

ABC

ABC, el único gran diario que aumenta su difusión

Madrid, 29 de junio de 2009.- Las cifras de difusión muestran un mes más el excelente momento que atraviesa **ABC, situándolo como el único entre los grandes diarios de información general que aumenta las ventas**; no sólo durante el pasado mes de abril, sino durante todo lo que va de año. La Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) avala con sus datos dados este martes a conocer la curva ascendente de difusión de nuestra cabecera, que encadena ya quince meses de subida ininterrumpida de las ventas.

En el acumulado de abril de este año, ABC consigue unas ventas totales de 270.613 ejemplares diarios, lo que se traduce en un incremento del 7,2 por ciento. Si nos fijamos exclusivamente en lo sucedido durante abril -mes que contó con las festividades de la Semana Santa, un periodo en el que habitualmente se venden menos periódicos-, ABC también logra aumentar sus ventas: con 267.437 ejemplares mejora un 2,7 por ciento su cifra con respecto al mismo mes de 2008.

Estos resultados hechos públicos por la OJD y ya sólo pendientes de certificación consolidan el aumento de la difusión de ABC y dejan en evidencia a nuestros competidores, que, sin excepción, sufren severas caídas y revelan el extraordinario mérito de nuestro diario, capaz de arrojar resultados positivos en unos momentos de enormes dificultades para el conjunto de los medios de comunicación.

En el acumulado de 2009, cabeceras como «El Mundo», «El País» o «La Razón» han sufrido severas pérdidas en sus respectivas cifras de difusión, que llegan a alcanzar caídas del 22,2 por ciento en el caso del rotativo del Grupo Planeta. El periódico de capital italiano «El Mundo» cae un 7,8 por ciento y «El País» se deja por el camino un 12,2 por ciento.

En el análisis del pasado mes de abril, «El Mundo» pierde un 14,1 por ciento; «El País» cede un 16,5 por ciento y «La Razón» cae un 5,8 por ciento. ABC rompe la tónica y crece el mencionado 2,7 por ciento.

Si nos detenemos con más detalle en los datos de difusión de las grandes cabeceras de España conviene fijarse en la situación que atraviesan los diarios en lo que a venta en quiosco y suscripciones se refiere, sin lugar a dudas dos de los medidores fundamentales para conocer el estado de salud de un medio impreso.

ABC se desmarca también de sus competidores y **es el único que aumenta su cifra de venta en quiosco** en el acumulado del año (+3,5 por ciento). «El Mundo» cae aquí un 10,8 por ciento;

«El País» pierde un 15,3 por ciento, y «La Razón» ve cómo su dato en quiosco se reduce un 18,2 por ciento.

En cuanto a las suscripciones individuales, la venta más fiel para un diario, ABC suma al cierre del mes de abril 50.370, lo que nos mantiene como líderes indiscutibles del mercado. Esta cifra se traduce en una subida del 8,8 por ciento y supera con rotundidad la de «El Mundo» (32.116) y la de «El País» (32.110).

Queda claro, además, que ABC está en otra dimensión si se compara el volumen de nuestras suscripciones con el cuadro que presenta «La Razón» (2.123).

Más de 350.000 ejemplares los domingos El excelente comportamiento que ABC viene registrando desde el comienzo de 2008 resulta especialmente llamativo durante los domingos, un día de la semana fundamental para los medios de comunicación escritos, debido a que en esa jornada se realizan esfuerzos editoriales muy superiores a los del resto de la semana, con objeto de amoldar la oferta a la mayor disponibilidad de tiempo libre de los lectores.