



intereconomía

- Medios Audiovisuales
- Publicaciones
- Internet
- Otras áreas de negocio

Marzo 2010





Intereconomía

Grupo Intereconomía

Desde los orígenes hasta la actualidad

Intereconomía es un grupo de comunicación multimedia, con actividades en los sectores de televisión, radio, internet, publicaciones, cine, formación y editorial. El grupo fue creado en 1995 a partir de una radio dedicada a la información económica y financiera. Estos años de experiencia han sido suficientes para convertir el Grupo Intereconomía en una sólida compañía, autónoma e independiente, de referencia en el mercado global de la comunicación.

Gracias a un ambicioso plan de expansión, Intereconomía logró alcanzar el liderazgo en información económica audiovisual en España. Actualmente, afianza a pasos agigantados su posición privilegiada en el mercado de la información generalista, especialmente a través de Intereconomía TV con cobertura nacional en abierto, hoy por hoy el canal informativo líder de audiencia en "prime time" y por supuesto, a través de "La Gaceta", el diario nacional de información general, lanzado en octubre de 2009 con un resultados muy destacados.

Valores

En todos sus medios, Intereconomía es independiente de cualquier partido político, confesión o institución religiosa, y de cualquier organización de poder ideológico, económico o social. Esta independencia le permite servir con objetividad el interés general y ejercer el derecho a la información de su audiencia.

La independencia acentúa la constante reivindicación de la dignidad innata de cada persona humana y el compromiso de respeto efectivo a sus derechos y libertades fundamentales en el marco de una sociedad libre, justa, veraz, solidaria y democrática. Estos valores, basados en el humanismo de raíces cristianas, inspiran e impregnan cada uno de los contenidos producidos, emitidos y publicados. En definitiva, Intereconomía vive los valores en los que cree.

0 Presentación

Una posición privilegiada en el mercado de la información generalista



1 | Medios audiovisuales

- Intereconomía TV
- Business TV
- Radio Intereconomía
- Radio Inter
- Intereconomía Producciones Audiovisuales





Intereconomía

Intereconomía TV

Líder en TDT

Intereconomía TV es la primera televisión económica y financiera de España. Convertida actualmente en referencia en el marco de información político-social, ha experimentado un crecimiento espectacular en audiencia desde su entrada en tdt nacional, que la ha llevado a posicionarse como canal informativo líder de audiencia en "prime time".

En su trayectoria como TV en abierto en TDT ha orientado su programación a contenidos más generalistas, sumando espacios de información general, ocio y entretenimiento, que han complementado el seguimiento informativo de la actualidad de la economía global con conexiones en directo con las Bolsas más importantes del mundo y comentarios de los analistas más prestigiosos.

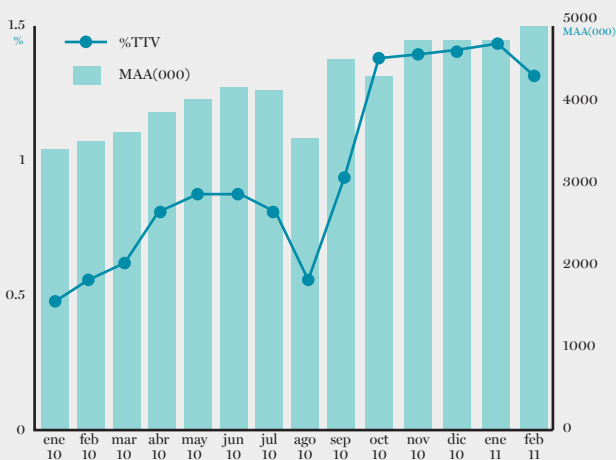
Su firme apuesta por la participación de los telespectadores a través de llamadas, SMS, sorteos, etc., hace de ella un canal dinámico, creativo e interactivo cuya audiencia crece día a día con nuevos espectadores que buscan una televisión de calidad, independiente, entretenida y objetiva.

Además **Intereconomía TV** es corresponsal en España de la CNBC, la televisión económica líder en el mercado norteamericano y el único canal de televisión español con producción 100% propia.

1 Medios audiovisuales

Intereconomía TV se sitúa actualmente en 2.406.000 de espectadores de audiencia media acumulada, y un 3,3% de share de canales temáticos.

