del acogimiento del menor.

Otras campañas

- :: Material Escolar a Honduras. Fundación Seur y Embajada de Honduras en España.
- :: Campaña consumo Comercio Solidario en Navidad. Médicos Sin Fronteras, Acción Contra el Hambre, Aldeas Infantiles y Ayuda en Acción.
- :: Programa Científico del Día Mundial del Sida. Hospital Carlos III de Madrid.

A través de la Radio Internacional, se emitieron cuñas y menciones en nuestras estaciones de radio, sin costo alguno para las asociaciones y organizaciones sociales anunciantes. Como muestra más significativa, cabe señalar:

GLR USA:

- :: La Liga Contra el Cáncer.
- :: Feria de inmigración.
- :: Feria de la salud.
- :: La voz de la comunidad.
- :: Mothers against drunk driving.

:: Casa para inmigrantes.

CRC Radio Chile:

:: 63 organizaciones anunciantes.

:: 11.646 cuñas realizadas.

:: 347.328 segundos emitidos.

Radio Continental:

:: Programa social: Pintá tu Escuela (con difusión en todo el país).

Prisacom, por su parte, ha llevado a cabo colaboraciones con diversas campañas de sensibilización, apoyando proyectos de ONGs. Muestra significativa fue la campaña de postales online en colaboración con UNICEF, en dónde se colocaron links gratuitos en los medios de Prisacom para fomentar el uso de estas postales.

En el área comercial, marketing y publicidad del Grupo, GDM, ha colaborado en campañas solidarias promovidas por distintas organizaciones, entre las que destacan la Fundación Talita, para el apoyo a personas con necesidades educativas específicas y la Fundación Internacional Josep Carreras, para la lucha contra la leucemia.

En coherencia con nuestros compromisos en materia social y con la idea de que nuestras actividades generen valor en nuestro en-

torno, hemos llevado a cabo diversas campañas de donación de recursos, destacando los 1.440 kg de material ofimático operativo (ordenadores, impresoras, escáneres, faxes, monitores, etc.) donados a la Fundación BIP BIP. Otras sociedades del Grupo han seguido actuaciones similares, como Unión Radio, que a través de sus emisoras, donó sus equipos informáticos obsoletos.

Igualmente, nuestras sociedades, han colaborado con distintas organizaciones, con ayudas de distinta índole en función del tipo de actividad desarrollada por cada empresa. De este modo, el Grupo Santillana colaboró mediante la donación de libros de texto con la Biblioteca Penitenciaria en Huelva y el Círculo de Bellas Artes en el Día del Libro.

Durante 2007, también apoyó económicamente a distintas organizaciones, tales como el Arzobispado de Tarragona en su campaña de enseñanza de la Religión católica en los centros educativos; la Asociación Española de Entidades colaboradoras de la Enseñanza, subvencionando actividades de la Asamblea nacional anual; la Congregación de los Hermanos de la Sagrada Familia, en los actos de celebración de la llegada de los Hermanos de la Sagrada Familia a España; la Orden de la Compañía de María Nuestra Señora, en el acto programado por la Red Laical del Colegio Compañía de María de Ferrol, con motivo de la conmemoración de los 400 años de esta Orden.



Ricardo Alarcón y Julio Sánchez Cristo, gerente general y director de W Radio, hacen entrega de un cheque por valor de 1.105.800.000 de pesos a los soldados colombianos heridos en combate.

::: La Educación como motor de desarrollo de nuestra sociedad

En el Grupo PRISA actuamos como promotores y defensores de los valores sociales y culturales de las regiones dónde desarrollamos nuestras actividades, especialmente en los ámbitos de la educación y la enseñanza.

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. Entre ellas están 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.

El País de los Estudiantes

Como principal instrumento para la difusión de la cultura y los valores de una enseñanza de calidad, desarrollamos *El País de los Estudiantes*, iniciativa diseñada como programa prensa-escuela dirigido a profesores y alumnos de educación secundaria (segundo ciclo de la ESO y bachillerato) de toda España, que integra en un solo programa educación, información y nuevas tecnologías, respondiendo a una necesidad plantea-

da por las instituciones: introducir la prensa escrita en el entorno escolar.

El proyecto, 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 se convierten en periodistas y participan en la elaboración de un periódico propio como si fuese impreso mediante un sistema de maquetación y edición a través de Internet.

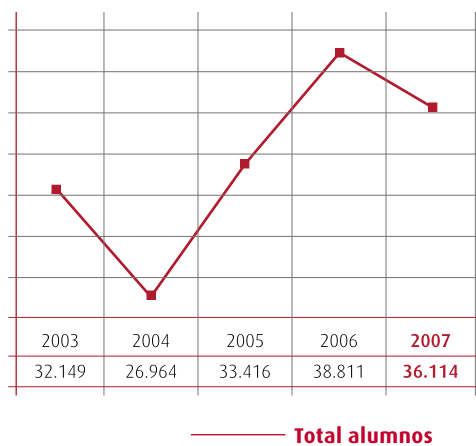
Entre todos los equipos que publican su periódico completo, un jurado de especialistas selecciona a los tres mejores periódicos de edición.

En 2007 participaron más de 6.200 equipos de casi 2.400 centros y el ganador fue el centro escolar Luther King Sur de Tenerife, por el relato en primera persona de la invasión del Líbano por Israel. El primer premio está dotado con un cheque viaje por 12.000 euros; el segundo, por 9.000, y el tercero, por 6.000. En esta edición se creó una nueva categoría, el Premio Cronista de Ruta Quetzal BBVA, para el mejor reportaje publicado en la sección de Medio Ambiente, en la que el ganador participa con los cerca de 300 jóvenes de esta expedición formativa, mitad cultura, mitad aventura que promueve BBVA.



Vicente Jiménez, director adjunto de *El País*, con los alumnos ganadores de la VI Edición de *El País de los Estudiantes*.

La evolución en el registro de profesores en el programa en las últimas cinco ediciones se muestra en el siguiente gráfico:



El programa ofrece múltiples beneficios tanto a docentes, al potenciar la enseñanza y el uso de las nuevas tecnologías como a los alumnos, al fomentar la reflexión, la capacidad de expresión y el pensamiento crítico mediante el trabajo en equipo. También a los centros de enseñanza, mejorando la convivencia dentro del entorno académico; y a las familias, dando a conocer y comprender, acercándoles a las opiniones y vivencias de sus hijos.

Cuatro

Cuatro ha creado un estilo de hacer televisión responsable y comprometido con la sociedad con una propuesta de programas para todos los públicos. La educación es la base para contribuir a formar una ciudadanía responsable en el futuro. Cubre la horquilla de cero a 18 años con dos espacios de gran éxito: *SOS Adolescentes* ofrece ayuda con la educación de los jóvenes en hábitos básicos de conducta que sirven de gran ayuda a sus padres y al resto de la sociedad.

Por otra parte, *Super Nanny* comprende la franja infantil trabajando las cuestiones más relevantes que atañan lo hábitos básicos

de alimentación, sueño, higiene, normas, juego, trastornos, estudio, etc., en forma de consejos caseros muy sencillos. También tiene propuestas para adultos sobre el respeto al medio ambiente y alimentación. *¡Qué desperdicio!* nos muestra cómo ser más ecológicos puede ser muy rentable tanto económicamente como en impacto medioambiental, y *¡Soy lo que como!* es una entretenida guía para adoptar hábitos saludables para nuestra dieta diaria.

Se trata de un formato televisivo de entretenimiento que nos enseña cómo el tratamiento de temas responsables con la sociedad pueden desarrollarse a través de fórmulas atractivas y útiles para todos.



