



AUDIENCIA
+2.000.000
LECTORES

*Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013

USUARIOS ÚNICOS
8,8 MILLONES

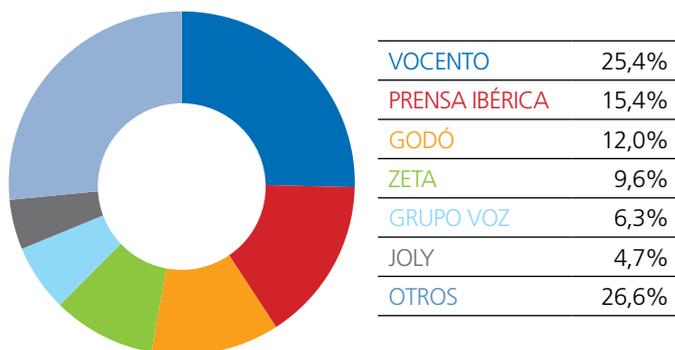
*Fuente comScore diciembre 2013

PERIÓDICOS

REGIONALES

Vocento es el líder indiscutible en los mercados regionales en España por el arraigo y excelente posicionamiento de sus 11 cabeceras regionales: El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, El Norte de Castilla, La Verdad, Ideal, Las Provincias, Sur, El Comercio, Hoy y La Rioja. La notoriedad de cada una de las cabeceras, algunas de ellas con más de 100 años de antigüedad, su elevado reconocimiento local y la fuerte vinculación con el territorio donde se editan, las sitúa como claro referente en sus mercados.

Las cabeceras regionales de Vocento mantienen su liderazgo en difusión en 2013, y han cerrado el ejercicio con un promedio de difusión de 324.256 ejemplares diarios, lo que le permite alcanzar una cuota de mercado en prensa regional del 25,4%¹, siendo la cuota del siguiente grupo de prensa regional del 15,4%.



En cuanto a la audiencia en prensa, Vocento se mantiene como líder tanto en el soporte offline (más de 2 millones de lectores², 0,7m lectores sobre el siguiente grupo de prensa regional), como en online donde alcanza una audiencia cercana a 9 millones de usuarios únicos mensuales³, siendo cada uno de los once portales líder en audiencia en su mercado de referencia, con la excepción de El Comercio Digital.

CUOTA DIFUSIÓN ÁREA INFLUENCIA POR CABECERA⁴ (%)

EL DIARIO VASCO		82,50%
EL CORREO		
EL DIARIO MONTAÑÉS		69,20%
LA RIOJA		
EL NORTE DE CASTILLA		63,60%
IDEAL		
HOY DIARIO DE EXTREMADURA		51,20%
LA VERDAD		
DIARIO SUR		42,70%
LAS PROVINCIAS		
EL COMERCIO		24,50%

AUDIENCIA PORTALES LOCALES (MILES USUARIOS ÚNICOS MENSUALES)⁵

LA VERDAD		1.681
IDEAL		
EL CORREO		1.261
LAS PROVINCIAS		
SUR.ES SITES		708
EL COMERCIO		
NORTE DE CASTILLA		534
HOY		
DIARIO MONTANÉS		439
DIARIO VASCO		
LA RIOJA		259

4.Fuente OJD enero-diciembre 2013. Datos no auditados. Cuota del competidor en gris.

5.Fuente: comScore diciembre 2013. Cuota del competidor en gris.

La estrategia multicanal ha permitido a los diarios regionales mantener su estatus y ser referentes en todos los soportes gracias a la fuerza de sus marcas y su capacidad de prescripción. Esta fortaleza queda patente tanto en la consolidación de iniciativas en funcionamiento, como Oferplan, como en el lanzamiento de nuevas iniciativas de alto valor añadido para el usuario, como Guapabox en 2013, que ha conseguido altos porcentajes de penetración y notoriedad en cada una de las ciudades donde están presentes.

Otra de las iniciativas destacadas ha sido la celebración de las jornadas 'Futuro en Español', organizadas por los regionales de Vocento desde el diario La Rioja, que se desarrollaron durante el mes de noviembre del pasado año y, cuyo éxito, ha hecho que a principios de 2014 ya hayan sido exportadas a otras cabeceras regionales. En su última edición dieron un giro hacia Latinoamérica, con el tema central del idioma como potente motor económico, lo que convirtió a este foro en un evento con mayor vocación internacional y empresarial que en años anteriores.

A lo largo de 2013, el trabajo se ha centrado en diferentes áreas. Por un lado, se ha apostado por mejorar los periódicos y adaptarlos a los nuevos soportes que permiten tanto fidelizar a los suscriptores de siempre, como acceder a nuevas audiencias. Como principales contribuidores están la redacción central de Colpisa que suministra páginas de información general editadas y maquetadas a las cabeceras del Grupo, así como la fusión de redacciones de prensa escrita y edición digital, que ha permitido liberar recursos para aumentar los esfuerzos en contenidos locales. Por otro, se ha mejorado la cuota de mercado publicitario tanto en prensa como en Internet gracias a alianzas estratégicas, por un lado la comercialización conjunta de la publicidad junto con el suplemento del diario La Vanguardia como por los acuerdos con La Voz de Galicia, Heraldo de Aragón, Diario de Navarra y el desarrollo de la tarifa comercial 3.0.

