



Grupo Clarín

Mercado

El Grupo Clarín es el grupo de medios de comunicación líder en la Argentina y uno de los principales de habla hispana. De origen, capital mayoritaria y gerenciamiento argentinos, tiene presencia en medios escritos, radio, televisión por aire y cable, producción audiovisual, industria gráfica e Internet. Las empresas en las que participa emplean a alrededor de 8.000 personas y poseían, a fines de 2004, una facturación anual conjunta de aproximadamente \$ 2.150 millones.

La historia del Grupo se inicia en 1945, año de la fundación del diario Clarín, por Roberto Noble. Dirigido desde 1969 por su esposa, Ernestina Herrera de Noble, Clarín es hoy uno de los diarios de mayor circulación del mundo en idioma español.

A fines de 1980, el diario lideró un proceso de expansión a través del cual accedió al mundo de la radio y la televisión.

De esta manera, dio los primeros pasos que permitieron la creación del actual Grupo Clarín.

En palabras de su directora, el compromiso del Grupo se resume en una premisa: "Servir a la gente todos los días, asumiendo la función de informar, opinar y entretener con la identidad y los valores que nos caracterizan".



En este sentido, la estrategia editorial y empresarial de sus medios están sustentadas en la independencia, el pluralismo, la innovación, la cercanía con la gente y el compromiso con el país.

Los medios del Grupo se distinguen por brindar productos y servicios que privilegian la calidad y el respeto por el público. Sus empresas elaboran cuidadosamente los contenidos periodísticos y trabajan para asegurar niveles de precisión y claridad que cumplan con sus estándares profesionales.

Difundiendo información de manera honesta e independiente, el Grupo trabaja día a día para satisfacer y consolidar el derecho a la información de la ciudadanía.

Logros

El Grupo Clarín y sus empresas tienen una posición de liderazgo en el mercado nacional. Millones de argentinos eligen cada día sus productos y contenidos. Sus medios encabezan los índices de credibilidad del periodismo argentino. De los 15 primeros puestos del ranking general de credibilidad, 10 corresponden a medios y periodistas del Grupo Clarín, según un estudio realizado en 2004 por la Consultora de Investigación en Opinión Pública y Medios (CIO). Sus medios apuntan a desarrollar un periodismo centrado en la gente, que está a su servicio y funciona como portavoz de sus demandas y necesidades.

Diariamente, los periodistas del Grupo reciben inquietudes, difunden ejemplos y generan espa-

cios para contribuir a la solución de los problemas cotidianos.

El servicio público se combina con la incansable búsqueda de la verdad, independencia, pluralismo de opinión, rigor periodístico y calidad editorial, y se refleja en el tratamiento cotidiano de las noticias.



Desde sus orígenes, el Grupo también lleva adelante una intensa actividad comunitaria, como otra faceta de su responsabilidad social empresarial. Esta tarea se canaliza a través de la Fundación Noble, que viene trabajando sin pausa en la promoción de la misión de los medios de comunicación como canales de educación y cultura.

Además de organizar y patrocinar múltiples pro-



1945
El 28 de agosto nace Clarín, bajo la dirección de "un hombre de acción para la solución argentina de los problemas argentinos". Su fundador es Roberto Noble, periodista, abogado y legislador.



1950
El diario gana rápidamente la adhesión del público, con su estilo sagaz, directo y a su vez fiel de su afición periodística y comercial.



1965
Clarín se convierte en el diario de mayor circulación de la ciudad de Buenos Aires.



1966
Nace la Fundación Noble, con el fin de profundizar la función social de los medios a través de la promoción de valores como la educación y la cultura.



1967
Clarín se alista al primer diario argentino en hacer una revista semanal.



1969
Tras la muerte del fundador, su esposa, Ernestina Herrera de Noble, asume la dirección del diario.



1969
Clarín se prepara en la incorporación de suplementos diarios de diversos temas.



1976
Se inaugura la planta de impresión color Artes Gráficas Búsqueda, iniciando el proceso de integración vertical del diario.



1990
El Grupo Clarín inicia su etapa de integración horizontal con la adquisición de Radio Mitre, una de las principales frecuencias radiofónicas.



1990
Antes empresa del Grupo, pasa por concurso la televisión de Canal 12, una de las cuatro canales de TV abierta de Buenos Aires.



1991
Se inicia la participación del Grupo en la producción y transmisión de eventos deportivos.



1992
El Grupo logra el mercado de la televisión por cable con Multicanal, que va ganando cobertura en varias partes del país.



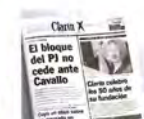
1993
Antes local con emisiones de cable de producción propia, "Noticias", un canal informativo 24 horas, y Video.