Raquel Sánchez Silva y Diego Chueca, presentan el programa de educación medioambiental *¡Qué desperdicio!*, de Cuatro.

Santillana

Desde sus orígenes, Santillana ha sido sinónimo de calidad, innovación y servicio al profesorado y a la escuela. El lema *Santillana, contigo un paso más*, que rubrica sus acciones comunicativas, sintetiza estas tres características que le han permitido alcanzar una posición de liderazgo allá donde está presente.

Nuestros equipos editoriales han incorporado a su modo de hacer la capacidad de interpretar las necesidades de realidades educativas diferentes y de formular respuestas ajustadas a la circunstancia (ordenamiento del sistema educativo, programas de enseñanza, hábitos del profesorado, etc.) de cada momento y de cada país.

El Grupo Santillana, ha desarrollado un nuevo portal, a disposición de toda la comunidad docente y alumnado, con más de 1.000 recursos educativos para infantil, primaria, secundaria y bachillerato, presentando un amplio catálogo de documentación para profesores, programación de aulas, proyectos curriculares, entre como otros recursos web.

Por otro lado, las ediciones infantiles y juveniles del Grupo Santillana se publican, en España y América Latina, bajo los sellos de Alfaguara Infantil y Juvenil y Altea, contribuyendo de manera fundamental a la formación integral de todos los individuos, tanto académica como personal.

Para la configuración de los catálogos de Alfaguara Infantil y Juvenil se tiene en cuenta como primer criterio la incorporación de todos aquellos autores y obras que han alcanzado relevancia nacional e internacional en el campo de la literatura para niños y jóvenes, avalados muchos de ellos por los premios de mayor prestigio, desde el Andersen hasta el Nacional de Literatura o el Lazarillo.

A su vez, y con objeto de difundir experiencias escolares innovadoras y valiosas, el Grupo convoca anualmente los Premios Santillana de Experiencias Educativas, consiguiendo cada año trabajos que sirven de inspiración a otros profesores contribuyendo a mejorar la calidad de la enseñanza.

Para lograr este objetivo de difusión cultural ha sido fundamental la publicación de los trabajos premiados en cada convocatoria en un libro que se distribuye gratuitamente a los centros educativos.

Los volúmenes publicados hasta ahora constituyen una muestra excelente de la imaginación, la iniciativa y la capacidad de trabajo del profesorado español a lo largo de más de dos décadas.

La presencia internacional del Grupo Santillana, le ha llevado a colaborar con importantes organizaciones nacionales e internacionales, tanto en la publicación de libros como en la organización de relevantes cursos, foros y conferencias, destacando:

Colaboración en congresos:

:: Congreso Aniversario FERE-CECA 1957-2007 y IX Congreso de Educación y Gestión. Celebrado en Madrid durante el mes noviembre.

:: XXXV Congreso de la Confederación Española de Centros de Enseñanza. Celebrado en Santander en el mes de noviembre.

:: Jornadas de Formación de los Equipos Directivos del Colectivo Nace. Celebradas en el mes de noviembre en Barcelona.

:: Biental Escolar *Jóvenes Emprendedores por la Solidaridad* – Acade, que culminó con el encuentro escolar de Tenerife en el mes de abril.

:: I Congreso Europeo de Educadores Franciscanos. Celebrado en Córdoba durante el mes de noviembre.



Foto de familia de los ganadores del XXIX Concurso de Experiencias Educativas 2007, organizado por Santillana.

Apoyo a publicaciones de organizaciones:

:: Fundación Anar – Ayuda a niños y adolescentes en riesgo, mediante la edición, maquetación e impresión de la Memoria (2.500 ejemplares) y del Boletín de actividades (2.000 ejemplares) de esta institución.

:: Proyecto Simbock – Educación Secundaria y Promoción Social en Camerún, colaborando en la edición, maquetación e impresión del tríptico promocional del proyecto dirigido por las Religiosas Jesús-María, cuyo objetivo es construir y equipar un centro educativo en el barrio rural de Yaoundé (Camerún).

:: Agenda Escolar 2007/2008 para La Diócesis de Orihuela-Alicante, a través de la edición, maquetación e impresión de las agendas escolares para el profesorado de la Diócesis de Orihuela-Alicante.

:: Agenda Escolar 2007/2008 para la Asociación de Profesores de las Escuelas Cristianas de Cataluña, realizando la edición, maquetación e impresión de las agendas escolares para el profesorado de la Asociación de Profesores de las Escuelas Cristianas de Cataluña.

:: Federación Española de Sociedades de Profesores de Matemáticas – Día Escolar de las Matemáticas, imprimiendo las pegatinas conmemorativas del Día Escolar de la Matemáticas celebrado el 12 de mayo.

Entre los principales concursos convocados por Grupo Santillana en 2007, destacamos:

:: XXIX Concurso de Experiencias Educativas – Premios Santillana 2007. Celebrado cada año desde 1979, con el objetivo esencial de promover, premiar y difundir experiencias escolares innovadoras y valiosas para mejorar la calidad de la enseñanza, estableciendo un premio de 1.500 euros para cada una de las 8 secciones existentes, otorgando a uno de los trabajos premiados un premio especial adicional de 6.000 euros.

Además, en 2007 destaca la participación del Grupo Santillana en cursos y conferencias en un total de 44 centros de diferentes regiones.

::: Compromiso con el sector de la Comunicación

Fieles a nuestra apuesta por un sector de la comunicación independiente y profesional, las sociedades del Grupo PRISA forman parte de las más relevantes asociaciones profesionales de ámbito nacional e internacional y pertenecen a 11 de los comités de expertos con mayor importancia en su sector, como muestra la siguiente tabla:

	EL PAÍS	Diario AS	PROGRESA	RADIO ESPAÑA	RADIO INTERNACIONAL
Asociaciones	AEDE, WAN, AIMC, OJD, FANDE, AMPE, AUTOCONTROL, IFRA, INMA, REPORTEROS SIN FRONTERAS	AEDE OJD EGM	ARI AIMC ARCE	AERC	Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), Asociación de Radiodifusores (ARVM y RATO)
Grupos de Trabajo Comités de expertos	Grupos específicos de trabajo de AEDE	-	-	Foro de la Radio Digital	-

AEDE: Asociación de Editores de Diarios Españoles
WAN: Asociación Mundial de Periódicos
AIMC: Asociación para la investigación de Medios de Comunicación
OJD: Oficina de Justificación de la Difusión
FANDE: Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones
AMPE: Asociación de Medios Publicitarios de España
AUTOCONTROL: Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial
IFRA: Organización Mundial de Investigación y Servicio para la Industria Periodística
EGM: Estudio General de Medios
ARI: Asociación de Revistas de Información
ARCE: Asociación de Editores de Revistas Culturales de España
AERC: Asociación Española de Radio Comercial



PRISACOM

Confianza Online
Internet Advertising Bureau
Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación
OPA (Asociación de Editores Electrónicos de Europa)
IFRA (eNews)

GDM

Ámbito Nacional:
-AIMC
-Autocontrol
- Asociación Española de Anunciantes
Ámbito Internacional:
Interactive Advertising Bureau

JIC (Comité de Usuarios de Internet)
Campo de Actividad CTN 71/SC36
"Tecnologías de la información para el aprendizaje"
UAB (Investigación: Uso didáctico de los materiales educativos)
Socios de ISTE (The International Society for Technology in Education)
Socios de IDPF (International Trade and Standards Organization)

Comisión Técnica de AEDE
Comité de Usuarios de SOFRES
Mesa de inversiones de Internet
Comité de Autocontrol
Panel de Inversiones Publicitarias de ZenithOptimedia



Una gestión responsable

90_06
^
^
^

- ⌘ Compras y proveedores
- ⌘ Atención a nuestros lectores, oyentes, espectadores y usuarios
 - ⌘ Autorregulación y Códigos Éticos
 - ⌘ Garantías en productos y servicios
- ⌘ Defensa y respeto de los Derechos Humanos

Una gestión responsable

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.