Evolución Mensual



Target

	%TTV	MAA(000)	Perfil%	AA(000)
Ind. 4+	1.5	4384	100	22.225
HOMBRES	1.6	2380	51	11.210
MUJERES	1.3	2004	49	11.014
4 a 12	0.2	97	0.8	1.091
13 a 24	0.5	218	2.5	2.059
25 a 44	0.8	1079	15.3	7.141
45 a 64	1.2	1520	26.7	7.069
> 64	3.2	1470	54.7	4.864
A/MA	2.2	1062	30.0	5.129
MED	1.3	1849	37.0	9.391
B/MB	1.3	1473	33.0	7.705
<50mil	1.3	2174	43.0	11.273
50 a 500 mil	1.6	1583	40.0	7.738
>500mil	1.5	627	17.0	3.214



Intereconomía

Business TV

Programación Financiera Líder en España

Intereconomía Business es la cadena temática de información económica y financiera de referencia en España.

Nuestro valor diferencial es la simultaneidad de las emisiones entre Radio Intereconomía y Business TV. Basado en una línea editorial cuya premisa es ofrecer información minuto a minuto y en primera persona.

Business TV cuenta con una red de corresponsales por todo el mundo: desde Nueva York hasta Beijing pasando por Roma, París, Moscú, Londres, Jerusalén, Caracas, Buenos Aires, Bruselas, África...

Business TV basa su programación en la información económica, con un amplio despliegue en directo de lunes a viernes de la evolución de las Bolsas. Además, informativos de contenido general a lo largo de todo el día.

Dos grandes informativos económicos, con seguimiento a tiempo real de la evolución de las Bolsas, forman la columna vertebral de la cadena, desde la apertura con Capital, la Bolsa y la Vida y con boletines cada 30 minutos, nuestros espectadores se mantienen informados minuto a minuto en tiempo real, toda una referencia para las compañías cotizadas y los nuevos negocios.

1 Medios audiovisuales

Colaboran con la cadena algunos de los analistas más prestigiosos del mundo de la economía y las finanzas.





Intereconomía

Radio Intereconomía

La Radio de los Negocios

En el mundo de la radio, la información económica y financiera tiene nombre propio: **Radio Intereconomía**.

Nacida en 1994, **Radio Intereconomía** es reconocida como la emisora con la mejor información de Bolsa de la radio española. Su programación combina actualidad económica y financiera, información general y contenidos de entretenimiento, con la participación destacada de reconocidos expertos del mundo académico, empresarios, altos directivos y otros líderes de opinión.

Los oyentes de **Radio Intereconomía** tienen un perfil socio-económico medio, medio-alto, con un elevado poder adquisitivo. Se trata de individuos urbanos, en su mayoría inversores, usuarios de las nuevas tecnologías y que se mueven en el ámbito de las empresas y los negocios.

Los oyentes han acompañado a **Radio Intereconomía** desde el inicio de su trayectoria. Entre 1994 y 2000 se produjo un altísimo incremento de la inversión bursátil, lo que benefició su penetración en el mercado. En 2001 su audiencia consolidada de 80.000 oyentes diarios permitió comenzar a emitir fuera de Madrid. En 2002 y 2003 la expansión de la cadena a nivel nacional provocó un nuevo incremento significativo de la audiencia.

Radio Intereconomía continuó su línea ascendente en 2004. El aumento de los oyentes este año es reflejo del éxito de su fórmula; se aprecia una alta valoración y credibilidad del emisor en el tratamiento de la información general y su incidencia en la economía.

El año 2005 supuso la consolidación de **Radio Intereconomía** como cadena de radio independiente. A lo largo de año **Radio Intereconomía** aumentó sustancialmente su cobertura y su fuerte desarrollo ha provocado un aumento del 15,9% de la audiencia diaria

El año 2006 la audiencia tuvo un ligero crecimiento. En 2007 la audiencia tuvo el mayor aumento de su historia apoyado por las sinergias con **Intereconomía TV**.

Los premios concedidos a **Radio Intereconomía** a lo largo de estos últimos años también han sido un factor de crecimiento importante para la audiencia: Antena de Oro y Premio de la Asociación Internacional de la Prensa a Antonio Jiménez, Premio Ondas al programa Capital, Antena de Plata a Luis Vicente Muñoz y a Natalia Obregón, premio Joven y Brillante de Periodismo Económico a Susana Criado, etc

En 2008 y 2009 **Radio Intereconomía** ha seguido creciendo a buen ritmo gracias a sus esfuerzos en la programación.