1993
Viene un canal dedicado a difundir contenidos de actividades deportivas de todos los deportes.



1994
Clarín inicia un proceso de rediseño integral, que incluye el rebranding de su revista, bajo el nombre Más. Aparece Elé Argentina, editado por el Grupo Clarín bajo licencia de Hachette Filipacchi de Francia.



1995
El diario celebra sus 50 años. Se presenta públicamente el Grupo Clarín y se discuten el plan y el progreso.
Antes se inicia en producción de cine.



1997
Se conforma Clarín como sociedad por acciones de inversión del país. La empresa es Grupo Clarín, la heredera y el Grupo Clarín de la ciudad.



1998
Clarín Radio Buenos Aires inicia la transmisión en la banda FM del sistema de radio.



1999
El Grupo Clarín se expande como líder del sistema. Gestiona Radio, el servicio de televisión por cable de Buenos Aires, y el Grupo Clarín como resultado de una inversión de \$ 100 millones.



2000
Antes se inicia a Pal 14, prestigioso productor audiovisual. Además, pasa a Clarín y a Televisión, pasando en Pal 14, una de las principales empresas comunicacionales locales.



2000
El Grupo adquiere la mayoría accionaria del tradicional periódico La Nación. Abren en el mercado de la prensa gráfica.
Primera cobertura por internet con el lanzamiento de Clarín Online en Brasil y México.



2001
Antes viene un presupuesto nacional, con la participación en las elecciones de Clarín y Clarín de Buenos Aires.



2001
Los grupos argentinos Clarín y Telcel crean Imagen, empresa dedicada a la impresión web y a la distribución de documentos.
Nace Búsqueda Compartida con el fin de brindar servicios de sistema administrativo al Grupo y a terceros.



2002
Nace y Ecosistema Argentino, una nueva empresa del Grupo, lanza Farfugli, magazineo digital y a tiempo abierto.
Nace el Diario de Arquitectura de Clarín.

gramas y actividades, la Fundación brinda su apoyo y lleva adelante, en forma permanente, numerosas acciones educativas, culturales y solidarias.

Historia

El espíritu que guió la fundación del diario Clarín es el mismo espíritu que, años más tarde, continúa motorizando el crecimiento del Grupo en su conjunto.

A principios de los '90, el diario incursionó en el mundo de la radio y la televisión. Hoy el Grupo es titular de uno de los dos canales de televisión abierta líderes de la Argentina (ARTEAR/ Canal Trece) y de estaciones de radio en AM (Mitre) y FM (99.9).

El Grupo también edita, desde el año 1994, la edición local de la revista Elle, bajo licencia de Hachette Filipacchi de Francia. En 1996 fundó Olé, el primer y único diario deportivo de la Argentina. Dos años después lanzó al mercado la revista infantil Genios. Luego sumó Jardín de Genios y Enseñar.

El Grupo posee una de las plantas de impresión más importantes de Sudamérica (AGR) y participa en una red de diarios regionales (CIMECO), en la industria papelera (Papel Prensa) y en una agencia de noticias nacionales (DyN).

En el mundo audiovisual, produce señales de cable (Todo Noticias y Volver, entre otras), canales y eventos deportivos (TyC Sports), ciclos televisivos y obras cinematográficas (Pol-ka, Patagonik e Ideas del Sur).

El Grupo ganó presencia en la distribución de contenidos a través de Multicanal, uno de los dos mayores sistemas de cable de América Latina, y recientemente adquirió una participación minoritaria indirecta en Cablevisión.

Internet también constituye una apuesta estratégica. La empresa PRIMA nació en 1997 y es líder en la provisión de acceso y contenidos de Internet, con presencia en la Argentina y otros países de la región. Además, los sitios del Grupo reúnen más de la mitad del caudal de visitas a sitios locales en la red.

En diciembre de 2000, el Grupo Clarín sumó La Razón, el diario pionero de la prensa gratuita del país.

En varios de sus emprendimientos, está asociado a destacados grupos y compañías de comunicaciones argentinas e internacionales.

En julio de 1999 se constituyó como sociedad anónima (Grupo Clarín S.A.), compañía en la que se consolidaron las participaciones que en las diferentes empresas poseían hasta esa fecha sus accionistas mayoritarios.

El 27 de diciembre de 1999, Goldman Sachs, uno de los bancos de inversión líderes en el mundo, ingresó a Grupo Clarín S.A. como socio minoritario, con un 18% de participación. La inversión representó un paso importante en el objetivo de consolidación y apertura gradual de su capital.

Producto

Los medios de comunicación constituyen la actividad central del Grupo Clarín.

