



PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

THE WALT DISNEY COMPANY ADQUIERE CLUB PENGUIN

KELOWNA, British Columbia y BURBANK, California – 1ro de agosto de 2007 – Como parte de su estrategia de crecimiento a largo plazo a través de la aplicación de nuevas tecnologías a la creación y distribución global de entretenimiento familiar de alta calidad, The Walt Disney Company (NYSE: DIS) adquirió Club Penguin, uno de los mundos virtuales en línea para niños que más ha crecido en los últimos años. La incorporación de Club Penguin a los productos online que Disney posee en la actualidad fortalecerá aún más el objetivo de la empresa de establecer un claro liderazgo en la industria de los mundos virtuales para niños y familias.

Desde su lanzamiento en octubre de 2005, el galardonado mundo de Club Penguin ha superado los 700.000 socios. Y dicho crecimiento fue alcanzado con muy pocas acciones de marketing, ya que la empresa optó por utilizar un producto fuerte y la comunicación “boca en boca” entre los niños para promocionarse. El sitio posee más de 12 millones de usuarios, la mayoría de los cuales residen en Estados Unidos y Canadá, y es uno de los productos online para niños que más han crecido. El sitio presenta coloridos pingüinos animados que habitan un mundo virtual cubierto de nieve que conversan con otros usuarios, participan en actividades grupales y crean y decoran su “casa” virtual con monedas que ganan en los juegos.

“Esta adquisición coincide con nuestra estrategia de aprovechar la tecnología para crear y ofrecer entretenimiento de alta calidad en todo el mundo y con nuestro compromiso de invertir nuestro capital para generar mayor crecimiento y valor para nuestros accionistas”, dijo Bob Iger, presidente y director ejecutivo de Disney. “Club Penguin tiene principios de que para Disney son de extrema importancia: proveer entretenimiento de alta calidad para la familia y aumentar la confianza de los padres. Los fundadores de Club Penguin han incorporado nuevas tecnologías y creatividad para crear una experiencia de entretenimiento atractivo, increíble e irresistible para los niños y sus familias. Tal como sucede con Disney.com, los chicos aman Club Penguin y los padres confían en él, por ese motivo Disney está orgullosa de recibir al equipo creativo de Club Penguin. Si combinamos la creatividad y el conocimiento del equipo de Club Penguin con nuestros valores ya existentes, podremos alcanzar nuestro objetivo de establecer un claro liderazgo en todo el mundo en la industria de los mundos virtuales online para niños y familias”.

“Estábamos buscando una organización que no sólo compartiera nuestros valores y preocupaciones por los niños, sino que también fuese capaz y deseara ayudarnos a acercar Club Penguin a más niños en todo el mundo. Encontramos en Disney ese aliado que buscábamos”, afirmó Lane Merrifield, uno de los tres fundadores de Club Penguin. “Dado que



tuve la oportunidad de trabajar en el parque de Disney en Anaheim, siempre sentí un gran respeto por lo que Walt creó. Cuando imaginó Disneyland por primera vez, pensó en un lugar seguro del que él y sus hijas pudieran disfrutar. Desde el momento que creamos Club Penguin, compartimos esa misma pasión y seguimos la visión de Walt con la esperanza de crear un espacio online único que nuestros hijos pudieran visitar con nuestra total tranquilidad”, agregó.

Club Penguin, que de ahora en más llevará el nombre Disney’s Club Penguin , mantendrá su mismo dominio en Internet (www.clubpenguin.com) y sus oficinas principales permanecerán en Kelowna, British Columbia, Canadá. Los tres fundadores de la empresa, Lane Merrifield, Dave Krysko y Lance Priebe, se incorporarán a Disney y conservarán sus puestos como directores del equipo de dicha de unidad de negocios. Merrifield, director ejecutivo de Club Penguin, se convertirá en vicepresidente ejecutivo de Walt Disney Internet Group (WDIG), y reportará a Steve Wadsworth, actual presidente de dicha división. Disney no tiene previsto realizar cambios en lo inmediato respecto del funcionamiento o el modelo de negocios de Club Penguin.