Para responder de forma concreta, disponemos de una Política de Autorregulación y Códigos Éticos, que establece mecanismos de control para garantizar su cumplimiento y que se refuerza con una serie de compromisos voluntarios, entre los que destaca el *Libro de Estilo* de *El País*, aplicado por todas las compañías de PRISA con implicación editorial, así como las autorregulaciones de las cadenas de radio.

Respondiendo a las nuevas tendencias del mundo de la comunicación, no sólo distribuimos información y contenidos, sino también productos de muy diversas tipologías, utili-

zando estrictos mecanismos de control de proveedores y productos, que nos garantizan el cumplimiento de la legislación de cada país en el que operamos, o en su ausencia, la legislación española de referencia en materia de control de calidad de productos.

Esta línea de acción se enmarca en una Política General de Compras y Cadena de Proveedores, que refleja uno de los mecanismos de gestión más potentes de los que disponemos como Grupo. Esta política garantiza criterios globales en dichos procesos de compras y homologación de proveedores. Como avance sustancial del ejercicio 2007, hemos incorporado criterios de Sostenibilidad y Responsabilidad Social en dichos procesos de homologación de proveedores, consiguiendo extender nuestros compromisos a la cadena de valor.



::: Compras y proveedores

La política de compras y proveedores del Grupo PRISA está basada en la eficiencia, la transparencia, la igualdad de oportunidades y el respeto de la normativa, entendiendo al proveedor como un grupo de interés fundamental.

Creemos que la función de compras y las relaciones con proveedores son elementos clave de nuestro ejercicio de responsabilidad. A través de ellas se produce una importante distribución de riqueza y de creación de valor socioeconómico y tecnológico, siendo además un elemento clave para el crecimiento del negocio con un objetivo de liderazgo global.

El marco de nuestras relaciones con proveedores está establecido en la Guía de relación con el Proveedor, accesible a través de la web corporativa del Grupo PRISA. Como desarrollo de esta Guía, disponemos de criterios de homologación inicial y seguimiento, que valoran factores económicos, de calidad de producto y servicio, de cobertura geográfica y de integridad y cumplimiento de obligaciones en todos los ámbitos y especialmente en materia fiscal, laboral, de Derechos Humanos y de protección ambiental.



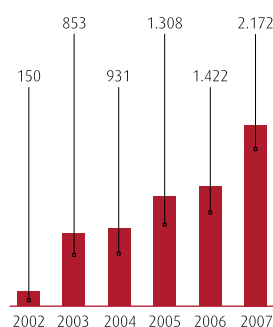
Guía de relación

Grupo PRISA - proveedor

1. Las relaciones del Grupo PRISA con sus proveedores se regirán por los principios de objetividad, transparencia, no exclusividad e igualdad de oportunidades.
2. Todo proveedor involucrado en cualquier proceso de adjudicación recibirá información completa sobre el producto o servicio a suministrar.
3. La información facilitada será idéntica para todos los proveedores, de forma que ninguno disponga de ventaja inicial alguna, fomentándose la legítima competencia.
4. Ningún proveedor será invitado a participar en un proceso de adjudicación para cubrir aspectos formales.
5. Todo proveedor por el hecho de solicitarlo tendrá derecho a una evaluación para homologación.
6. Toda solicitud recibirá respuesta junto con un comentario sobre su aceptación o rechazo. La respuesta negativa no inhabilita al aspirante para presentar nuevas solicitudes una vez solucionada la causa de rechazo.
7. El resultado del proceso de homologación será comunicado por escrito al proveedor, así como los criterios de decisión utilizados.
8. Se establecerán planes de mejora continua con los proveedores que redunden en un aumento de calidad y por tanto en beneficio de ambas partes. Se espera del proveedor que realice cuantas sugerencias estime oportuno para mejorar las relaciones entre el Grupo y sus suministradores.

El trabajo de los últimos años nos ha permitido aumentar considerablemente el marco de proveedores homologados, haciendo más sólida nuestra cadena de valor y permitiéndonos extender nuestros principios y compromisos corporativos.

Evolución de los proveedores homologados en Grupo PRISA



Avanzando en este enfoque, en el ejercicio 2007 hemos implantado un sistema de análisis de proveedores que nos permite evaluar su perfil con más exactitud y trabajar con ellos en la mejora del proceso, para trasladar estos nuevos criterios a los estándares de homologación.

Indicadores para la información y análisis de proveedores:

Indique cuál ha sido la facturación anual en el último año

Indique cuál ha sido su facturación agregada a empresas del Grupo PRISA (valor aproximado)

¿Se encuentra al corriente del pago de sus obligaciones tributarias?

¿Garantiza su empresa un adecuado tratamiento en relación a la privacidad de sus clientes?

¿Qué porcentaje de su producción, desarrollada para el Grupo PRISA, es subcontratada?

¿Tiene establecidos Códigos o Directrices de Buen Gobierno Corporativo en su sociedad?

¿Dispone de un Sistema de Gestión (S.G.) de la Calidad certificado conforme a una norma reconocida?

¿Dispone de un S.G. Medioambiental certificado conforme a una norma reconocida?

¿Dispone de un S.G. de Seguridad y Salud certificado conforme a una norma reconocida?

¿Dispone de un S.G. de Responsabilidad Social certificado conforme a una norma reconocida?

¿Dispone de un S.G. de la I+D+i certificado conforme a una norma reconocida?

En caso de estar en proceso, informe indicando la fecha prevista de la certificación

¿Garantiza el cumplimiento de la normativa de calidad y seguridad de sus productos?

¿Dispone de procedimientos formales para la atención de reclamaciones de clientes y usuarios?

¿Dispone de procedimientos para verificar incumplimientos en materia de Derechos Humanos?

¿Dispone de procedimientos para verificar incumplimientos en su cadena de proveedores?

¿Promueve su empresa actuaciones que favorezcan la integración de colectivos desfavorecidos?

¿Tiene implantado un Plan de Igualdad para sus empleados?

¿Establece mecanismos que garanticen el cumplimiento de obligaciones en materia de Seguridad Social?

Indique el número de empleados en su empresa.

Indique el porcentaje de empleados fijos en su empresa.

Indique el porcentaje de rotación de empleados en su empresa.

¿Garantiza que no se emplea en toda su cadena de valor mano de obra forzosa?

¿Garantiza la libertad de asociación de sus trabajadores y los procesos de negociación colectiva?

¿Dispone de mecanismos para evaluar y minimizar sus emisiones vinculadas al cambio climático?

¿Identifica y controla los impactos ambientales de su actividad?

¿Evalúa y garantiza el cumplimiento de sus obligaciones legales en materia medioambiental?