A lo largo de todos estos años, el Grupo ha crecido y se ha diversificado, siempre teniendo como eje los contenidos y su distribución. Vivió todas las transformaciones del sector de los medios y del país, adaptándose a los cambios, innovando, arriesgando y evolucionando.

Inicialmente llevó adelante una etapa de expansión vertical, destinada a satisfacer las necesidades periodísticas y de producción del diario. Luego protagonizó un proceso de integración horizontal, que le permitió acceder al mundo audiovisual, aprovechando la experiencia vivida en la generación de contenidos.

En los últimos años, el Grupo sumó nuevos y exitosos emprendimientos en áreas como la digital y las telecomunicaciones. En cada uno de estos segmentos el Grupo se distingue por brindar productos y servicios que privilegian la calidad y el respeto por el público.

Desarrollos recientes

Como nuevos emprendimientos se destacan Ferias y Exposiciones Argentinas, una empresa dedicada a la organización de eventos masivos. Entre otras iniciativas, todos los años organiza Feriagro, una megamuestra agropecuaria, considerada "la vidriera del campo argentino".

En el último tiempo, el Grupo también lanzó Gestión Compartida, una compañía proveedora de servicios administrativos y de soporte a empresas.

Como parte de su compromiso con la educación, en noviembre de 2004 nació Tinta Fresca, la editorial de textos escolares del Grupo. La misma ya editó 27 libros para los distintos ciclos del sistema educativo. En pocos meses, la editorial logró vender el equivalente al 10 % del mercado de libros de textos en la Argentina.

Promoción

El compromiso con el país y con la sociedad argentina son los ejes centrales sobre los que se construyen las campañas institucionales del Grupo Clarín. Muchas de ellas también resaltan un valor clave: la cercanía con la gente.

A través de sus acciones institucionales, el Grupo expresa claramente el rol que ocupa en la sociedad. En primera medida, reafirma la misión de sus medios de informar diariamente con rigor y honestidad y de brindar entretenimiento, educación y cultura con altos niveles de calidad.

Más allá de estas funciones indelegables, el Grupo también da cuenta de su compromiso con la comunidad. Lo hace a través de campañas que muestran las iniciativas que desarrolla en los campos de la educación, la solidaridad y la cultura.

Valores de la marca

El Grupo impulsa el crecimiento y la innovación tecnológica y orienta sus actividades desde una visión ecuánime y pluralista. En este sentido, asume cotidianamente el compromiso de brindar una comunicación honesta e independiente, ejercida con responsabilidad profesional, ofreciendo a sus públicos una visión completa y actualizada de la realidad.

Las empresas que integran el Grupo se proponen fortalecer las instituciones que sustentan el sistema democrático, facilitando la discusión de los grandes temas y promoviendo el debate y la comunicación entre los distintos sectores de la sociedad.

www.grupoclarin.com

Lo que usted no sabía sobre
Grupo Clarín

- El Grupo Clarín, junto con la Universidad de San Andrés, y con la colaboración de la Universidad de Columbia (Estados Unidos) y Bologna (Italia), creó un posgrado del más alto nivel académico: la Maestría Internacional en Periodismo. En ella dictan clases prestigiosos profesores argentinos y extranjeros. La maestría da cuenta de la labor educativa del Grupo y su preocupación por los estándares profesionales.
- Para acercar a los más chicos al mundo de los medios de comunicación, el Grupo está presente en el Museo de los Niños, un proyecto de vanguardia situado en el Abasto de Buenos Aires. En lo que es una ciudad en miniatura, el Grupo enseña a los más pequeños cómo se trabaja en periodismo gráfico, televisión, radio e Internet.



1978
Comienza la producción Papel Prensa, la primera fábrica argentina de papel para diarios, de la cual Clarín es socio.



1982
Nacen dos diarios argentinos, entre ellos Clarín, conforman la agencia de noticias DyN.



1985
Clarín se convierte en el diario de mayor circulación del mundo en toda Hispania.



1996
Clarín es pionero en Internet. Conectar sus contenidos y actualización permanente, es el sitio argentino más visitado.



1996
Con su gran éxito se lanza Olé, el primer diario deportivo de la Argentina.



1997
Nace Prima, empresa del Grupo dedicada a brindar acceso a Internet y servicios administrativos digitales. De línea al portal Ciudad Buenos Aires.



2003
Clarín se convierte en pionero. Desde su línea la revista de cultura El.



2004
Clarín lanza las revistas Perros (comunidad de emprendedores) y Enseñar (para docentes). Ferias y Exposiciones organiza Exposiciones, evento de actualización y capacitación docente.



2005
Nace Tinta Fresca, la editorial de libros escolares del Grupo Clarín.