

# MUDANZA EN LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS

## Grupos de comunicación en España: una propiedad tan concentrada como el negocio

Los ingresos agregados de la industria de la comunicación en España en 2012 ascendieron a 5.794 millones de euros. De esta cantidad, sin que sea estrictamente comparable, entre los ocho principales grupos de medios acumularon **5.236 millones**. Y en 2013, estos ocho grupos captaron el **65 % de la inversión publicitaria**.

### LUIS PALACIO

Los grupos de medios controlan la mayor parte de la industria de la comunicación en España, entendiendo por tal la referida a la televisión, la prensa diaria, la radio y las revistas (a internet nos referiremos más adelante). Algunos datos lo prueban. Por ejemplo, en el año 2012, los ingresos agregados de dicha industria ascendieron a 5.794 millones de euros. Ese año, los ingresos de ocho grupos (Prisa, Mediaset, Atresmedia, Vocento, Unidad Editorial, Grupo Zeta, Grupo Godó y Prensa Ibérica)

sumaban 5.236 millones. Aunque ambas cifras, por cuestiones metodológicas, no son estrictamente comparables (unos datos, por ejemplo, proceden de informes sectoriales y los otros de las cuentas anuales de los grupos), sí permiten hacerse una idea del peso de unas sobre la magnitud de las otras.

No es el único dato que confirma ese control. En el informe sobre la inversión publicitaria en España del año 2013, que realizaron la compañía de control de la

**Luis Palacio** es el director del *Informe Anual de la Profesión Periodística*, de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), y de Digimedios.es.

inversión Arce Media y la consultora Media Hotline, los ocho grupos citados captaron el 65 % de esa inversión publicitaria, teniendo en cuenta que en este caso y en el ámbito del Grupo Planeta, además de la publicidad de Atresmedia, se contabilizaba la del diario *La Razón* (Tabla 1).

**TABLA 1 · INVERSIÓN PUBLICITARIA EN LOS GRUPOS DE COMUNICACIÓN PRINCIPALES**

CUOTA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA	
Grupo Planeta	22,7 %
Mediaset	20,9 %
Prisa	7,2 %
Vocento	4,5 %
Unidad Editorial	4,4 %
Grupo Godó	2,3 %
Grupo Zeta	1,8 %
Prensa Ibérica	1,6 %
<b>TOTAL</b>	<b>65,4 %</b>

FUENTE: I2P, ARCE MEDIA ELABORACIÓN MEDIA HOTLINE. GRUPO PLANETA INCLUYE ATRESMEDIA, LA RAZÓN Y PRISMA PUBLICACIONES. CIFRAS EN PORCENTAJES.

Sí, los grupos de comunicación tienen un peso muy grande en el conjunto del negocio de los medios en España. Y el resto del negocio que disputan los medios no incluidos en esos grupos no solo es pequeño, sino menguante.

Y dentro de los grupos citados, debe reseñarse que el peso de los estrictamente audiovisuales –Atresmedia y Mediaset– es significativo: 1.628 millones de euros de ingresos y el 43,6 % de la inversión publicitaria.

La situación de los grupos de comunicación, en cualquier caso, evoluciona a gran velocidad. El pasado mes de mayo se cerraba la venta del 56 % de la plataforma Digital +, que,

si las autoridades de la Competencia lo aprueban, pasará de Prisa a Telefónica. Una operación de estas características alteraría el panorama de los grupos de comunicación en España. Por un lado, descendería notablemente la dimensión de Prisa, y situaría su negocio de medios al mismo nivel que el de Atresmedia y Mediaset. Y por otro, representaría la consolidación en el sector de los medios del operador de telecomunicaciones Telefónica.

¿Y la propiedad de los actuales grupos? Pues, a grandes rasgos, puede decirse que se trata de una propiedad bastante concentrada, pese a que cuatro de ellos cotizan en bolsa, lo que, a priori, permitiría esperar una propiedad más abierta.