“Lo que Lane, Dave y Lance han logrado con la creación de una comunidad tan grande en torno de este ambiente increíble en tan poco tiempo es fenomenal”, aseguró Wadsworth. “Recibimos con mucho entusiasmo su cultura única e incomparable, y tanto ellos como nosotros estamos ansiosos por ver qué puede surgir de la combinación de sus ideas innovadoras con lo que Disney ya posee: la fuerza de la marca, los recursos del entretenimiento, el alcance global y el liderazgo de Disney.com entre niños y familias. Esperamos que Club Penguin continúe creciendo en el futuro, especialmente con la incorporación de nuevos mercados fuera de Norteamérica y la utilización de nuestras plataformas marca Disney para promocionarse”, afirmó.

Para Disney, la incorporación de Club Penguin corona un año de éxitos en la industria de los espacios online de la marca. A principios de 2007, la compañía lanzó la nueva versión de Disney.com, que continúa liderando el segmento de niños y familias. Mediante la utilización de las últimas tecnologías de banda ancha, el nuevo Disney.com ofrece todos los productos marca Disney en un solo sitio, e incluye videos on demand, juegos (inclusive juegos virtuales masivos multijugador o MMOG), aspectos de comunidad, redes sociales, contenido generado por el usuario y la posibilidad de crear listas de medios individuales; todo ello en un ambiente diseñado para niños teniendo en cuenta su seguridad.

Disney fue una de las primeras empresas que ingresaron al mundo virtual para niños y familias con la presentación de Disney’s Toontown Online en 2003, el primer juego virtual para multijugadores destinado a niños y familias. Este año, Disney lanzará el mundo virtual de Piratas del Caribe y en 2008 debutará Disney Fairies, un mundo virtual para niñas basado en Tinker Bell (Campanilla) y sus amigas, que se agrega al popular sitio Disneyfairies.com que fue lanzado en enero de 2007. DisneyFairies.com les permite a los usuarios crear, vestir y ponerle nombre a las hadas; también pueden obtener y decorar la casa del hada, todo dentro del mundo de Tinker Bell. Al momento, se han creado aproximadamente 2,5 millones de hadas.



Suite 500 – 1628 Dickson Avenue
Kelowna, BC V1Y 9X1 CANADA

www.clubpenguin.com

Como parte de su estrategia, Disney tiene planeado desarrollar una red de entretenimiento online que les permita a los usuarios acceder a contenidos de la marca tales como mundos virtuales, juegos y videos de Disney.com en cualquier momento y desde cualquier lugar, además de comunicarse con otros usuarios de diferentes plataformas a través un centro de conexión o Hub en Internet conectado a las PCs a los y dispositivos móviles, como celulares y plataformas de juegos.

Hasta el momento, la mayoría de los usuarios de Club Penguin residen en los Estados Unidos, el Reino Unido y Canadá. Con los recursos y la experiencia de Walt Disney Internet Group, Club Penguin tiene planeado crear versiones internacionales tanto en Europa y Asia como en el continente americano. A tal fin, los directivos de WDIG y Club Penguin explorarán nuevas formas de integrar Club Penguin a la red de entretenimiento online de Disney.

Si bien en principio está diseñado para niños ente 6 y 14 años, Club Penguin está abierto a todas las edades. Al igual que los otros mundos virtuales de Disney, ofrece un modelo de uso al estilo "VIP", ya que los usuarios pueden jugar en forma gratuita por tiempo ilimitado y disfrutar de algunas salas del mundo virtual y sus funciones, pero para adquirir una determinada posición en el juego, aprovechar ciertas funciones o comprar diferentes artículos como muebles para los iglús, los usuarios deben adquirir una membresía que cuesta \$5.95 dólares mensuales ó \$57.95 dólares anuales. Club Penguin no sólo se financia con la venta de membresías sino también de productos de consumo, tales como peluches de pingüinos y puffles, remeras y tarjetas de regalo.