De cara a 2014, Vocento centrará su esfuerzo en desarrollar nuevas fuentes de ingresos vinculadas al comercio electrónico, donde sigue destacando la plataforma Kiosko y Más como soporte de pago con contenido enriquecido audiovisual, y Oferplan.com que permite la comercialización de ofertas de descuento a los usuarios de las ediciones digitales de Vocento, y que se construye en ambos soportes, papel y digital.



Vocento mantiene el objetivo de mantener el liderazgo de nuestros periódicos, independientemente del dispositivo utilizado, seguir invirtiendo en la calidad de los contenidos como herramienta de diferenciación y ganar nuevas audiencias e ingresos.

Entre dichos ingresos, se seguirán desarrollando iniciativas de e-commerce como Ticketing o Guapabox, o estrategias publicitarias para mejorar el ingreso proveniente de los inventarios publicitarios digitales, o seguir avanzando en la transformación digital para el mejor posicionamiento y percepción de nuestras cabeceras a través del rediseño de las ediciones digitales o el desarrollo de secciones y contenidos hiper-locales.

**LOS PERIÓDICOS DE VOCENTO
MANTIENEN EL LIDERAZGO,
INDEPENDIENTEMENTE DEL
DISPOSITIVO UTILIZADO.**

COLPISA - REDACCIÓN CENTRAL

Durante 2013, Colpisa/Redacción Central ha consolidado su labor vertebradora, ampliando su oferta de contenidos generales, tanto de la actualidad diaria como de los acontecimientos especiales, en papel y web, para las cabeceras regionales.

En 2013, se puso en marcha un nuevo proyecto editorial dedicado a la actualidad relacionada con el sector de los autónomos, liderado desde Colpisa e implementado en los 11 periódicos regionales. La iniciativa está dirigida a potenciar la información económica por su importante relevancia en la economía española. Además de la información, se incluyeron herramientas prácticas y de participación para crear un vínculo entre los usuarios/ autónomos y los diarios.

Además, Salud Revista ha dado un importante salto cualitativo durante el año 2013, al evolucionar hacia un producto multimedia de publicación mensual, que incluye un canal de Salud en Internet, asociado a este producto en papel. De esta forma, se asume la misma filosofía que permitió al producto Innova+ aunar los intereses locales y generales, editoriales y de comercialización. Así, cada diario ha adaptado, ampliado y personalizado el producto acorde con las necesidades locales.

El canal salud en internet incluye una actualización permanente con información sobre vida sana, investigación, psicología, etc... Este canal cuenta con herramientas como un consultorio, atendido por médicos especialistas en ejercicio y un buscador de información por especialidades.

La oferta de contenidos online en el apartado de ocio también ha sido reforzada durante el año 2013, con la puesta en marcha de un canal dedicado a la información de turismo y viajes, que complementa los suplementos especiales publicados en los diarios regionales. Asimismo también se ha desarrollado en 2013 una sección específica dedicada a toda la información relacionada con la práctica del deporte del esquí, con actualización diaria durante el periodo que comprende la temporada de este deporte.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Siguiendo con la trayectoria habitual, un año más, los periódicos regionales de Vocento han sido reconocidos con diversos premios a su labor, su diseño y capacidad de innovación. Entre ellos, destacan:

El Correo recibió en 2013 el premio al periódico regional mejor diseñado de Europa, el European Newspaper Awards (ENA), considerados los Óscar del diseño de la prensa escrita.

El proyecto multimedia Autónomos mereció el Premio a la Labor Periodística que cada año otorga ATA (Asociación de Trabajadores Autónomos) a los proyectos editoriales sensibles con el colectivo, por la amplia cobertura realizada.

Salud Revista.es recibió el galardón al mejor trabajo del año que concede la Escuela Europea de Oncología por el reportaje de 'Madres frente al cáncer' publicado en el número de marzo.