Entre los grupos que operan en España (es difícil calificarlos de españoles, a tenor de la significativa presencia de accionistas de otros países) se pueden distinguir tres tipos de propiedades diferenciadas: los que cotizan en bolsa –Atresmedia, Mediaset, Prisa y Vocento–, los que son propiedad de una persona o de una familia –Grupo Zeta, Grupo Godó y Prensa Ibérica– y los que pertenecen a un grupo extranjero –Unidad Editorial–.

## LOS GRUPOS COTIZADOS

### Atresmedia

El pasado febrero, los accionistas de control de Atresmedia (Grupo Planeta, De Agostini y RTL) llegaron a un acuerdo con los representantes de los antiguos

accionistas de La Sexta para acelerar su integración en el accionariado del grupo audiovisual. Si inicialmente estaba previsto esperar a 2016 para que los anteriores propietarios de La Sexta se hicieran con algo menos del 14 % de Atresmedia, ambas partes estipularon que se adelantara a este año el incremento de hasta un 10,2 %, en vez del porcentaje inicialmente previsto.

## Atresmedia y Mediaset suman el 43,6 % de la inversión publicitaria en 2013

Tras este acuerdo, a comienzos de mayo, la propiedad de Atresmedia había quedado configurada en torno a un grupo estable de accionistas formado por el Grupo Planeta y su socio italiano De Agostini, que unidos tienen el 41,7 %; la compañía alemana UFA (participada mayoritariamente por el grupo alemán Bertelsmann a través de RTL), con el 19,2 %, y, ahora, Imagina (que tiene la representación de los accionistas de La Sexta), con el 10,2 %. Es decir, más del 70 % del capital se encuentra controlado por estos accionistas, con un 28 % que cotiza en bolsa (el denominado *free float*) y el resto, en autocartera.

Dentro del paquete accionario que cotiza –como es habitual en las compañías de estas dimensiones–, aparecen y desaparecen entidades financieras y fondos de inversión. Es el caso de FMR LLC, que, desde el pasado diciembre,

controla un paquete del 3 % de Atresmedia.

Más allá de su presencia en los órganos de gestión corporativa, Planeta, De Agostini y UFA/Bertelsmann están vinculados por dos pactos parasociales. El primero firmado por Planeta y De Agostini en 2005, que dio lugar a la creación del Grupo Planeta De Agostini. El segundo, posterior, entre este grupo y UFA/Bertelsmann, con el fin de asegurar, entre otros extremos, la estabilidad accionarial de Atresmedia y el compromiso de no control por un tercero. Entre ambos pactos se encuentra afectado el 60,9 % del capital del grupo audiovisual.

En este contexto no está de más recordar que la participación del tándem Planeta-De Agostini (efectiva desde un punto de vista del control de la sociedad) se encuentra pignorada, en prenda de los compromisos financieros asumidos en el marco de la negociación de su deuda, según se recoge en las cuentas de Planeta Corporación correspondientes a 2012 (últimas disponibles en el registro mercantil).

### Mediaset

Atresmedia no ha sido el único grupo cuya propiedad se ha visto alterada por la crisis económica y por el proceso de fusiones puesto en marcha para paliarla. Y como en el grupo que lideran Planeta, De Agostini y Bertelsmann, en Mediaset España algo cambió para que todo siguiera igual: el control de la italiana Mediaset S.P.A. (e indirectamente

de la familia Berlusconi) sobre el antiguo grupo Telecinco, una vez absorbida Cuatro, la rama de televisión en abierto del grupo Prisa.

Precisamente, a comienzos del pasado abril, el grupo Prisa comunicaba a las autoridades bursátiles la colocación acelerada de un 3,7 % de su participación en Mediaset España, fruto de aquella absorción. Tras esta operación, la presencia de Prisa en el grupo audiovisual se reducía del 17,3 % al 13,7 % y se subrayaba el carácter financiero y no estratégico de dicha participación para Prisa.