1 Medios audiovisuales

Los oyentes de Radio Intereconomía tienen un perfil socio-económico medio y medio-alto con un elevado poder adquisitivo.

Incremento de audiencias

Año	Incremento
2002	11,10%
2003	13,30%
2004	1,50%
2005	15,90%
2006	1,50%
2007	49,38%
2008	27,27%
2009	17,43%
2010	27,40%



Intereconomía

Radio Inter

Una emisora histórica lanzada al futuro

Radio Intercontinental nace en Madrid en los años 50 y desde la primavera de 2009 forma parte del Grupo Intereconomía.

Con emisión en la Comunidad de Madrid, sus contenidos se basan fundamentalmente en magazines de actualidad en los que las tertulias y debates tienen un gran peso, especialmente los presentados por Eduardo García Serrano: "La Quinta Columna", "Punto de Vista" y "Sencillamente Radio". También ocupan un lugar destacado en la parrilla los programas de salud como "Saludables Buenos Días", "Descanso y Bienestar", "Salud para Todos", "Vivir con Alegría", "El Camino", etc.

Con un share que sobrepasa el 5% en la Comunidad de Madrid, porcentaje que en Madrid capital se aproxima al doble, su audiencia mayoritaria comprende hombres y mujeres de 30 años en adelante, amantes incondicionales de las tertulias.

En el estudio realizado en abril y mayo de 2009 en la Comunidad de Madrid y en la provincia de Toledo; **Radio Inter** en el conjunto de la Comunidad de Madrid obtiene un tiempo de audiencia de siete minutos diarios, con un share próximo al siete por ciento, mientras que en Toledo supera un cuatro por ciento. En el conjunto de la Comunidad de Madrid, "La inter" es conocida por cerca del 70 por ciento de la población.

Se hace patente además, la elevada audiencia durante el mediodía y la tarde, horas que tradicionalmente ofrecen menor dedicación a la radio, por el elevado seguimiento de la programación dedicada al público latino.

La cuota en esa franja horaria supera ampliamente un 10 por ciento de share. La cuota de audiencia, GRP's global de la Inter se aproxima a 300.000 radioyentes. Al tratarse de una emisora de onda media, en el conjunto de su indefinible área de difusión, el número de radioyentes debe incrementarse todavía más.

Radio Intercontinental tiene un amplio porcentaje de adeptos, que responden con gran fidelidad a la buena oferta de programación que presenta la "Inter". Por otra parte, los mayores de 50 años, los grandes seguidores de la emisora, prolongan cada vez más su tiempo de audiencia de radio y son fieles a este medio, como muestran los últimos sondeos realizados. Sin duda, la publicidad dirigida a dicho grupo puede encontrar en la "**Inter**" la mejor respuesta, además de sectores donde la AM muestra claras ventajas, como el transporte...

1 Medios audiovisuales

La cuota de audiencia, GRP's global de la Inter se aproxima a 300.000 radioyentes.

((•))
inter
R A D I O



Intereconomía

Intereconomía Producciones Audiovisuales

Intereconomía dispone de una productora de televisión que se encarga de la producción y la realización de programas para canales temáticos y generalistas de televisiones de ámbito autonómico y estatal.

Intereconomía Producciones ha producido programas para Canal 9, Punt 2, IB3, Canal 7 Región de Murcia, Telemadrid, TVG, Canal Internacional TVE y La 2, entre otras.

Intereconomía Producciones realiza programas especializados de economía, piezas de economía divulgativa, noticias económicas, documentales de fondo económico... También produce documentales divulgativos sobre cultura, nuevas tecnologías y audiovisuales informativos para web. Son de especial interés los programas debate sobre temas de actualidad presentados y dirigidos por periodistas de prestigio.

1 Medios audiovisuales

Intereconomía Producciones ha producido programas para Canal 9, Punt 2, IB3, Canal 7 Región de Murcia, Telemadrid, TVG, Canal Internacional TVE y La 2, entre otras





2 | Publicaciones

- Gaceta
- Época
- El Semanario Alba
- Diplomacia S. XXI





Intereconomía

La Gaceta

‘El nuevo papel del periodismo en España

La Gaceta ya no es un proyecto, es una realidad. Un diario con un nuevo papel en el panorama actual de la información, dispuesto a dar la cara y hablar sin tapujos, con una visión diferente del mundo que nos rodea, respaldado por 240.000 lectores cada día.

