

Dos grupos de comunicación en crisis y una fusión en ciernes: el caso de Unidad Editorial y Vocento

Joaquín Sotelo González

Universidad Complutense de Madrid (España)

joaquin.sotelo@ccinf.ucm.es

Resumen

En el marco de la crisis del mercado de la comunicación en España, analizamos los retos de supervivencia de dos grandes grupos que operan en ese mercado: Vocento y Unidad Editorial. Desde 2012, pero con especial intensidad a lo largo de 2014, se han sucedido los rumores en torno a una posible operación de integración de ambos grupos que, hasta el momento, no ha resultado efectiva. No obstante, las expectativas respecto a eventuales acuerdos entre estas –y otras– compañías del sector continúan.

Palabras clave: Unidad Editorial, Vocento, fusión, medios en España.

Two Media Conglomerates in Crisis and a Merger in the Making: The Case of Unidad Editorial and Vocento

Abstract

In the time frame of the mass media market crisis in Spain we analyze the challenges of two big media conglomerates in difficult situation that operate in that market: Vocento and Unidad Editorial. Since 2012, but specially throughout 2014, there have been a lot of comments about one eventual merger between these companies but nothing has happened yet. However expectations regarding to possible agreements between these –or others– companies still keep going.

Keywords: Unidad Editorial, Vocento, media concentration, Spanish media.

1. INTRODUCCIÓN

Las dificultades económicas que atraviesa el sector de los medios de comunicación en España (Cabezuelo, 2013) han generado un escenario en el que son más que frecuentes las especulaciones sobre el futuro inmediato de las principales empresas que en España operan en este sector (Sotelo, 2014b). El descenso de las ventas de ejemplares en los quioscos parece no tener fin y, paralelamente, continúa un demoledor estancamiento de la inversión publicitaria, cuyo tímido crecimiento en 2014 –según InfoAdex– no ha resuelto en absoluto los problemas económicos que, desde 2008, acucian a los grupos de comunicación españoles –especialmente, a sus unidades de negocio de medios impresos. En este contexto, hemos asistido durante los últimos cinco años en España a profundos cambios en los principales conglomerados mediáticos: los redimensionamientos empresariales, las nuevas estructuras de propiedad, la refinanciación de deudas, la reorientación de estrategias, las desinversiones, las transferencias de activos y las fusiones se han convertido, entre otras operaciones, en noticias casi habituales en el sector de los medios españoles.

Aunque el ecosistema de medios mundial (Sotelo, 2014a) se asemeja cada vez más a un oligopolio global dominado por un puñado de gigantes corporaciones transnacionales, como NBC Universal, Time War-

ner, CBS, Sony, Vivendi, Viacom, News Corporation, Bertelsmann, Walt Disney, Facebook o Google, aún existen también empresas de orden y magnitud notablemente inferiores a estas, centradas principalmente en la explotación de mercados nacionales, como es el caso en España, donde podemos identificar ese modelo de coexistencia de empresas de comunicación más o menos nacionales que operan en distintos segmentos del mercado—impresión y audiovisual— integradas en grupos, entre los que constarían los dos que en este caso son objeto de nuestro interés: Unidad Editorial y Vocento.

Unidad Editorial es el único de los grandes grupos multimedia con fuerte implantación en España controlado prácticamente en su totalidad por una empresa extranjera: la italiana Rizzoli Corriere della Sera (RCS) Mediagroup, propietaria, entre otros activos, de los históricos periódicos *Il Corriere della Sera* y *Gazzetta dello Sport*. Por su parte, el actual Grupo Vocento es producto de la fusión que, en 2001, iniciaron, por una parte, Prensa Española—propietaria del diario *Abc* y controlada por las familias Ybarra y Luca de Tena— y, por otra, el Grupo Correo de Comunicación, de origen vasco y dueño de una docena de rotativos regionales, entre ellos, *El Diario Vasco*, y controlado por las familias Bergareche y Urrutia. Al igual que el resto de grupos de su sector, Unidad Editorial y Vocento han tenido que hacer frente a notables dificultades económicas durante los últimos ejercicios, lo que ha acabado suscitando la idea de una posible fusión de ambos o alguna forma de acuerdo entre ellos para la creación de un conglomerado más sólido y en mejor disposición de obtener beneficios a corto plazo. Ya en octubre de 2012, Borja Prado—en representación de Unidad Editorial— se reunía con el entonces presidente de Vocento, Enrique Ybarra, con la integración de ambos grupos como telón de fondo. A partir de ese momento, se han sucedido los hitos relativos a esa eventual operación, hasta llegar a la intensa reanudación de negociaciones al respecto durante el año 2014. Aunque nada aún se ha sustanciado, en 2015 continúan las especulaciones sobre el futuro de estos dos grupos (¿juntos?).