Partida	% Proveedores sobre el total analizado	Partida	% Proveedores sobre el total analizado
Asistencia Telefónica	1,33%	Materia Prima Impresión	2,67%
Correduría Seguros	1,33%	Operador de Telecomunicaciones	2,67%
Distribución	10,67%	Papel	18,67%
Duplicación Audiovisual	2,67%	Producción Gráfica	12,00%
Energía	2,67%	Publicidad	2,67%
Embalajes	2,67%	Relaciones Públicas	1,33%
ETT	1,33%	Renting vehículos	1,33%
Importación Promocionales	6,67%	Seguridad	2,67%
Obras e instalaciones	2,67%	Servicios Informáticos	14,67%
Limpieza	4,00%	Suministros audiovisuales	1,33%
Manipulados	2,67%	Viajes	1,33%

El desarrollo del criterio de eficiencia y rentabilidad en nuestra política de compras, elemento fundamental de competitividad de nuestro sector, nos impulsó a implantar un único procedimiento de negociación con proveedores, bajo la coordinación de la Dirección de Compras corporativa que permite atender las singularidades de las Unidades de Negocio a través de su participación en la Mesas de Negociación correspondientes y de la gestión diaria de las compras.

Una herramienta fundamental en este enfoque, es la Plataforma Electrónica de Compras, que facilita los procesos de inscripción, solicitud y homologación de todos nuestros proveedores a nivel mundial, así como su posterior seguimiento y evaluación periódica conforme a los criterios antes expuestos.

Resultados del Análisis de Proveedores (agrupados por áreas temáticas)

Sistemas de Gestión certificados o en proceso de implantación y Códigos voluntarios suscritos	Existencia de procedimientos formales para atender las reclamaciones de los clientes	Marco legislativo	Adecuada Gestión ambiental, controlando los impactos asociados a su actividad	Establecimiento de Códigos o Directrices de Buen Gobierno Corporativo	Integración de variables de Responsabilidad Social en la gestión
61%	88%	98%	81%	89%	78%

Nota: Análisis realizado sobre una muestra de 75 proveedores de 22 servicios diferentes. 50% del volumen de compras.

::: Atención a nuestros lectores, oyentes, espectadores y usuarios

Nuestro enfoque de Responsabilidad Global, en respuesta a la sociedad, no puede hacernos olvidar a su parte más relevante y que nos impulsa y anima en el día a día: los lectores, oyentes, espectadores y usuarios.

Para responder a sus demandas y necesidades como receptores de nuestras actividades productivas y servicios, tenemos establecidos mecanismos directos e indirectos de escucha y recogida de opiniones y sensibilidades, tal y como reflejan las siguientes prácticas ejecutadas por nuestras sociedades:

El País, realiza estudios periódicos mediante paneles de seguimiento, encuestas a lectores y exlectores, encuestas a pie de quiosco y grupos de discusión al finalizar cada promoción para el rediseño del diario.

Por su parte, diario *As* y *Cinco Días* realizan estudios de campo cada tres meses para evaluar el posicionamiento del producto a través de una empresa especializada.

PROGRESA, dispone de un programa de satisfacción de clientes para *La Revista 40*, donde se evalúan las bajas de los suscriptores, analizando el motivo de su desinterés con ánimo de mejorar.

En las cadenas musicales se realizan estudios de campo para conocer los gustos mu-

sicales con una frecuencia que varía según el producto.

La Cadena SER lleva a cabo dos estudios anuales orientados a conocer los gustos del oyente y averiguar los contenidos que les gustaría escuchar.

En función del tipo de programa, existen canales abiertos para enviar comentarios, sugerencias o quejas a través de correos electrónicos que son respondidos en el propio programa diariamente. Adicionalmente, desde el Departamento de Relaciones Públicas de la Cadena SER se atienden las llamadas de atención al oyente.

Las emisoras de Radio Internacional, controlan periódicamente la opinión de la audiencia, manteniendo reuniones periódicas con agencias de publicidad.

Prisacom realiza encuestas periódicas de satisfacción a clientes, especialmente suscriptores, con objeto de realizar mejoras, ajustes o correcciones en los productos o servicios prestados.

En atención a los grupos de interés, destacamos la especial sensibilidad de nuestros medios de comunicación a temas de interés general, favoreciendo en todo momento la participación y el debate de todos los ciu-

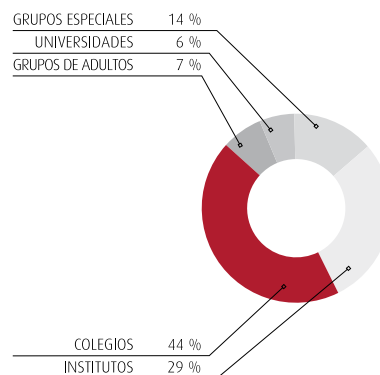
dadanos, como ejemplo de sociedad plural y generalista.

De forma permanente, los distintos medios de comunicación del Grupo disponen de canales institucionales para acoger sugerencias, críticas y quejas. Asimismo, se organizan visitas guiadas a nuestras instalaciones, con la finalidad de acercar nuestro Grupo a todos los colectivos.

Adicionalmente, cada una de nuestras sociedades dispone de mecanismos internos para atender las consultas de sus grupos de interés.

El diario *El País* colabora con diversas instituciones educativas para enseñar y dar a conocer el funcionamiento interno del rotativo, acercando el periódico a sus lectores.

Visitas realizadas al periódico según grupos



Nuestras emisoras de radio, atendiendo al principio de pluralidad, participación y libertad de expresión, ofrecen espacios abiertos al público para opinar sobre temas de actualidad, favoreciendo así el debate social.



::: Autorregulación y Códigos Éticos

En el Grupo PRISA garantizamos la calidad, rigor y transparencia en todos nuestros servicios informativos, suscribiendo para ello diferentes Códigos de Regulación de contenidos y difusión de las informaciones emitidas por todos nuestros medios.

Código de Fomento de Autorregulación:

Orientado a garantizar la protección de los menores frente a contenidos que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, estableciendo, por ello, franjas horarias de protección de 6:00 a 22:00.

Código Ético de Conducta Periodística:

Especialmente desarrollado para CNN+ y Servicios Informativos de Cuatro, estableciendo una serie de normas relacionadas con la práctica periodística, extensible a todos los profesionales que presten servicio para estos medios.

Estatuto de Redacción:

Relacionado con aspectos relativos a la cláusula de conciencia y secreto profesional, garantizando las claves de un periodismo independiente, así como

los procesos de elección de altos cargos directivos del diario *El País*.

Libro de estilo:

Marca las pautas de conducta básicas y esenciales aplicables a los profesionales del diario *As* y *El País*.

Defensor del lector:

Espacio creado por *El País* para garantizar los derechos de los lectores, atender dudas, quejas y sugerencias sobre contenidos del periódico. defensor@elpais.es

Nuestras cadenas musicales evitan menciones expresas sobre temas de contenido que pueda considerarse racista o discriminatorio, con un especial control en horario infantil.

Al margen de los códigos externos suscritos, nuestras emisoras de radio disponen de una autorregulación interna, por la cual se procura no publicitar el alcohol en los programas que emite.



::: Garantías en productos y servicios

En relación al consumidor, todas nuestras sociedades cumplen con la normativa internacional relativa a información y etiquetado de productos, estableciendo cláusulas contractuales de garantía de cumplimiento de normativa específica en las relaciones comerciales con nuestros proveedores.

En este sentido, todos ellos controlan la seguridad y adecuación de los productos suministrados a las empresas del Grupo PRISA. Hasta la fecha, no se ha producido ningún incidente derivado del incumplimiento en materia de seguridad de los productos que comercializamos.

Respecto a nuestras actuaciones de promociones y concursos, se ejecutan en todos los casos siguiendo los procedimientos legales establecidos, depositando las bases ante notario, haciéndolas públicas en su totalidad y respondiendo a las dudas o aclaraciones puntuales que se pudieran dar. En este ámbito no se ha producido ninguna reclamación o incidente derivado de incumplimientos.