Independencia, sin complejos

Una respuesta dinámica al entorno periodístico, estancado y auto-complaciente. Información libre, sin servilismos hacia las estructuras políticas y de poder. Una línea informativa contundente y precisa, consecuente con sus principios conservadores. Información independiente pero no neutral.

El apoyo de un grupo de comunicación en alza

Nuestra gran diversidad de medios contribuye a la difusión de La Gaceta y crea potentes sinergias multiplataforma a través del canal de televisión con programas tan destacados como ‘El gato al agua’, de la radio o de nuestra web, que vuelca en Internet toda la información generada por Intereconomía. Todos los medios de Intereconomía amplifican cada paso de La Gaceta y sus contenidos.

Un target definido y creciente

Los anunciantes encontrarán un nicho de mercado muy atractivo, por su amplitud y posicionamiento socioeconómico: la clase media ilustrada, crítica con criterio, de ideología liberal – conservadora. Un amplio grupo cuya referencia son los diez millones de personas que en las últimas elecciones votaron a partidos de corte conservador.

2 Publicaciones

Un diario con un nuevo papel en el panorama actual de la información





Intereconomía

Época Siete Días

La revista **Época**, ahora se distribuye cada domingo con **La Gaceta**. **Época** conserva la tensión informativa y el espíritu combativo de siempre, pero añadimos, además, nuevos contenidos de ocio y una pizca de hedonismo que le dan ese aire relajado del fin de semana. Esta es la apasionante propuesta de la nueva **Época** que actualmente se acerca a los 320.000 lectores.

Mantenemos una cabecera histórica del periodismo español, con casi 25 años de andadura, pero con un nuevo diseño moderno y ágil, con mucha más presencia gráfica

Conservamos una línea editorial contundente y rigurosa. Seguimos guiándonos por el espíritu de denuncia al hilo de la actualidad, con amplios reportajes y entrevistas, pero introducimos múltiples recomendaciones pensadas para el ocio: cultura, viajes o gastronomía.

Como siempre contamos con importantes firmas de opinión como Aleix Vidal-Quadras, Antonio Martín Beaumont, Esther Jaén, Pablo Castellano, entre otros. Añadimos además nuevos espacios dedicados al Corazón, a la moda, a la psicología...

2 Publicaciones

Época, ahora cada domingo con La Gaceta. Reportajes y entrevistas tan contundentes como siempre.





Intereconomía

Semanario ALBA

Una referencia

Alba es el único semanario en España que aborda la actualidad desde la perspectiva de los valores y la familia. Un compromiso editorial que se refuerza día a día, primando la temática familiar y el enfoque positivo de la información. Es, por ello, un semanario sin competencia en los kioscos españoles.

Cada semana **Alba** se acerca a la realidad desde el punto de vista católico tratando temas económicos, culturales, educativos, sociales, etc., de la mano de firmas de reconocido prestigio en el mundo periodístico,

Sus lectores son familias católicas de un perfil socio-económico medio y medio-alto con 3 o más hijos y con un alto nivel de formación. Plenamente identificadas con los valores de Alba, muestran un alto grado de implicación y confianza hacia los contenidos del semanario.

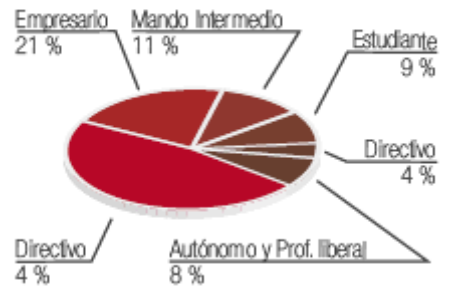
La web de la vida y la familia

La familia encuentra en la web del semanario Alba los contenidos con los que realmente se identifica: la defensa de los principios como la libertad, el derecho a la vida y los valores familiares católicos.

