



Luis María Ansón fundaba hace ya quince años 'La Razón', un diario de derechas, monárquico y católico. Era una aventura arriesgada porque nacía en un mercado de diarios donde 'ABC' y 'El Mundo' eran los estandartes del público más conservador, y donde muchos decían, que ya no había espacio para otra cabecera.

Quince años después el diario, hoy dirigido por Francisco Marhuenda, registra unas ventas de 71.000 ejemplares, y recauda unos 2,3 millones de euros mensuales por publicidad. Ha logrado mantenerse a flote gracias a un modelo de austeridad y siempre defendiendo las políticas más conservadoras.

En cuanto a cifras, los últimos datos indican que en septiembre el diario registró una difusión de 97.000 ejemplares, una caída del 4,9% en relación al acumulado del año anterior. En el último mes y sólo comparado con septiembre del año pasado, el crecimiento fue cercano al 1%. En cuanto a ventas, el diario está en los 71.000 ejemplares, un dato que le mantiene como la tercera opción de los diarios de derechas, su lugar histórico, pero con caídas inferiores a sus competidores, en este caso sólo del 0,41%.

Desde el punto de vista económico el diario ha mantenido un modelo de austeridad en toda su historia que le ha permitido recortar plantilla y costes sin tener que hacer Expedientes de Regulación de Empleo masivos. Pese a ello no ha sido inmune al desplome de la publicidad. En septiembre ha caído un 9,3%, mejor que la media del sector. Este mes, el diario de Planeta recaudó 2,3 millones de euros, cerca de 'ABC' que está en los 2,8 millones de euros.

Con todo, una de las asignaturas pendientes de 'La Razón' es precisamente sus cuentas de resultados. El diario ha registrado pérdidas continuadas durante la crisis –en 2010 perdió 3,7 millones de euros frente a los 8,5 millones que perdió en 2009- y probablemente este año de nuevo sea imposible lograr el equilibrio. No obstante, el propio presidente de Planeta, José Manuel Lara, ha indicado públicamente que no son pérdidas ‘asumibles’ y que apuntan a que una vez superada la crisis volverán los beneficios.

Del mismo modo, Francisco Marhuenda se mostraba contento con la marcha del diario en una reciente entrevista con prnoticias: ‘no tenemos deuda y tampoco hemos intentado comprar grandes grupos por lo que hemos sido austeros’. Por el contrario ‘hemos intentado controlar los gastos, nos hemos recortado los sueldos con un objetivo prioritario que es no haber tenido que realizar un ERE’, indicaba.

Ideológicamente el diario nunca ha ocultado su preferencia por el Partido Popular, algo que se ha acentuado desde la llegada de Mariano Rajoy a Moncloa. Y Marhuenda no lo esconde: ‘somos diario de derechas, católico y defensor de la monarquía’ y ‘eso nos está funcionando’. ‘Queremos ser un periódico serio con un público fiel’. En entrevista con prnoticias, Marhuenda resaltaba que ‘son un diario elegante en el trato y que no envía recados a la competencia mediante sus editoriales’. ‘La guerra de medios es absurda y no puedes centrar su función en perjudicar al enemigo’, concluye.

Noticia original: [PRnoticias](#)

En cuanto a cifras, los últimos datos indican que en septiembre el diario registró una difusión de 97.000 ejemplares, una caída del 4,9% en relación al acumulado del año anterior. En el último mes y sólo comparado con septiembre del año pasado, el crecimiento fue cercano al 1%. En cuanto a ventas, el diario está en los 71.000 ejemplares, un dato que le mantiene como la tercera opción de los diarios de derechas, su lugar histórico, pero con caídas inferiores a sus competidores, en este caso sólo del 0,41%.

Desde el punto de vista económico el diario ha mantenido un modelo de austeridad en toda su historia que le ha permitido recortar plantilla y costes sin tener que hacer **Expedientes de Regulación de Empleo** masivos. Pese a ello no ha sido inmune al desplome de la publicidad. En septiembre ha caído

un 9,3%, mejor que la media del sector. Este mes, el diario de

**Planeta**

recaudó 2,3 millones de euros, cerca de

**'ABC'**

que está en los 2,8 millones de euros.