Nuestra política de garantías también se desarrolla en el ámbito de la información y contenidos que publicamos o emitimos,

así como en el de la publicidad. Para ello formamos parte de diversas organizaciones de control, con las que tenemos suscritos diversos códigos, y disponemos de Protocolos de Control internos en el Grupo que garantizan su cumplimiento y aplicación en todas las sociedades.

El País es socio de Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) garantizando al consumidor una publicidad veraz, legal, honesta y leal. También suscribe un Código de Conducta comercial del sector publicitario, a través de la Asociación de Medios Publicitarios de España (AMPE).

Las empresas pertenecientes al Grupo de Medios Impresos (GMI), emplean diversos códigos éticos de aplicación directa a su equipo de profesionales, al igual que la Cadena SER, está adscrita también a Autocontrol de la Publicidad (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) y adherida voluntariamente al Código de Transparencia del sector publicitario a través de AMPE.

Nuestras emisoras de Radio Internacional cumplen estrictamente con las disposiciones establecidas en las Leyes de Radio y Televisión.

En cuanto al área digital, Prisacom forma parte de diferentes asociaciones de control de contenidos de sus publicaciones, entre las que destacan Confianza Online, Interactive Advertising Bureau (IAB) y Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC).

En el área comercial de marketing y publicidad, Gestión de Medios (GDM) forma parte de las asociaciones Confianza Online y Autocontrol.

Las garantías de cara a clientes, usuarios o participantes de los cuáles disponemos de datos de carácter personal, están cubiertos mediante Protocolos Internos de Control que aseguran el cumplimiento de las obligaciones legales en materia de Protección de datos y garantizan a los clientes, usuarios y participantes un ejercicio transparente de nuestras actividades.



::: Defensa y respeto de los Derechos Humanos

En los últimos años no hemos sufrido ninguna sanción o multa derivada del incumplimiento de leyes y regulaciones internacionales en materia de corrupción, prácticas monopolísticas, discriminación, competencia desleal, explotación infantil ni atentando contra los Derechos Humanos, respetando los derechos y libertades de todas las personas.

Nuestra visión de Grupo global nos lleva a asumir responsabilidades más allá de nuestras empresas y a evaluar las políticas de nuestros proveedores y promover el respeto a los Derechos Humanos y laborales conforme a los principales acuerdos internacionales.





Medioambiente

70_1
^
^
^



Medioambiente

Somos conscientes de que cualquier actividad de una organización genera impactos ineludibles sobre nuestro entorno y los recursos naturales. Nuestro primer paso ha sido evaluar a fondo dichos impactos, tanto a nivel de Grupo como de sociedades. De este análisis podemos concluir que en el aspecto ambiental es donde se reflejan con más énfasis las singularidades de cada unidad de negocio y de las sociedades que las componen.

Todas estas singularidades nos han llevado a presentar una información ambiental que, si bien recoge el comportamiento como Grupo, analiza las sociedades en particular, teniendo en cuenta las características propias de sus negocios.

Este análisis nos sitúa sobre dos ejes:

:: Una óptima gestión y uso de los recursos, bajo una visión de ciclo de vida de los productos.

:: Un control y minimización de nuestros impactos ambientales potenciales y reales.

Durante este ejercicio nos hemos esforzado en trasladar estas dos grandes consignas a toda la organización y a nuestra cadena de proveedores. Además, hemos iniciado el diseño de un sistema de indicadores ambientales que nos proporcione información de calidad para nuestra gestión.



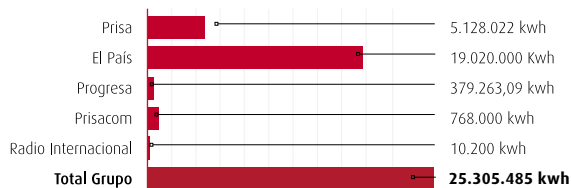
::: Consumos

Energía

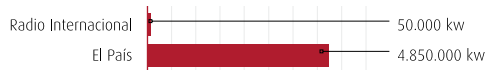
El consumo energético es uno de los principales recursos utilizados a nivel de Grupo y el más relevante en el caso de algunas sociedades que operan con tecnologías (audiovisual, radio, sociedad de la información, etc). De todas las fuentes energéticas, la electricidad es el principal activo, siendo menores los consumos de gasoil y gas, dados los usos a que se destinan (calefacción y agua sanitaria).

La relevancia de nuestro consumo energético también viene dada por ser éste nuestro principal factor causante de emisiones de gases de efecto invernadero.

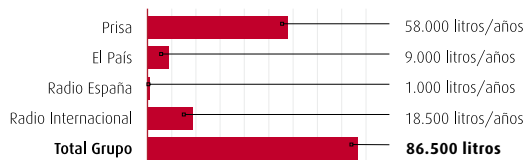
Consumo de electricidad



Consumo de gas



Consumo de gasoil para calefacción



El País ha puesto en marcha un sistema de automatización y control de la climatización proporcionando una mejora del control y una racionalización del consumo energético de los equipos.

Respecto a las estrategias para minimizar y gestionar los consumos de energía, cada sociedad ha adoptado diversas líneas de acción en función de su realidad y de su capacidad, aunque de forma global las sociedades han puesto en marcha programas de sensibilización para racionalizar el uso de la energía y de las emisiones asociadas.

El País ha implantado en su gestión una efectiva campaña de racionalización de recursos, comprometiendo a toda su plantilla en el seguimiento de medidas de optimización energética, consiguiendo grandes ahorros en consumo de energía y materiales.

También se ha puesto en marcha un sistema de automatización y control de la climatización proporcionando una mejora del control y una racionalización del consumo energético de los equipos.

Además de estas iniciativas, el diario *El País*, de forma directa e indirecta (tanto en las plantas propias –Madrid y Barcelona– como en las ajenas), recicla todo el papel sobrante y la devolución de diarios y suplementos.

De forma directa, vende para su recuperación los desechos generados en el proceso de impresión (manta, posteta y papelote), es decir, los residuos iniciales y finales de las bobinas de papel así como los ejemplares defectuosos. Este material se clasifica para su mejor aprovechamiento y es retirado por las empresas recicladoras de los centros de impresión. Anualmente se reciclan unas 5.000 toneladas (60% en plantas propias) de estos materiales.

Al mismo tiempo, las devoluciones de diarios y suplementos son reciclados por empresas cercanas a los centros de recogida de

distribuidores. Este proceso es supervisado por el diario *El País*, mediante la facturación y certificación de las empresas receptoras de dicho material. Este proceso supone reciclar unas 12.500 toneladas de desechos.

Por otro lado, se realiza la recogida, selección y clasificación de otros residuos, tales como las planchas litográficas (de aluminio), tintas, material fotográfico, tóner de impresoras, etc. El aluminio de chapas litográficas, es un aluminio muy puro por lo que su aplicación en el reciclado es bastante amplia, utilizándose para la fabricación de aleaciones de alta pureza o mediante mezcla, para reducir los porcentajes de aleantes presentes en otras chatarras recuperadas. *El País* recicla unas 80 toneladas de este material anualmente.

Aparte de estos residuos habituales en el proceso productivo, también se reciclan aquellos restos de hierro, cobre y demás materiales generados en los procesos de desmantelamiento de rotativas antiguas.

Por último, cuando puntualmente se producen retiradas masivas de materiales con alguna consideración especial en relación con el medio ambiente, como por ejemplo los equipos informáticos, se contratan empresas de gestión de residuos exigiéndose las homologaciones y los certificados de destrucción necesarios.

Se ha llevado a cabo un estudio de viabilidad para la instalación de energía solar fotovoltaica en las oficinas centrales que no ha presentado resultados positivos por dificultades técnicas.