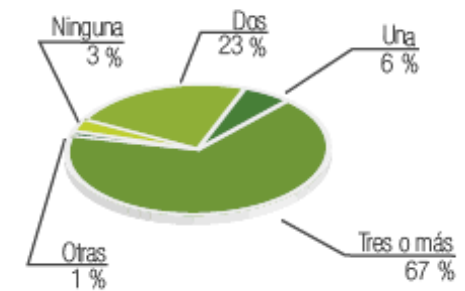
Albadigital.es una web viva, que invita a interactuar a todos los niveles. En ella el usuario tiene la posibilidad de expresar sus ideas y generar un debate responsable sobre los temas fundamentales de nuestra sociedad, siendo él el verdadero protagonista. Prueba de ello son la agenda de encuentros, las actividades de diversas plataformas y la sección "tú opinas".

2 Publicaciones

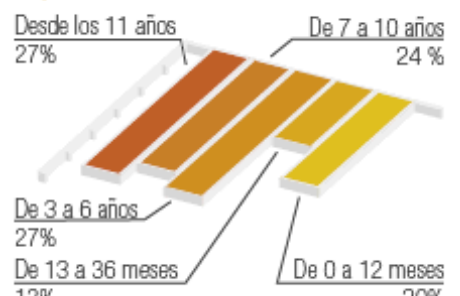
Ocupación



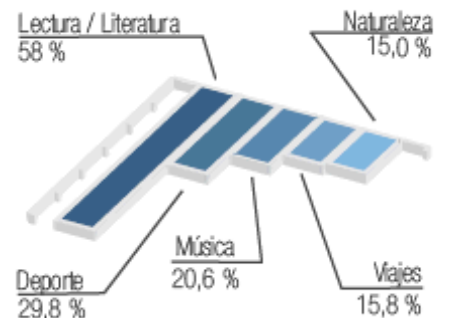
Lectura en el último mes



Tipo de Familia



Aficiones



El semanario - Portadas





Intereconomía

Diplomacia S. XXI

Diplomacia es una publicación dirigida especialmente a los interesados en ampliar sus horizontes empresariales en el ámbito internacional.

Para lograrlo, ofrece una plataforma de comunicación única entre el mundo diplomático, la política internacional y el comercio exterior.

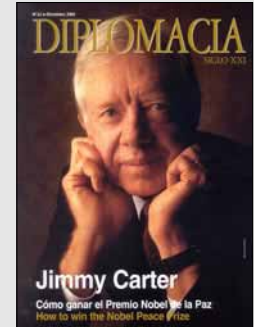
En cada número, personalidades de la diplomacia y las relaciones internacionales, Ministros de Asuntos Exteriores, diplomáticos españoles y extranjeros y especialistas en protocolo, analizan el panorama mundial.

Diplomacia ofrece a los anunciantes la posibilidad de dirigirse específicamente a un público muy definido y con alto poder adquisitivo: los diplomáticos.



2 Publicaciones

La revista - Portadas





3 | Internet

• www.intereconomia.com





Intereconomía

intereconomia.com

Intereconomia.com se ha convertido en el interlocutor digital válido para todos los productos del Grupo. Intereconomia.com ahora es más y mejor porque a la información económica hemos sumado el nuevo diario La Gaceta, el confidencial Lanacion.es y otros nuevos contenidos más dinámicos y más multimedia. Grandes personalidades y colaboradores de la casa establecen un diálogo abierto con sus seguidores a través de los blogs.

Gaceta.es reúne los temas del diario volcados en la web y enriquecidos con la participación de la audiencia: comentarios, votaciones, propuestas, etc. Reunimos a todos nuestros públicos en la nueva web abriéndonos a otros contenidos más allá de la economía. Una sección con el espíritu combativo del diario, donde vamos a contar lo que otros no cuentan: mucha información e información exclusiva. Nos abrimos a nuevas temáticas para tener nuevos públicos.

En **negocios.com** nuestro contenido económico de siempre organizado de forma más accesible para que nuestro público pueda aportar valor con su participación. Nuestro objetivo es apoyar el aumento de la cultura financiera de las personas a través de la información, ayudarles a manejar y comprender mejor sus inversiones.

La renovación de **Intereconomia.com** se ha basado en un nuevo enfoque abierto a la participación del usuario y en especial al uso de la herramientas 2.0 que dejan el control en manos del usuario. Los programas pasan a ser marcas multiplataforma que tiene vida más allá de los medios convencionales. Nuestro contenido está disponible 24/7 de forma digital para que el usuario lo consuma como y cuando quiera. Los usuarios pueden interrelacionarse, aportar su propio contenido a la web, organizarse en grupos decidir que temas es interesante discutir... Una aportación fundamental que añade valor y se convierte en parte de cada programa.