En cualquier caso, el control de Mediaset España por parte de Mediaset S.P.A. está asegurado con la participación declarada del 41,6 % del grupo italiano. Y ascendiendo un peldaño más en la cadena de control se comprueba, como se recoge en los documentos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), que “la sociedad Fininvest S.P.A. (entidad controlada por Silvio Berlusconi) posee un 38,98 % (...) de Mediaset S.P.A. (y designa a la mayoría de sus consejeros), que a su vez posee de modo directo el 41,552 % de Mediaset España Comunicación”.

En esta última, y aparte de la presencia mencionada de Prisa, en los registros de la CNMV aparecen y desaparecen accionistas con participaciones de entre el 3 % y el 5 % aproximadamente, y que, como en el caso de Atresmedia, suele tratarse de entidades financieras y fondos de inversión interesados en diversificar su riesgo y entrar en mercados y

compañías en los que observan posibilidades de revalorización.

### **Prisa**

Quizás sea la propiedad del grupo Prisa la que más haya cambiado en los últimos años. La combinación de una serie de decisiones estratégicas (principalmente, su reorientación hacia el sector audiovisual, con la compra del 100 % de Sogecable entre los años 2007 y 2008) y la crisis económica condujeron al principal grupo de comunicación de España, por volumen de negocio, a una situación de endeudamiento que ha hecho saltar por los aires su estructura de propiedad. El accionista de referencia –la sociedad Rucandio, en la que se integraban las participaciones de la familia de Jesús Polanco– pasó de controlar el 54 % en 2009 al 25,5 % en la actualidad, un descenso que se producía en paralelo al de los experimentados por algunos de los socios tradicionales de los Polanco y que se debía a la incorporación de nuevos accionistas, los cuales permitieron al grupo ir haciendo frente a las sucesivas rondas de refinanciación de su abultada deuda.

Actualmente, y junto con la participación de Rucandio en Prisa, constan en los registros de la CNMV otros accionistas con paquetes significativos como Nicolas Berggruen, con casi un 7 %; Carso (del empresario mexicano Carlos Slim), con un 3 %; tres entidades o fondos financieros (Fidelity, Halcyon y Monarch), que suman otro 9 %. Y en los próximos meses, podría producirse un nuevo vuelco en el

accionariado de Prisa, toda vez que está pendiente de materialización el acuerdo alcanzado el año pasado por el grupo y Telefónica, por un lado, y con los bancos Santander, Caixabank y HSBC, por otro, para su incorporación al accionariado tras una compra de bonos por la primera y la capitalización de deuda de las segundas. Según estimaciones de algunos medios, los nuevos accionistas podrían pasar a controlar alrededor del 25 % del capital del grupo. Aunque otras fuentes, como Elconfidencial.com, estiman en torno al 10 % el porcentaje del capital que los Polanco acabarían reteniendo.

### **Vocento**

De los ocho grupos analizados, la propiedad del grupo Vocento es la que presenta una mayor atomización, siempre dentro de unos límites. De hecho, ningún accionista individual supera con sus acciones el 15 % del capital. El motivo de esta dispersión accionarial cabe buscarlo en el origen del grupo editor de *ABC*, fruto, a su vez, de la fusión de dos grupos de propiedad familiar: Prensa Española y Grupo Correo.

En el caso de Vocento, los paquetes accionariales más significativos se reparten entre diferentes ramas de varias familias de origen vasco (Ybarra, Aguirre, Urrutia, Bergareche, Castellanos) propietarias del Grupo Correo y de diferentes ramas de los Luca de Tena, propietarios de Prensa Española.

En este momento, todos estos accionistas, que están representados en el

Consejo de Administración, controlan en torno al 57 % del capital, perteneciendo el 43 % restante a minoritarios.