Por su parte, la Radio en España, en su iniciativa por reducir sus consumos, ha llevado a cabo la renovación del sistema de aire

acondicionado, y del sistema de iluminación utilizando equipos de bajo consumo, lo que ha logrado ahorros del 30% y 60% respectivamente, disminuyendo notablemente su impacto ambiental. También, la Radio Internacional, ha conseguido optimizar su consumo en un 17% a través de diversas campañas, como el cambio de equipos transmisores, computadoras y monitores más eficientes y el cambio de lámparas incandescentes por sistemas economizadores de mayor eficiencia.

Sogecable está preparando una Guía de Buenas Prácticas Medioambientales, que recogerá normas para la mejora de la eficiencia energética y el tratamiento de sus residuos.

Agua

Nuestro consumo de agua se debe exclusivamente al uso sanitario de nuestro personal, ya que no disponemos de procesos productivos que requieran el uso de agua en ninguna etapa.

A continuación, mostramos los consumos de agua correspondientes a los centros de trabajo, ubicados en inmuebles propiedad del Grupo PRISA (Gran Vía 32 y Miguel Yuste 40, en Madrid, y Caspe 6-20, en Barcelona).

Consumo en los centros de trabajo más relevantes

Empresa	Consumo de Agua
PRISA	13.500 m ³
EL PAÍS	20.200 m ³
PROGRESA	2.877,78 m ³
RADIO INTERNACIONAL	3.967 m ³

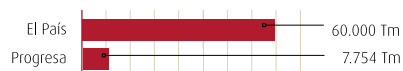


Otras sociedades operan desde inmuebles arrendados y en muchos casos compartidos por lo que resulta difícil presentar datos fiables en la actualidad.

Papel

El papel y cartón, en diferentes formatos, es el consumo principal de todas las sociedades editoras y el más relevante del Grupo en términos de impactos potenciales. Para garantizar una correcta gestión ambiental en el proceso productivo y un uso sostenible del recurso forestal, hemos establecido compromisos con nuestros proveedores de papel, a los que evaluamos de forma periódica.

Consumo de papel



Otros consumos

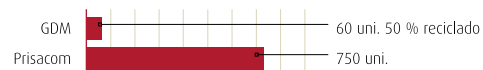
Consumo de tintas



Consumo de planchas



Equipos informáticos



Consumo de tóner



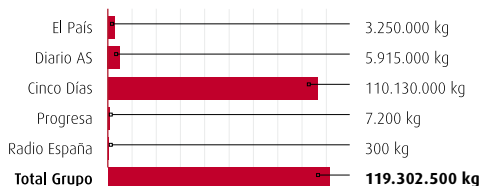
Residuos y vertidos

En todas nuestras sociedades e instituciones identificamos las tipologías y volúmenes de residuos generados.

Sin duda, el más representativo de nuestro negocio y que genera el mayor volumen, es el residuo de papel y cartón, especialmente en nuestras actividades de edición de prensa y revistas.

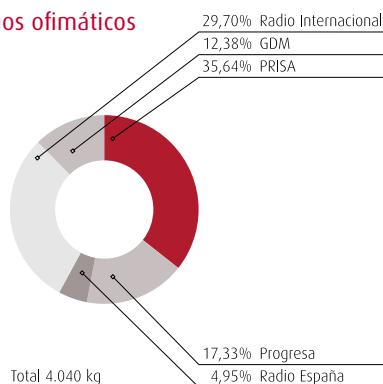
Para abordar esta cuestión con eficiencia, el Grupo tiene implantado un modelo de gestión único para la recuperación del papel (papelote) generado en la fabricación de periódicos, libros o cualquier otro contenido en este soporte, extendiendo la gestión y control sobre aquellos productos puestos en el mercado que no han sido vendidos.

Residuos de papel y cartón

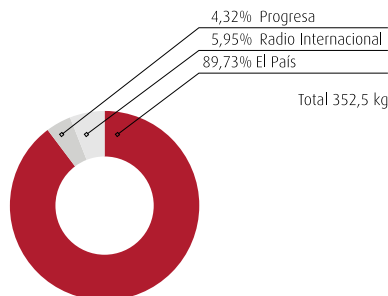


Nuestro modelo de gestión de residuos, hace una clasificación y gestión segregada conforme a la normativa vigente. De todos ellos son relevantes las siguientes tipologías, que se indican en los porcentajes de generación.

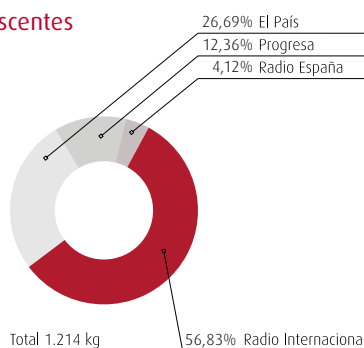
Residuos ofimáticos



Pilas



Fluorescentes



En este apartado destacamos la gestión desarrollada por El País, que por su dimensión es una de las sociedades que generan y gestionan el mayor volumen de todo el Grupo.

Esta gestión conlleva desde el reciclaje de 5.000 toneladas de materiales generados en el proceso de impresión (el 60% se tratan en plantas propias), 12.500 toneladas de desechos de devoluciones de diarios y suplementos enviados a reciclar, y la recogida, selección y clasificación de otros residuos (planchas litográficas, tintas, tóner de impresión, material fotográfico, etc.) para su posterior reciclaje por empresas gestoras autorizadas.

Residuos urbanos y peligrosos generados por *El País*

RESIDUOS URBANOS		RESIDUOS PELIGROSOS	
Residuo	Cantidad (en Kg)	Residuo	Cantidad (en Kg)
Papel y cartón	3.250.000	Tintas	2.493
Películas	6.600	Disolventes	48.234
Residuos domésticos y similares	402.000	Líquidos preimpresión	64.147
Planchas	94.000	Fluorescentes	324
		Pilas	249

Por su parte, Sogecable ha disminuido notablemente el empleo y almacenamiento de soportes audiovisuales de plástico no reciclables, y ha optado por un sistema de transporte de materiales de audio y vídeo en forma de archivos digitalizados, reduciendo la generación de residuos ofimáticos.

Los vertidos de aguas residuales de todas las instalaciones del Grupo se realizan a la red de saneamiento no habiendo ningún vertido o derrame accidental, contando en todos los casos con las correspondientes autorizaciones y licencias administrativas.

::: Emisiones y gases de efecto invernadero

La naturaleza de nuestras actividades e instalaciones implica que nuestras emisiones a la atmósfera no son relevantes. No disponemos de procesos productivos que emitan gases contaminantes y los sistemas de calefacción de nuestros edificios funcionan mayoritariamente con energía eléctrica.

En aquellos edificios propios gestionados por PRISA Inmobiliaria, en los que existen sistemas de calefacción a gasoil, los focos son controlados por entidades autorizadas de control atmosférico, garantizando en todo momento los niveles legislativos.

Respecto a las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y especialmente las de CO₂, se encuentran entre nuestros principales aspectos de control estratégico.

Un análisis exhaustivo de estas emisiones nos ha permitido identificar dos grandes fuentes de generación: las asociadas a consumo energético proveniente de la red eléctrica y las generadas por las emisiones de vehículos relacionadas con el transporte y distribución de nuestros diarios y revistas.

Emisiones CO₂:

Por consumo eléctrico: 11.664 Tm CO₂
 Por consumo de gasóleo: 168 Tm CO₂
 Por consumo de gas natural : 975 Tm CO₂
 Por transporte (2.767.472 Km/año): 612Tm CO₂

TOTAL GRUPO: 13.419 Tm de CO₂

Datos obtenidos en función de los consumos recogidos en esta memoria.