Nos hemos esforzado en mejorar la usabilidad de nuestros contenidos gráficos y multimedia para mejorar la experiencia del usuario. El contenido multimedia y el contenido gráfico se relaciona mejor con el resto del contenido informativo. Hemos dado respuesta a la petición de nuestros oyentes y telespectadores para facilitar el visionado y escucha de nuestros programas fuera de hora.

3 Internet

Ahora todos los contenidos de Intereconomía reunidos en una plataforma 2.0 abierta a la colaboración de los usuarios.



4 | Otras áreas de negocio

- Intereconomía Conferencias
- Fundación Intereconomía
- Editorial Homo Legens





Intereconomía

Intereconomía Conferencias

Conocer para crecer

El tejido empresarial español encuentra en las conferencias organizadas por el Grupo Intereconomía interesantes oportunidades para desarrollar su actividad.

Esta división de Intereconomía aborda con sus conferencias los aspectos más interesantes en materia de gestión empresarial, las oportunidades de inversión con mayor potencial, las novedades jurídicas que los protagonistas de cada sector deben conocer y los planes y proyectos de las administraciones públicas más activas.

Su asistencia es interesante no solo porque en ella se dan a conocer a través de casos prácticos la experiencia vivida por las empresas líderes en cada sector, sino porque se crea el ambiente perfecto para desarrollar contactos profesionales, hacer negocios con otros colegas e intercambiar impresiones.

Tanto por la talla de los ponentes y de los asistentes, como por la actualidad y utilidad de los asuntos tratados, estas conferencias son una referencia obligada en el sector empresarial.

También diseñamos eventos a medida: el programa de la conferencia, la agenda con los temas más candentes y llevamos a cabo una cuidadosa selección de ponentes, entre los que incluimos altos directivos de las empresas más representativas de cada sector, Consejeros de las diversas Comunidades Autónomas, representantes de la Administración Central. Por otra parte, contratamos el lugar de celebración, los medios técnicos más modernos, el catering y azafatas para darle al evento todo lo que un acto de de esta naturaleza merece.

4 Otras áreas de negocio

Conferencias - Programas





Intereconomía

Fundación Intereconomía

La cara humana de la noticia

El **Grupo Intereconomía**, en su deseo de contribuir y fomentar la difusión de valores humanos fundamentales ha creado la **Fundación Intereconomía**.

El objetivo de este nuevo proyecto es potenciar el uso de los medios de comunicación para trasladar acciones positivas que ayuden a concienciar a la sociedad en la solidaridad, protección y ayuda a los más desfavorecidos.

La **Fundación** concentra su labor en sectores que necesitan la atención de la población y la protección de las instituciones que rigen el funcionamiento de nuestra sociedad.

Las principales actividades que organiza la **Fundación** son Foros y Jornadas Técnicas, publicación de estudios de Investigación y Guías y la promoción de premios a la inmigración y a la mujer.

Mediante la fórmula del mecenazgo se busca la implicación de empresas e instituciones en esta iniciativa, que tienen así la oportunidad de contribuir activamente a la solución de los principales problemas de la sociedad y obtener el reconocimiento del conjunto de la sociedad.

4 Otras áreas de negocio

Una herramienta que potencia el uso de los medios de comunicación como herramienta para concienciar a la sociedad.



Intereconomía

4 Otras áreas de negocio

Editorial Homo Legens

A través de la editorial Homo Legens, Grupo Intereconomía realiza una incesante labor cultural, marcada por la excelencia literaria y la recuperación del libro como un objeto de sumo valor.

Bibliotheca Homo Legens

Calidad editorial y excelencia filológica son las líneas directrices de una colección pensada para formar parte del patrimonio familiar. Reivindicando los valores de la cultura cristiana occidental, la colección recupera obras maestras de la literatura universal escritas por los más grandes autores, en ediciones de lujo pensadas para convertir la lectura en un placer inigualable y a un precio sin competencia en el mercado gracias a la posibilidad de suscripción.





intereconomía

Paseo de la Castellana, 36-38
28046 Madrid
Phone: 902 99 65 56
www.intereconomia.com
info@intereconomia.com