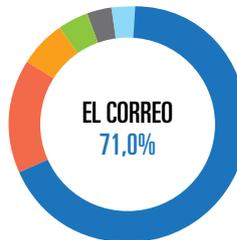
EL CORREO



AUDIENCIA
422.000
lectores

DIFUSIÓN
82.943
ejemplares
Pendiente de certificación

USUARIOS ÚNICOS
1.261.000



EL CORREO
DEIA
EL PAÍS
DIARIO DE NOTICIAS DE ÁLAVA
EL MUNDO
OTROS

71,0%
13,0%
5,1%
3,7%
3,4%
3,8%

Ámbito: Álava y Vizcaya

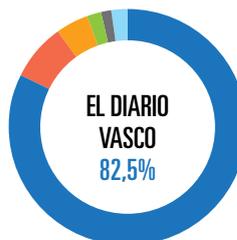
EL DIARIO VASCO



AUDIENCIA
236.000
lectores

DIFUSIÓN
59.122
ejemplares
Pendiente de certificación

USUARIOS ÚNICOS
432.000



EL DIARIO VASCO
NOTICIAS DE GIPUZKOA
EL PAÍS
EL MUNDO
EL CORREO
OTROS

82,5%
7,7%
4,5%
1,9%
1,2%
2,2%

Ámbito: Guipúzcoa

Audiencia: Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013
Usuarios únicos: Fuente comScore diciembre 2013
Difusión: Fuente OJD Enero 2013- diciembre 2013

EL DIARIO MONTAÑÉS



AUDIENCIA
193.000
lectores

DIFUSIÓN
27.586
ejemplares
Pendiente de certificación

USUARIOS ÚNICOS
439.000



EL DIARIO MONTAÑÉS	69,2%
EL MUNDO	8,1%
EL CORREO	7,6%
EL PAIS	7,3%
ABC	3,0%
OTROS	4,7%

Ámbito: Cantabria

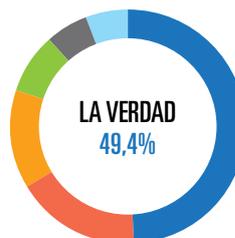
LA VERDAD



AUDIENCIA
212.000
lectores

DIFUSIÓN
20.523
ejemplares
Pendiente de certificación

USUARIOS ÚNICOS
1.681.000



LA VERDAD	49,4%
LA OPINION DE MURCIA	17,2%
ABC	13,6%
EL PAIS	8,3%
EL MUNDO	5,9%
OTROS	5,7%

Ámbito: Región de Murcia

Audiencia: Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013
Usuarios únicos: Fuente comScore diciembre 2013
Difusión: Fuente OJD Enero 2013- diciembre 2013

IDEAL



AUDIENCIA

195.000

lectores

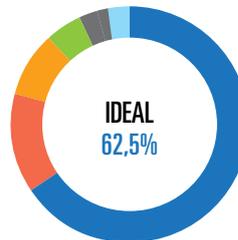
DIFUSIÓN

22.703

ejemplares

USUARIOS ÚNICOS

1.443.000



IDEAL
EL PAÍS
GRANADA HOY
EL MUNDO
ABC
OTROS

62,5%
12,7%
10,8%
5,3%
4,6%
4,1%

Ámbito: Granada

HOY



AUDIENCIA

120.000

lectores

DIFUSIÓN

13.208

ejemplares

USUARIOS ÚNICOS

480.000



HOY
EL PERIÓDICO DE EXTREMADURA
EL PAÍS
EL MUNDO
ABC
OTROS

51,2%
15,9%
11,1%
7,8%
7,1%
7,0%

Ámbito: Extremadura

Audiencia: Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013
Usuarios únicos: Fuente comScore diciembre 2013
Difusión: Fuente OJD Enero 2013- diciembre 2013

SUR



AUDIENCIA
158.000
lectores

DIFUSIÓN
20.369
ejemplares
Pendiente de certificación

USUARIOS ÚNICOS
708.000



DIARIO SUR	42,7%
MALAGA HOY	16,4%
EL PAIS	13,3%
EL MUNDO	8,7%
LA OPINION DE MALAGA	6,7%
OTROS	12,3%

Ámbito: Málaga

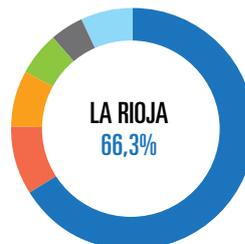
LA RIOJA



AUDIENCIA
90.000
lectores

DIFUSIÓN
11.579
ejemplares

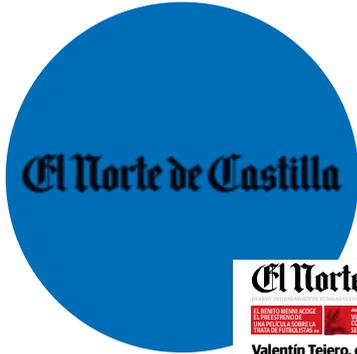
USUARIOS ÚNICOS
259.000



DIARIO LA RIOJA	66,3%
EL PAÍS	9,1%
EL CORREO	7,6%
EL MUNDO	5,8%
ABC	4,3%
OTROS	6,9%

Ámbito: La Rioja

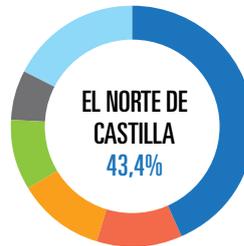
Audiencia: Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013
Usuarios únicos: Fuente comScore diciembre 2013
Difusión: Fuente OJD Enero 2013- diciembre 2013