Con el fin de dar estabilidad a la gestión de la sociedad, los accionistas acordaron hace unos años encomendar la gestión a un consejero delegado ajeno a las familias (actualmente es Luis Enríquez) y dar entrada en el Consejo de Administración a tres consejeros independientes. Precisamente hace unas semanas, en la última junta de accionistas se ratificó la elección de uno de ellos –Rodrigo Echenique– como presidente de dicho consejo.

### **LOS GRUPOS FAMILIARES**

Dentro del panorama mediático de España, aún son frecuentes los medios o grupos de medios pertenecientes a familias concretas, tanto en el ámbito nacional (grupos Zeta, Godó y Prensa Ibérica) como regional (Heraldo de Aragón, Grupo Voz o Grupo Joly).

#### **Grupo Zeta**

Según las últimas cuentas presentadas en el registro mercantil –las correspondientes a 2012–, el Grupo Zeta, editor de *El Periódico de Catalunya*, es propiedad en un 89,91 % de la familia Asensio (heredera del fundador del grupo, Antonio Asensio Pizarro), permaneciendo el 10,09 % restante en la autocartera.

Al igual que ocurre con el Grupo Planeta y su participación en Atresmedia, se da la circunstancia de que, aunque la propiedad efectiva pertenece a la fami-

lia Asensio, la mayor parte del grupo se encuentra pignorada por sus acreedores y, en concreto, las acciones de la sociedad *holding* y de las filiales materiales, además de haberse formalizado una hipoteca por “la mayor parte de los activos inmobiliarios y mobiliarios del grupo consolidado”, según se recoge en las citadas cuentas.

Asimismo, en el caso de Zeta debe reseñarse que, desde hace unos años, al frente del equipo de gestión del grupo, con el cargo de presidente de la Comisión Ejecutiva, se encuentra Juan Llopart, un gestor que dirigió en el pasado algunas compañías del grupo La Caixa (como la primera Caixabank y la filial francesa del grupo), y que es precisamente la entidad financiera que lidera el sindicato de bancos acreedores del grupo de la familia Asensio.

Recientemente, según publicó el diario digital Economía Digital, ha habido conversaciones entre Zeta y Prensa Ibérica con vistas a una posible absorción de la primera a la segunda, pero dichas conversaciones no han fructificado por el momento.

### **Grupo Godó**

El Grupo Godó de Comunicación se reparte accionarialmente entre varios miembros de la familia Godó, aunque es Javier Godó el poseedor del paquete mayoritario (90,58 %) y sus dos hijos (Carlos y Ana Godó) se sientan junto a él en el Consejo de Administración del grupo. Además,

Carlos Godó es el consejero delegado de la editora de *La Vanguardia*.

Aunque en la mayor parte de los medios en los que está presente el Grupo Godó lo hace con posiciones mayoritarias, es relevante señalar que mantiene una alianza con el grupo Prisa en el terreno radiofónico desde los años 90, si bien la fusión efectiva de sus intereses radiofónicos en una única sociedad se materializó en 2005. Durante más de 20 años, esta alianza funcionó sin fricciones, pero Javier Godó abandonó la vicepresidencia de Prisa Radio a comienzos de febrero pasado, disconforme, según fuentes periodísticas, con Prisa, que había comprometido la propiedad de sus activos radiofónicos en el proceso de renegociación de su deuda.

### **Prensa Ibérica**

La sociedad *holding* del grupo Prensa Ibérica es Editorial Prensa Ibérica, cuya propiedad se atribuye a la familia Moll, aunque en el apartado de fondos propios de sus cuentas anuales no se especifica accionista alguno. En cualquier caso, pertenecen al Consejo de Administración de la citada sociedad *holding* todos los miembros de la familia. Además, recientemente, el presidente del grupo, Javier Moll, ha sido elegido para presidir el Instituto de la Empresa Familiar.

El grupo cuenta desde 2009 con un consejero delegado –José Manuel Vaquero– ajeno a la familia, aunque dos de los hijos de Javier Moll –Ainhoa y Aitor

Moll- trabajan como adjuntos a la Presidencia y al consejero delegado, respectivamente.