Fuente de cálculo: Informe Inventarios GEI 1990-2004



Nuestra preocupación por el medioambiente se ve reflejada a la hora de cumplir con la legislación ambiental vigente.

Nuestras sociedades no han sido sancionadas por infracciones en este campo durante los últimos ejercicios, incluido 2007.

::: Gestión respetuosa con el entorno y cumplimiento legislativo

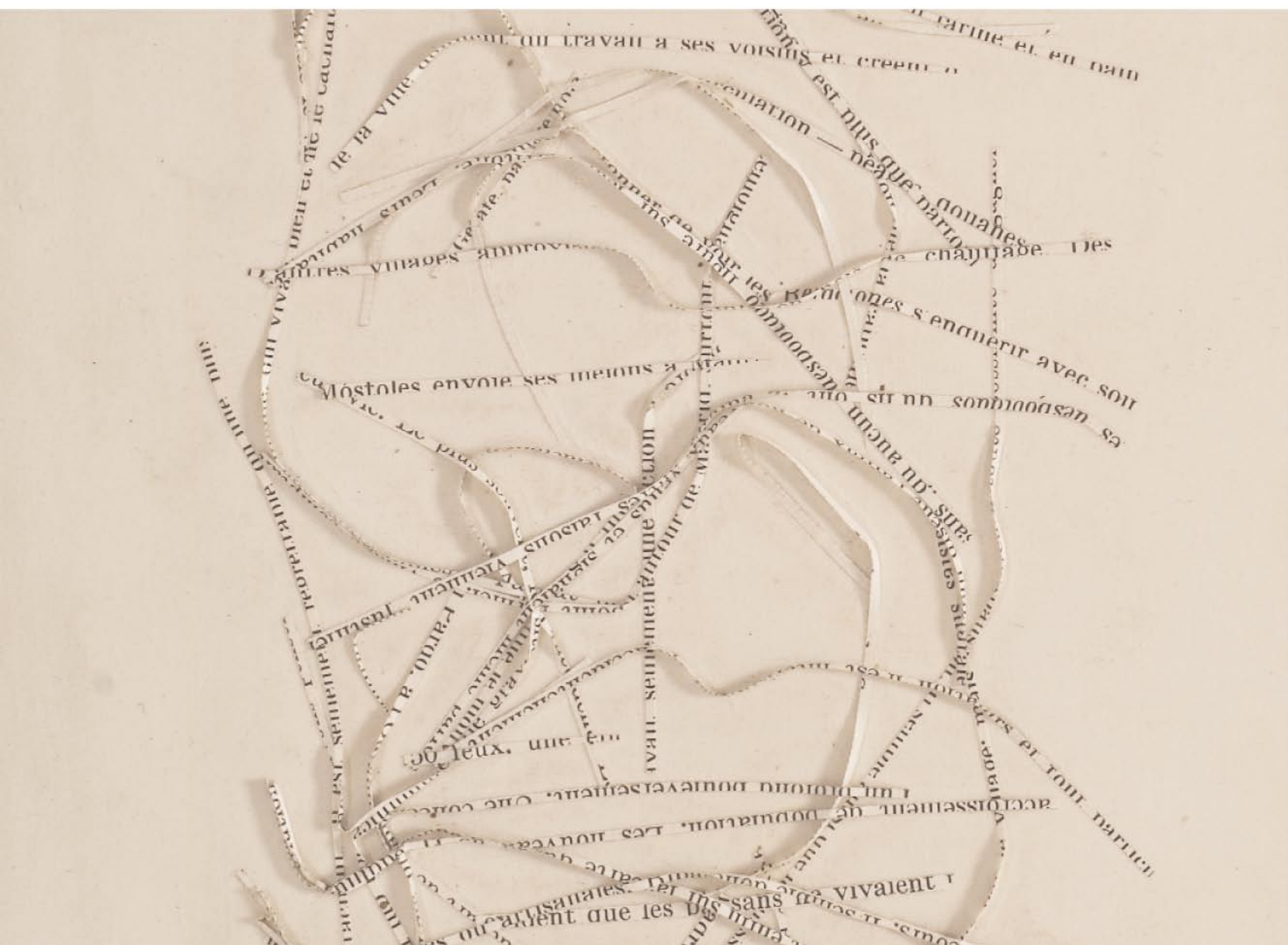
Todas las actividades desarrolladas por el Grupo PRISA se desarrollan en suelo urbano, no afectando por tanto a espacios naturales o especies protegidas ni a áreas de alta biodiversidad.

Las antenas o torres repetidoras de señales radioeléctricas pertenecientes o gestionadas por nuestras compañías de radio y audiovisual, no producen ningún tipo de con-

taminación electromagnética nociva para la salud, realizándose los pertinentes estudios de impacto ambiental antes de su instalación, así como los controles estipulados por la legislación industrial y ambiental.

A lo largo del ejercicio 2007 no se han producido inversiones de mejora ambiental relevantes, salvo las realizadas por *El País* en la dotación de equipos que ayudan a reducir la generación de residuos (Sistemas CTP), suponiendo una inversión total de 1.114.583 euros.





Correlación de indicadores con la Guía GRI-G3

Anexo I: Correlación de indicadores con la Guía GRI

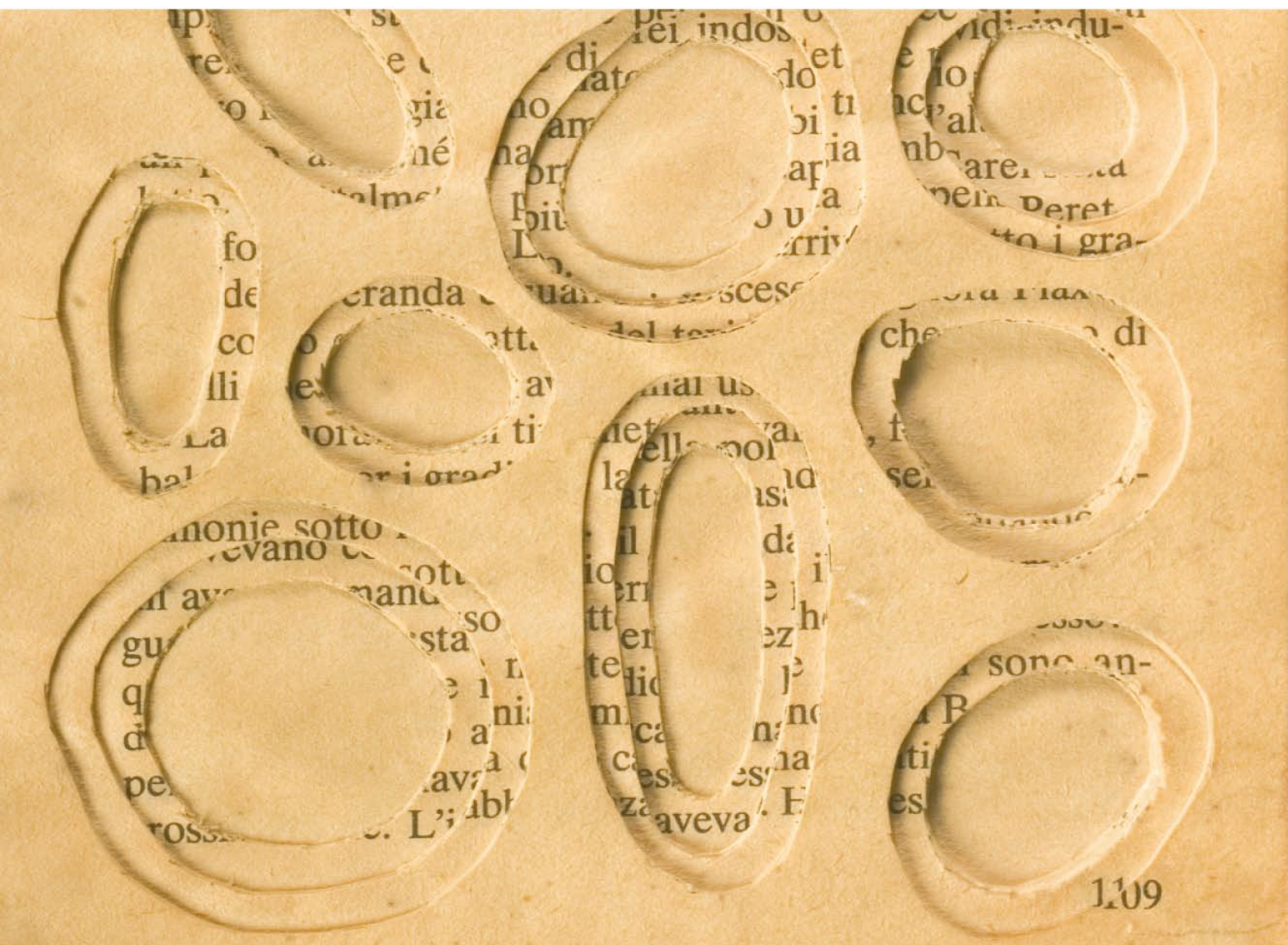
Según los criterios Metodológicos de la Guía GRI 2006 (G3) para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, detallamos en la siguiente tabla adjunta, las correspondencias de los indicadores de esta Guía con los capítulos de la Memoria de Responsabilidad Corporativa del Grupo PRISA, donde se ven reflejados cada uno de ellos de manera directa o indirecta.