AUDIENCIA
192.000
lectores

DIFUSIÓN
23.967
ejemplares

USUARIOS ÚNICOS
534.000



EL NORTE DE CASTILLA
EL MUNDO
EL PAÍS
LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA
DIARIO PALENTINO
OTROS

43,4%
11,5%
11,5%
9,5%
6,7%
17,3%

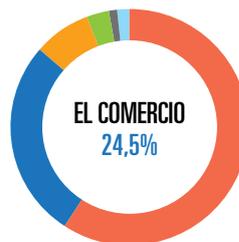
Ámbito: Palencia, Segovia, Valladolid y Zamora



AUDIENCIA
153.000
lectores

DIFUSIÓN
19.463
ejemplares

USUARIOS ÚNICOS
644.000



LA NUEVA ESPAÑA
EL COMERCIO
EL PAÍS
EL MUNDO
ABC
OTROS

61,3%
24,5%
6,1%
4,1%
1,8%
2,3%

Ámbito: Asturias

Audiencia: Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013
Usuarios únicos: Fuente comScore diciembre 2013
Difusión: Fuente OJD Enero 2013- diciembre 2013



AUDIENCIA
146.000

lectores

DIFUSIÓN
20.771

ejemplares

Pendiente de certificación

USUARIOS ÚNICOS
921.000



Ámbito: Valencia

LEVANTE - EL MERCANTIL	33,1%
VALENCIANO	27,7%
LAS PROVINCIAS	27,7%
EL PAIS	16,5%
EL MUNDO	11,1%
LA RAZON	4,2%
OTROS	7,3%

AUDIENCIA
543.000
LECTORES DIARIOS

DIFUSIÓN
140.027 EJEMPLARES

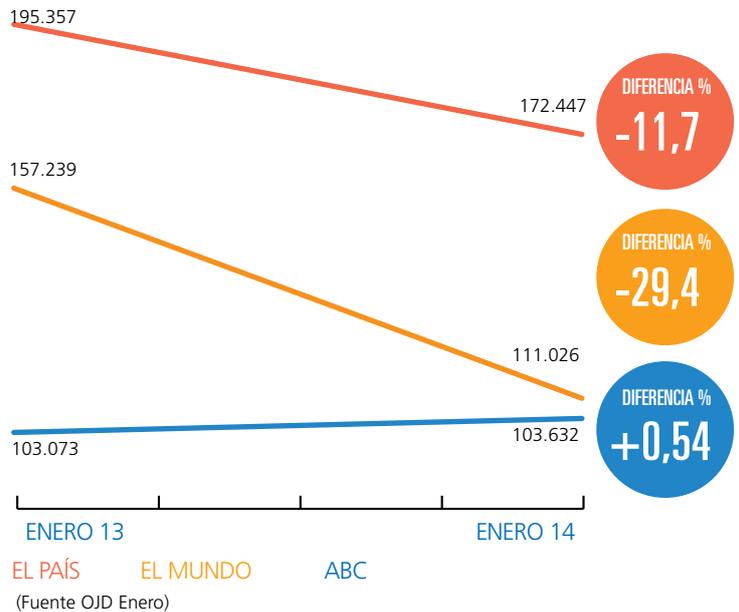
Audiencia: Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013
Difusión: Fuente OJD Enero 2013- diciembre 2013



ABC

La apuesta por la calidad informativa y la innovación continua, así como la fidelidad a los principios con los que se fundó ABC hace ya 111 años, han obtenido el reconocimiento de los lectores a lo largo del 2013. ABC fue el gran diario nacional que mejor se comportó a lo largo del 2013 en la venta al número (venta en quioscos), principal termómetro de la salud de un periódico. Comparando la evolución en 2013, ABC registró disminuciones en este canal de venta, muy inferiores a las de El Mundo y El País. En concreto con respecto a El Mundo, ABC redujo la distancia entre los dos diarios en más de 35.000 ejemplares o, lo que es lo mismo, en un 65%.

VENTA AL NÚMERO



Estos datos son reflejo de la apuesta de ABC por la difusión rentable, focalizando sus esfuerzos en dicho canal de venta al número frente a otros canales de menor calidad, como las suscripciones colectivas o las ventas en bloque. Y además, suponen un respaldo a nuestra apuesta por una información rigurosa y la aportación al lector de las claves necesarias ante los desafíos que afronta nuestro país, tanto en el plano económico, así como una visión completa de la actualidad internacional, proporcionada por la mejor red de corresponsales de la prensa española. Ello se ha visto reforzado por la constante mejora en la oferta de contenidos y en el diseño en otros ámbitos de gran interés como los Deportes, la Cultura, los asuntos de Sociedad o la información de Ocio, GenteEstilo o Televisión.