Con todo, una de las asignaturas pendientes de **'La Razón'** es precisamente sus cuentas de resultados. El diario ha registrado pérdidas continuadas durante la crisis –en 2010 perdió 3,7 millones de euros frente a los 8,5 millones que perdió en 2009- y probablemente este año de nuevo sea imposible lograr el equilibrio. No obstante, el propio presidente de

**Planeta**

**José Manuel Lara**

, ha indicado públicamente que no son pérdidas 'asumibles' y que apuntan a que una vez superada la crisis volverán los beneficios.

Del mismo modo, **Francisco Marhuenda** se mostraba contento con la marcha del diario en una reciente entrevista con **prnoticias**: 'no tenemos deuda y tampoco hemos intentado comprar grandes grupos por lo que hemos sido austeros'. Por el contrario 'hemos intentado controlar los gastos, nos hemos recortado los sueldos con un objetivo prioritario que es no haber tenido que realizar un

**ERE**

', indicaba.

Ideológicamente el diario nunca ha ocultado su preferencia por el **Partido Popular**, algo que se ha acentuado desde la llegada de

**Mariano Rajoy**

a

**Moncloa**

. Y

**Marhuenda**

no lo esconde: 'somos diario de derechas, católico y defensor de la monarquía' y 'eso nos está funcionando'. 'Queremos ser un periódico serio con un público fiel'. En entrevista con

**prnoticias**

**Marhuenda**

resaltaba que 'son un diario elegante en el trato y que no envía recados a la competencia mediante sus editoriales'. 'La guerra de medios es absurda y no puedes centrar su función en perjudicar al enemigo', concluye.

## 'La Razón': quince años después vende 71.000 ejemplares y factura 2,3 millones por publicidad

Escrito por Administrator

Martes 12 de Noviembre de 2013 21:54

---

- See more at: <http://54.221.207.48/index.php/prensa/662-prensa-economica-portada/20125542-la-razon-quince-anos-despues-vende-71000-ejemplares-y-factura-23-millones-por-publicidad#sthash.VxyugqtQ.dpuf>

Luis María Ansón fundaba hace ya quince años 'La Razón', un diario de derechas, monárquico y católico. Era una aventura arriesgada porque nacía en un mercado de diarios donde 'ABC' y 'El Mundo' eran los estandartes del público más conservador, y donde muchos decían, que ya no había espacio para otra cabecera. Quince años después el diario, hoy dirigido por Francisco Marhuenda, registra unas ventas de 71.000 ejemplares, y recauda unos 2,3 millones de euros mensuales por publicidad. Ha logrado mantenerse a flote gracias a un modelo de austeridad y siempre defendiendo las políticas más conservadoras. Luis María Ansón fundaba hace ya quince años 'La Razón', un diario de derechas, monárquico y católico. Era una aventura arriesgada porque nacía en un mercado de diarios donde 'ABC' y 'El Mundo' eran los estandartes del público más conservador, y donde muchos decían, que ya no había espacio para otra cabecera. Quince años después el diario, hoy dirigido por Francisco Marhuenda, registra unas ventas de 71.000 ejemplares, y recauda unos 2,3 millones de euros mensuales por publicidad. Ha logrado mantenerse a flote gracias a un modelo de austeridad y siempre defendiendo las políticas más conservadoras. - See more at:

<http://54.221.207.48/index.php/prensa/662-prensa-economica-portada/20125542-la-razon-quince-anos-despues-vende-71000-ejemplares-y-factura-23-millones-por-publicidad#sthash.VxyugqtQ.dpuf>

Luis María Ansón fundaba hace ya quince años 'La Razón', un diario de derechas, monárquico y católico. Era una aventura arriesgada porque nacía en un mercado de diarios donde 'ABC' y 'El Mundo' eran los estandartes del público más conservador, y donde muchos decían, que ya no había espacio para otra cabecera. Quince años después el diario, hoy dirigido por Francisco Marhuenda, registra unas ventas de 71.000 ejemplares, y recauda unos 2,3 millones de euros mensuales por publicidad. Ha logrado mantenerse a flote gracias a un modelo de austeridad y siempre defendiendo las políticas más conservadoras. - See more at:

<http://54.221.207.48/index.php/prensa/662-prensa-economica-portada/20125542-la-razon-quince-anos-despues-vende-71000-ejemplares-y-factura-23-millones-por-publicidad#sthash.VxyugqtQ.dpuf>