CAPÍTULO	ÁMBITO	ASPECTO	INDICADOR GRI (G3)	PÁGINA MEMORIA RC
1. Visión y estrategia			1.1	Carta del Presidente
			1.2	28, 29
2. Perfil de la Organización			2.1	Carta del Presidente
			2.2	39 - 72
			2.3	21 - 23
			2.4	21 - 23
			2.5	40, 41
			2.6	39
			2.7	39 - 41
			2.8	42 - 48, 83
			2.9	8 - 13
			2.10	8 - 13

CAPÍTULO	ÁMBITO	ASPECTO	INDICADOR GRI (G3)	PÁGINA MEMORIA RC
3. Parámetros de la Memoria	Perfil de la Memoria		3.1	34 - 35
			3.2	34 - 35
			3.3	34 - 35
			3.4	160
	Alcance y cobertura de la Memoria		3.5	34 - 35
			3.6	34 - 35
			3.7	34 - 35
			3.8	34 - 35
			3.9	34 - 35, 150
			3.10	34 - 35
			3.11	34 - 35
	Índice de Contenido GRI		3.12	5
	Verificación		3.13	n/d
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	Gobierno		4.1	22 - 23
			4.2	22 - 23
			4.3	22 - 23
			4.4	24 - 33
			4.5	24 - 33
			4.6	24 - 33
			4.7	24 - 33
			4.8	16 - 17, 134
			4.9	24 - 33
			4.10	24 - 33
	Compromisos con iniciativas externas		4.11	28 - 29
			4.12	110 - 115
			4.13	122 - 123
	Participación de los grupos de interés		4.14	18 - 20, 160
			4.15	18 - 20, 160
			4.16	18 - 20, 160
			4.17	18 - 20, 160

CAPÍTULO	ÁMBITO	ASPECTO	INDICADOR GRI (G3)	PÁGINA MEMORIA RC
5. Indicadores de Actuación	Económico	Desempeño económico	EC1	Cuentas (individuales y consolidadas), 42, 47
			EC2	Cuentas (individuales y consolidadas), 42, 47
			EC3	Cuentas (individuales y consolidadas), 42, 47
			EC4	Cuentas (individuales y consolidadas), 42, 47
		Presencia en el Mercado	EC5	Cuentas (individuales y consolidadas)
			EC6	128 - 131
			EC7	128 - 131
		Impactos económicos indirectos	EC8	110 - 114
			EC9	n/d
	Ambiental	Materiales	EN1	147
			EN2	147
		Energía	EN3	144 - 146
			EN4	144 - 146
			EN5	144 - 146
			EN6	144 - 146
			EN7	144 - 146
		Agua	EN8	146 - 147
			EN9	146 - 147
			EN10	n/d
		Biodiversidad	EN11	152
			EN12	152
			EN13	152
			EN14	152
			EN15	152
		Emisiones, vertidos y residuos	EN16	150 - 151
			EN17	150 - 151
			EN18	150 - 151
			EN19	150 - 151
			EN20	150 - 151
			EN21	148 - 149
			EN22	148 - 149
			EN23	149
			EN24	148 - 149
			EN25	149
		Productos y servicios	EN26	148 - 149
			EN27	145, 148 - 149
		Cumplimiento normativo	EN28	152
		Transporte	EN29	128, 131, 150 - 151
		General	EN30	149 - 152

CAPÍTULO	ÁMBITO	ASPECTO	INDICADOR GRI (G3)	PÁGINA MEMORIA RC
5. Indicadores de Actuación	Laboral y Ética en el trabajo	Empleo	LA1	83 - 84
			LA2	83 - 84
			LA3	83 - 84
		Relaciones empresa/trabajadores	LA4	n/d
			LA5	83 - 89
		Salud y seguridad en el trabajo	LA6	89
			LA7	89
			LA8	89
			LA9	89
			Formación y educación	LA10
		LA11		86 - 87
		LA12		86 - 87
		Diversidad e igualdad de oportunidades		LA13
			LA14	87
6. Derechos Humanos	Prácticas de inversión y abastecimiento	HR1	127 - 128	
		HR2	127 - 128	
		HR3	127 - 128	
		No discriminación	HR4	138
		Libertad de asociación y convenios colectivos	HR5	138
		Explotación infantil	HR6	138
		Trabajos forzados	HR7	138
		Prácticas de seguridad	HR8	n/d
		Derechos de indígenas	HR9	n/a
7. Sociedad	Comunidad	S01	138	
	Corrupción	S02	138	
		S03	138	
		S04	138	
		S06	138	
	Política pública	S05	138	
	Comportamiento de competencia desleal	S07	138	
	Cumplimiento normativo	S08	138	
8. Responsabilidad sobre productos	Salud y seguridad del cliente	PR1	138	
		PR2	138	
	Etiquetado de productos y servicios	PR3	138	
		PR4	138	
		PR5	132 - 133	
	Comunicaciones de marketing	PR6	138	
		PR7	138	
	Privacidad del cliente	PR8	137	
	Cumplimiento normativo	PR9	137	



Contacto y relaciones con grupos de interés

Anexo II: contacto y relaciones con grupos de interés

PRISA Centro Corporativo

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

Oficina de Relación con Inversores

Tel: +34 913 301 119
Fax +34 913 301 088
eMail: ir@prisa.es

Oficina de Atención al Accionista

Tel: +34 913 301 174
Fax +34 913 301 070

La Oficina del Autor

Tel: +34 913 301 147
Fax +34 915 241 810
eMail: info@laoficinadelautor.com

Dirección: PRISA

Asistencia técnica: www.valoraconsultores.com

Diseño gráfico y maquetación: Creacción. Imagen y comunicación global

Fotografía de *El País* para ARCO: Raúl Barbolla

Fotografía de Mario Vargas Llosa: Fiorella Battistini

Las obras reproducidas en este libro son creaciones de Ana Sánchez