USUARIOS ÚNICOS
6.362.000

AUDIENCIA
+19,3%

ABC.ES

En 2013, ABC.es se consolidó como el gran periódico online con mayor capacidad para atraer nuevos lectores. Según los datos del medidor oficial, comScore, ABC.es Sites cerró el 2013 con una espectacular subida de audiencia del +19,3% respecto año anterior. Este dato contrastó con el estancamiento de elmundo.es Sites (+3,3%) y elpais.com Sites (+0,8%).

Desde que se disponen de datos unificados de comScore, marzo de 2012, hasta diciembre de 2013, ABC.es Sites ganó 1.818.000 usuarios únicos, hasta alcanzar los 6.362.000, mientras que elpais.com Sites ha perdido 408.000 y elmundo.es Sites ha ganado apenas 154.000. De esta manera, ABC consiguió reducir su distancia con respecto a elpais.es Sites en un 64% (2.226.000 usuarios únicos menos de diferencia) y en un 60% respecto a elmundo.es (1.664.000 usuarios únicos menos de diferencia).

Los buenos datos de ABC.es llegan tras la consolidación en el cambio de sistema de trabajo de sus periodistas. Hoy, la redacción de ABC cuenta sus informaciones indistintamente en web y papel, aunque con filosofías diferentes. La web es inmediatez, el pulso vibrante de la actualidad. El periódico es análisis, profundidad y valoración; el resumen de lo más relevante que ha sucedido en la jornada jerarquizado según nuestros criterios editoriales. ABC dejó hace ya dos años de utilizar los mismos contenidos en el medio impreso y online. Ahora busca que los dos soportes tengan personalidades diferenciadas.

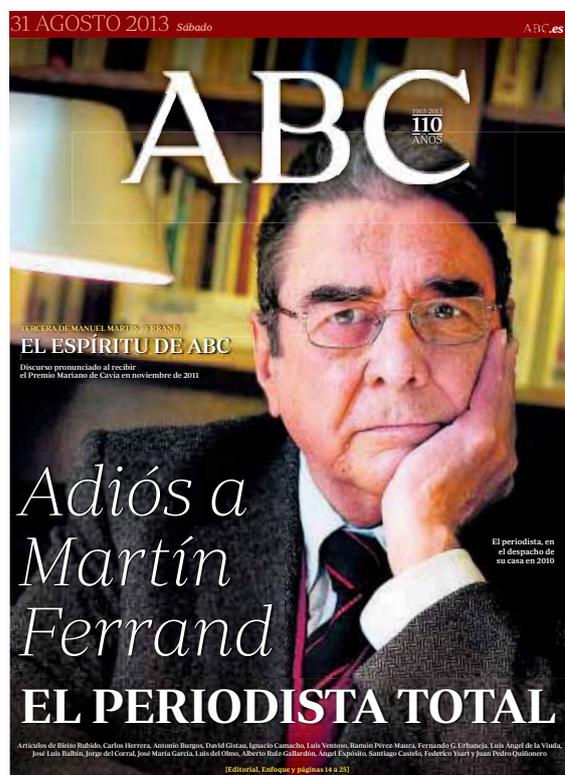
Además de cambiar la cultura de trabajo y ampliar el volumen y calidad de sus informaciones, ABC ha mejorado su oferta editorial con apuestas como los canales temáticos del Real Madrid, Atlético de Madrid, Tecnología, Viajar o Defensa. También la incorporación de HoyCinema.com, laguíaTv.com y Loff.it ha situado a ABC.es a la cabeza en información sobre cine, televisión y estilos de vida. Sus incrementos mensuales de tráfico ya son referencia reconocida en sus áreas.

ABC EN KIOSKO Y MÁS Y ABC EN 20

2013 ha sido también un año clave para la apuesta digital de ABC. Al ABC en Kiosko y Más, la edición digital del periódico ABC diario, que transforma la lectura tradicional en papel en una experiencia multimedia informativa, se ha unido el lanzamiento de ABC en 20.

ABC en 20 nace como respuesta a la necesidad de estar informado de lectores en movimiento, con poco tiempo para poder estar informado de las claves informativas del día y con un consumo de dicha información a través del móvil. ABC en 20 es la selección de las 20 informaciones más importantes del periódico (noticias, reportajes, columnas de opinión...) adaptadas para ser consumidas de manera ágil y sencilla a través de un Smartphone en una aplicación exclusiva diseñada por ABC.

ABC en Kiosko y Más por su parte sigue descubriendo en exclusiva a sus lectores el análisis más riguroso y completo de lo sucedido, con acceso a todas las ediciones del diario y todas sus revistas y suplementos con contenidos multimedia exclusivos. Cada día, a las 23:30 h, sus lectores pueden acceder gracias a la Primera Edición a las claves de la jornada venidera. Incluso en los días en los que no hay prensa en los quioscos, Navidad y Año Nuevo, ABC puede disfrutarse a través de Kiosko y Más cuándo y dónde quieras.