## GRUPOS DE EMPRESAS NO ESPAÑOLAS

### Unidad Editorial

En el caso de Unidad Editorial, la propiedad también es diáfana: su propietario es RCS Mediagroup, que posee más del 99 % del capital (queda un pequeñísimo resto de acciones, herencia del origen del diario *El Mundo*) y se convierte así en el único caso entre los principales grupos de medios de España que pertenece en su totalidad, y no solo es controlado, por un accionista de otro país. Es por ello que, pese a contar con un equipo de gestión encabezado por un español –Antonio Fernández Galiano, presidente ejecutivo–, algunos de los directivos son designados directamente por el grupo propietario, como ha sucedido recientemente con el director de Operaciones y, desde hace más tiempo, con las personas que ocupan la dirección financiera.

A la hora de valorar la propiedad de Unidad Editorial, no debe dejar de considerarse los vaivenes que experimenta el propio accionariado de su accionista mayoritario, RCS Mediagroup. Cada cierto tiempo, esta compañía, en la que están representadas algunas de las principales instituciones industriales y financieras italianas (la familia Agnelli, Mediobanca, Intesa Sanpaolo, Pirelli), sufre movimientos accionariales que, en un momento dado, podrían condicionar la relación con su participada en nuestro país.

**TABLA 2 · INVERSIÓN PUBLICITARIA EN 2013**

	2012	2013	VARIACIÓN % 13/12
Televisión	1.797,1	1.662,4	-7,5 %
Prensa	731,1	622,7	-14,8 %
Internet	390,2	380,5	-2,5 %
Radio	372,2	332,6	-10,6 %
Exterior	307,0	271,7	-11,5 %
Revistas	287,8	233,9	-18,7 %
Dominicales	64,8	49,4	-23,8 %
Cine	19,4	17,4	-10,3 %
<b>TOTAL</b>	<b>3.969,6</b>	<b>3.570,6</b>	<b>-10,1 %</b>

FUENTE: IZP, ARCE MEDIA ELABORACIÓN MEDIA HOTLINE. GRUPO PLANETA INCLUYE ATRESMEDIA, LA RAZÓN Y PRISMA PUBLICACIONES. CIFRAS EN MILLONES DE EUROS Y EN PORCENTAJES.

## ¿E INTERNET?

La digitalización está transformando radicalmente el negocio de los medios de comunicación. Paulatinamente, los medios estrictamente digitales van captando una parte cada vez mayor de la cifra de negocio.

En España, y teniendo en cuenta solo la publicidad denominada gráfica o *display* (que incluye el vídeo *online*), la inversión alcanzó el año pasado los 380,5 millones de euros, con un descenso del 2,5 %. Con esa cifra, internet se convierte en el tercer medio por volumen de inversión, por delante de la radio y las revistas (Tabla 2). No se trata de la única aproximación, ya que la asociación IAB Spain realiza también una estimación de la publicidad contextual o de enlaces, que eleva la inversión total hasta 832 millones en 2013.

Solo si se tiene en cuenta la publicidad contextual, aparecería en España un grupo con una dimensión similar a los contemplados aquí. Se trataría de Google, al que fuentes del sector atribuyen el control

de la mayor parte de la publicidad contextual, lo que situaría su hipotética cifra de negocio en torno a los 500 millones de euros. Pero esto hipotéticamente, porque la compañía del conocido buscador no desagrega por países su cifra de negocio ni factura desde nuestro país, por lo que no es posible conocer su peso económico.

Por lo que se refiere a la posibilidad de que otras empresas o grupos de medios digitales tengan una relevancia similar a los grupos analizados, no parece muy verosímil. En el caso de estos, la parte de su negocio digital es todavía muy pequeña y aquellos acaparan la mayor parte de los recursos publicitarios existentes. ■