Acerca de The Walt Disney Company

The Walt Disney Company (NYSE:DIS), junto con sus sucursales y empresas afiliadas, es una empresa internacional líder en la industria de diversas formas de medios y entretenimiento para la familia que posee cuatro unidades de negocios: Media Networks, Parks & Resorts, Studio Entertainment y Consumer Products. Disney es una de las 30 empresas que conforman el índice Dow Jones. En su último ejercicio fiscal, sus ingresos anuales ascendían a 34.000 millones de dólares y, según su balance al 31 de julio de 2007, su capitalización de mercado equivale a aproximadamente 65.000 millones de dólares.

Acerca de Walt Disney Internet Group

Walt Disney Internet Group (WDIG) ofrece una combinación atractiva de entretenimiento interactivo, contenido informativo y servicios para Internet y dispositivos móviles para todo el mundo. WDIG desarrolla tanto experiencias nuevas y únicas con medios audiovisuales



especialmente diseñadas para Internet y dispositivos móviles, como nuevas plataformas de distribución de contenidos seleccionados de las amplias divisiones y bibliotecas de entretenimiento que The Walt Disney Company posee.

Su objetivo principal consiste en proveer un ambiente seguro para que los consumidores puedan experimentar la marca Disney en cualquier momento y lugar mientras se mantienen informados y entretenidos; forman comunidades junto con otros fanáticos de Disney y adquieren productos y servicios. WDIG abarca una incomparable diversidad de contenidos y aplica sus mejores prácticas a Internet y a la tecnología móvil, generando múltiples fuentes de ingresos que varían desde ofertas de contenido “premium” hasta publicidad y comercio electrónico. Su amplio portafolio de productos y servicios incluye marcas como Disney.com, Family.com, Movies.com y mDisney mobile entertainment. Asimismo, el servicio de telefonía celular de WDIG es el primer servicio amplio de celulares que contiene aplicaciones especialmente diseñadas para satisfacer las necesidades de niños y padres. WDIG ofrece su liderazgo estratégico, su experiencia en la creación de negocios y su plataforma tecnológica de última generación a todas las propiedades de Internet de The Walt Disney Company, entre las que se destacan marcas líderes como ESPN.com, ABC.com y ABCNEWS.com. WDIG tiene su oficina central en North Hollywood, California, y mantiene operaciones en Asia del Pacífico, Europa y América.

Proyecciones futuras

El presente comunicado de prensa podría contener ciertas “proyecciones futuras”, dentro del significado que les asigna la Ley de reforma de litigios sobre valores privados de 1995 (Private Securities Litigation Reform Act of 1995). Dichas declaraciones fueron realizadas sobre la base de opiniones y presunciones de los directivos de la empresa respecto de acontecimientos futuros y del rendimiento comercial al momento de su realización. La empresa no asume obligación alguna de actualizar dichas declaraciones, si bien la realidad podría diferir sustancialmente de lo aquí expresado. Dichas diferencias podrían surgir tanto de determinadas medidas adoptadas por la empresa, tales como reestructuraciones o iniciativas estratégicas (inversiones de capital, compra u otro tipo de disposición de bienes) así como de hechos que se hallaren fuera del control de la empresa, tales como acontecimientos internacionales, políticos o militares; avances tecnológicos; cambios en las condiciones económicas a nivel nacional o internacional; modificación de las condiciones respecto de la competencia o preferencias de los consumidores. Dichos acontecimientos podrían afectar las presunciones respecto del giro comercial de la empresa, como por ejemplo la demanda de productos y la ejecución de la totalidad o algunas de las operaciones de la empresa, ya sea en forma directa o como consecuencia de su impacto sobre nuestros distribuidores. Otros factores que podrían



Suite 500 – 1628 Dickson Avenue
Kelowna, BC V1Y 9X1 CANADA

www.clubpenguin.com

afectar los resultados de la empresa se mencionan en el Informe Anual del formulario 10-K de The Walt Disney Company correspondiente al ejercicio finalizado el 30 de septiembre de 2006, como también en otros informes subsiguientes incluidos en el Formulario 10-Q, bajo el título “Artículo 1A - Factores de Riesgo”.

Para obtener más información póngase en contacto con :
clubpenguinmedia@disney.com