MUSEO ABC

La Colección ABC está formada por cerca de 200.000 dibujos originales, datados desde 1891 hasta la actualidad. En 2010 se comenzó el proceso de catalogación y digitalización de las obras de la colección que en 2013 se ha ocupado de 3.770 obras. En total se ha alcanzado hasta la actualidad la digitalización y catalogación de 12.000 piezas. Además, de manera constante se trabaja en la revisión, limpieza y restauración de 1.573 obras que se presentan en exposiciones del Museo y otras instituciones.

El Museo ABC ha desarrollado y acogido en sus salas, dentro del marco del convenio de colaboración entre la Fundación y el Ayuntamiento, a lo largo de 2013 un completo programa de exposiciones con fondos propios y de otras instituciones.

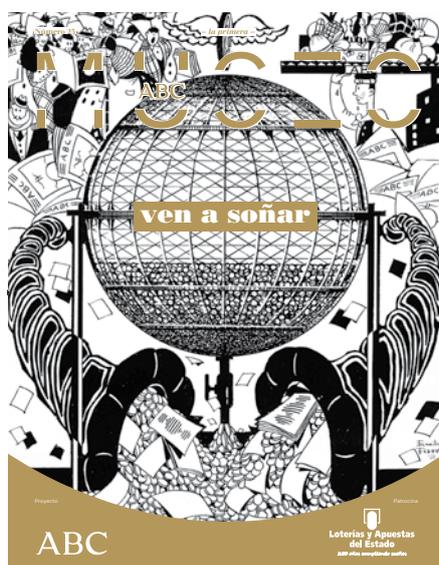
Martín Vitaliti, el ganador de la segunda edición del Premio de Dibujo Museo ABC del año 2012, expuso su obra **En el fondo nada ha cambiado**. La obra y vida de Miguel Delibes también estuvo presente a lo largo de 2013, gracias a la exposición **Patria común. Delibes ilustrado**, una selección de diez obras del autor. Otra de las exposiciones que se pudo disfrutar fue Portadas. Dibujos de primera plana, una recopilación de los dibujos originales que en su día ocuparon las portadas de Blanco y Negro. Las tertulias organizadas por el Museo ABC, en las que seis ilustradores participaron en charlas y salidas para dibujar por distintos espacios de la capital española se han reunido en la exposición **Dibujamadrid: en ruta**.

Por otro lado, el Museo también ha desarrollado cursos de ilustración, dando a conocer los fondos históricos de la Colección ABC a jóvenes estudiantes o profesionales del campo de las Artes Visuales, la Ilustración, el Diseño, la Publicidad, la Comunicación y otras áreas creativas afines, reunidos en el proyecto **Duetos III y IV**.

La exposición de Jesús Zurita, **Ida y Trásiego**, es un proyecto de dibujo expresamente realizado para el Museo ABC. La pieza central de la exposición, titulada Trocha, está compuesta por un mural realizado in situ con rotulador, acrílico y tinta de casi 15 metros de longitud. El Madrid de los 80 también está presente en el Museo con la exposición **El papel de La Movida. Arte sobre papel** en el Madrid de los 80, que pretende acercar a las nuevas generaciones la producción artística de aquellos años de eclosión creativa. **La destrucción o la obra. Urnas y laceraciones**, una obra de André Elbaz, muestra el trabajo en papel realizado durante los últimos años por el artista y descubridor de la fibra vegetal.

El Museo retrocede al pasado con la exposición **Ven a soñar**, la cual celebra los 250 años desde que Carlos III, un rey ilustrado recién desembarcado de Nápoles, soñó con la Lotería y propuso un juego de «extracción de suertes en la Sala de Gobierno del Consejo de Hacienda».

Otra de las iniciativas del Museo ABC es **Plas**, una web de venta de arte contemporáneo y promoción de artistas.



El Museo durante 2013 ha recapitulado algunos de los trabajos que PLAS ha publicado durante su primer año, centrándonos para esta ocasión en obra gráfica (collage, ilustración, acuarela, acrílico y serigrafía). Bajo el título La otra, se ha organizado una selección del trabajo de Amparo Sard que ofrece al visitante una panorámica sobre lo más característico de su particular método de dibujo. El Museo ABC también acogió, por primera vez en España, una exposición de dibujos originales del prestigioso ilustrador francés Benjamin Lacombe bajo el título ***El universo de Benjamin Lacombe.***

El Museo ABC ha ofrecido durante el año 2013 cerca de medio centenar de iniciativas de un variado programa cultural y educativo para todos los públicos, tanto amateur como especializado en el dibujo y la ilustración. Desde visitas guiadas, hasta programas de iniciación al dibujo, pasando por talleres, master class o conciertos, se han dado cita en el Museo ABC. Como consecuencia, este espacio cultural se ha convertido en punto de referencia para los amantes y aficionados a estas disciplinas artísticas, habiendo sido especialmente valorado por los profesionales del sector de la ilustración.

VISITANTES
79.845

VISITAS GUIADAS
156

VISITAS - TALLERES DIARIOS PARA ESCOLARES DE 6 A 12 AÑOS
60

VISITAS - TALLERES PARA FAMILIAS, SÁBADOS Y DOMINGOS
53

TALLERES ESPECIALIZADOS
42

CAMPAMENTOS DE NAVIDAD Y VERANO
6

SUPLEMENTOS Y REVISTAS

Taller de Editores S.A. (TESA) edita XLSemanal, Mujer Hoy y Hoy Corazón, suplementos semanales todos líderes en sus respectivos sectores y que se sitúan entre las tres revistas más leídas en nuestro país.

El contexto general de audiencia de suplementos durante 2013 es de caídas, sin embargo los suplementos de Vocento han reforzado en 2013 su posición de liderazgo en el ranking de suplementos de información general: el primer puesto es para XL Semanal y el segundo es para Mujer Hoy. En revistas especializadas con Inversión y Finanzas, se mantiene como líder y único semanario de información económica.

Durante 2013, el mantenimiento de la elevada cuota de mercado de los suplementos se complementa con medidas de diversificación en ingresos con nuevos negocios como una nueva área de eventos con una activa participación de Mujer Hoy e Inversión y Finanzas, el lanzamiento de nuevos negocios en e-commerce como Guapabox, y el refuerzo del posicionamiento online, que tiene su reflejo en los portales Mujer Hoy y Finanzas. Además, continuamos con la apuesta por el anunciante de lujo con las revistas mensuales de Código Único y Mujer Hoy Moda.

De cara a 2014, Taller de Editores se ha fijado como objetivos fortalecer su presencia en Internet, potenciar la calidad editorial e informativa de todos los productos editados para ayudar a la difusión de los diarios con los que se distribuyen, mantener la audiencia y calidad de sus cabeceras para mejorar su atractivo como soporte publicitario, a avanzar en la integración y versatilidad de las redacciones como garantía de permanencia y desarrollo de las distintas marcas propiedad de Taller de Editores y desarrollar nuevas fuentes de ingresos publicitarios.



XL SEMANAL

Durante el año 2013 consigue superar en más de un millón de lectores a su rival más próximo, ha mantenido cuota publicitaria según la Asociación de Editores de Diarios Españoles y se ha consolidado un año más como el líder indiscutible de los suplementos de información general de fin de semana. XL Semanal cuenta con una audiencia cercana a 2,5 millones de personas y llega todos los fines de semana a todos los rincones de España.

De esta forma, más de cuatro de cada diez personas que adquieren un dominical, se decantan por el de Vocento, que cuenta, entre otros atractivos, con un importante elenco de firmas como: Carlos Herrera, Arturo Pérez-Reverte, Juan Manuel de Prada, Eduardo Punset, Paulo Coelho o Carmen Posadas.



MUJER HOY

Mujer Hoy, con 1,6 millones de lectoras, ocupa la segunda plaza de los suplementos en España justo por detrás de XLsemanal. Es la revista para público femenino más leída entre las mujeres y se distribuye en sábado con los periódicos de Vocento y con otros diarios regionales líderes. Los datos de audiencia la sitúan como una de las publicaciones de referencia dentro de este segmento y en sus páginas se pueden encontrar noticias sobre actualidad, moda y belleza, decoración y salud.

Como cada año, Mujer Hoy ha entregado sus premios a las mujeres más sobresalientes de España. En esta quinta edición, la ganadora del premio a la 'Mujer de Hoy' ha sido la diseñadora y empresaria Rosa Clará.

Como mujeres más admiradas, han sido elegidas la actriz Belén Rueda, en la disciplina artística y cinematográfica, la escritora Julia Navarro, por su contribución literaria y la investigadora científica Teresa Gonzalo. Ignacio Garralda, presidente de Mutua Madrileña, ha recibido por su parte el II Premio al Compromiso Masculino de la Comunidad de Madrid.



Completa su oferta en el segmento Mujer con Mujer Hoy Moda, publicación trimestral orientada al segmento femenino de moda y alta gama, con gran formato y gran apuesta gráfica y con una tirada de 250.000 ejemplares.

Mujerhoy.com, la edición online de la revista de mujeres líder en España, sigue renovando su imagen. Mujerhoy.com tiene una clara vocación de informar, ayudar y entretener. Se ha consolidado en 2013, ocupando el quinto puesto en la categoría de "Beauty, Fashion & Style", según ComScore, medidor oficial de sitios de Internet en España. Para 0,7 millones de usuarios, mujerhoy.com es ya su principal referencia en moda, belleza, celebrities, salud y tendencias.



HOY CORAZÓN

Sin competencia en el mercado de suplementos de fin de semana ha cumplido siete años de vida en 2013. Se vende acompañando a los diarios, con precio independiente.

Hoy Corazón, revista dedicada a la actualidad de los famosos caracterizada por un tratamiento de la información dinámica, respetuosa y optimista desde su lanzamiento, en octubre del año 2006, acompaña la oferta editorial de los sábados y domingos con los diarios de Vocento, siendo muy bien valorada por sus lectores.

Durante el año 2013, Hoy Corazón alcanzó una tirada de cerca de 200.000 ejemplares semanales, de esta manera se convierte en la segunda publicación española con mayor tirada en el segmento de famosos, vida social y entretenimiento.



INVERSIÓN Y FINANZAS

Editora especializada en el mundo de la inversión y la gestión de patrimonio está participada en un 75,91% por Taller de Editores, S.A. Es la editora de la revista "INVERSIÓN y FINANZAS" que ha quedado como la única publicación de información bursátil independiente de periodicidad semanal de venta en el kiosko. Su audiencia semanal según EGM es de aproximadamente 50.000 lectores semanales.

Esta revista organiza Bolsalia (Madrid) Feria de Referencia en el Sector Económico, así como seminarios y jornadas de formación financiera como Banca Privada.

Tras un importante proceso de reestructuración que ha afectado a todas las áreas de la revista, en 2013 recupera los resultados positivos.

Finanzas.com, es la Web especializada en información financiera y económica. Ofrece la información actualizada al minuto sobre las cotizaciones y principales índices bursátiles, dispone de servicios útiles para sus usuarios así como una de las más completas secciones de finanzas personales y consumo en Internet.

Los datos avalan el recorrido alcista del portal financiero de Taller de Editores, alcanzado un promedio mensual de 0,5 millón de usuarios en el año.

CÓDIGO ÚNICO

Orientada al público masculino de alta gama, este producto mensual coeditado con La Vanguardia (Grupo Godó) y con una tirada aproximada de 130.000 ejemplares ha cumplido ya con su segundo aniversario.

GUAPABOX

En septiembre 2013 nace Guapabox, proyecto de beauty boxes de Vocento, que consiste en un club de suscriptoras que permite acceder a los productos más exclusivos de las marcas de cosmética de alta gama. A través de una suscripción, las usuarias reciben mes a mes una caja con cinco exclusivos productos en versión mini, cada uno de ellos cuidadosamente seleccionado por expertas de la redacción de la revista. La caja incluye además, una edición especial para Guapabox de la revista femenina Mujer Hoy, en formato bolsillo, con consejos, tendencias y contenidos exclusivos del mundo de la cosmética.

Además, Guapabox ofrece de forma periódica cajas exclusivas, ediciones limitadas enfocadas a una sola marca que incluyen sus productos más novedosos y exclusivos.

En tres meses de vida, Guapabox cuenta con más de 2.900 suscriptoras y 11.600 registradas.

EVENTOS

En 2013 nace el área de Eventos, poniendo el foco en las temáticas financiera y mujer. Durante el año se han realizado 24 eventos, 17 financieros entre los que destaca CIO, Tribuna de Mercados y 7 temática Mujer; destacando Beauty Day, MHM 2013 Nueva estrategia para la industrial de la moda.



XL Semanal



AUDIENCIA

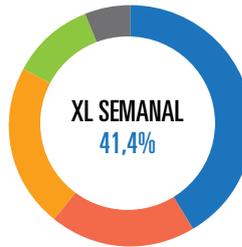
2.469.000

lectores

DIFUSIÓN

881.412

ejemplares



XL SEMANAL 41,4%
 EL PAIS SEMANAL 19,5%
 MAGAZINE (VANGUARDIA) 22,0%
 MAGAZINE DE EL MUNDO 11,1%
 DOMINICAL 6,0%

mujer hoy



AUDIENCIA

1.575.000

lectores

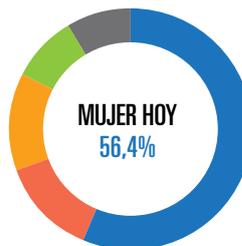
DIFUSIÓN

715.845

ejemplares

USUARIOS ÚNICOS

697.000



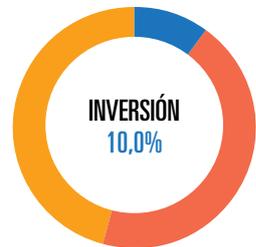
MUJER HOY 56,4%
 TELVA 13,3%
 ELLE 13,0%
 COSMOPOLITAN 8,7%
 VOGUE 8,6%



AUDIENCIA
45.000
lectores

DIFUSIÓN
5.158
ejemplares

USUARIOS ÚNICOS
485.000



INVERSIÓN Y FINANZAS **10,0%**
CAPITAL **44,2%**
ACTUALIDAD ECONÓMICA **45,8%**



AUDIENCIA
286.000
lectores

DIFUSIÓN
140.477
ejemplares
Enero-Marzo 2013

Audiencia: Fuente EGM: 3er Año Móvil 2013
Usuarios únicos: Fuente comScore 2013
Difusión: Fuente OJD 2012