A lo largo de las siguientes páginas, tratamos de ofrecer una descripción del proceso más reciente de negociaciones entre estos dos grupos y de las claves para entender dicho proceso y sus resultados. Atendiendo a cierto orden cronológico y a partir de las informaciones a ello relativas publicadas por distintos medios de comunicación y otras fuentes, analizamos este caso, aún en proceso, de tentativa de concentración de medios en el mercado español.

2. UNIDAD EDITORIAL: UNA FILIAL DEFICITARIA EN MANOS DE UN GRUPO EN APUROS ECONÓMICOS

El actual Grupo Unidad Editorial es el fruto de la fusión, en 2007, de dos grupos preexistentes, UNEDISA y el Grupo Recoletos, con la italiana RCS Mediagroup como catalizadora y aglutinante final del proyecto de unión. Unidad Editorial es, según el Estudio General de Medios (EGM), la empresa líder en términos de audiencia agregada en el mercado español de prensa diaria –con cabeceras como *El Mundo*, *Marca*, *Expansión* y *Estadio Deportivo*. Además, dejando aparte otras unidades de negocio en las que también opera, como la formación, la distribución o la organización de eventos, Unidad Editorial está presente también en los mercados de radio –con *Radio Marca*–; de revistas –con *Telva*, *Yodona*, *Actualidad Económica*, *Marca Motor*, *El Cultural*, *La Luna de Metrópoli*, *La Aventura de la Historia*, *Fuera de Serie* y *Siete Leguas*, entre otras publicaciones–; de edición de libros –con *La Esfera de los Libros*– y de televisión –dispuso desde 2010 de un múltiplex nacional compuesto por cuatro canales, hasta que una sentencia del Tribunal Supremo obligó al cierre de dos de ellos en mayo de 2014¹.

Como en el caso del resto de grupos multimedia que operan en España, los números contables de Unidad Editorial no son buenos. Según ciertas estimaciones, en alguno de los últimos siete ejercicios –desde 2008 hasta 2015–, la filial española de medios le ha llegado a provocar a su matriz italiana agujeros de hasta 350 millones de euros anuales, sin que RCS Mediagroup acabe de ver opciones razonables de venta de esta filial para detener la sangría. Para el conjunto de 2013, el grupo italiano declaró unas pérdidas netas por encima de los 148 millones de euros, de los que casi la mitad correspondieron a los números rojos de su ramificación en España. Así las cosas, sus propietarios italianos han introducido mucha presión sobre la gestión de Unidad Editorial durante los últimos años en forma de recortes en plantilla y sueldos. A mediados de 2014, transcendían las noticias sobre una eventual reducción de los sueldos de sus empleados en un 8,5% para lograr un ahorro de seis millones de euros al año y sueldos de entre un 20% y un 30% menos que los veteranos para los nuevos empleados que se incorporaran a la empresa. Y todo ello, tal y como reconocía por aquellas fechas el propio presidente de la compañía, Antonio Fernández-Galiano,² para garantizar la supervivencia del grupo. Unidad Editorial destinó 13,9 millones de euros en 2014 al pago del último plan de bajas incentivadas que había sido aprobado por los trabajadores en septiembre de

2013, una cantidad que se sumaba a los 4,9 millones de euros que el grupo ya había abonado a aquellos trabajadores que dejaron la empresa antes de finalizar 2013. En 2014, salieron de *El Mundo*, *Marca* y *Expansión* un total de 114 periodistas. Prueba también quizá de la zozobra de Unidad Editorial es la inestabilidad directiva en la que se han visto sumidos algunos de sus proyectos, como la destitución de Pedro J. Ramírez como director de *El Mundo*, en enero de 2014, y con ello, su salida del proyecto global del grupo, o también la de su sucesor, Casimiro García-Abadillo, tan solo catorce meses después de ocupar el cargo que había dejado vacante Pedro J. Ramírez. Por otra parte, la transición a lo digital –con su apuesta de Orbyt– tampoco parece terminar de cuajar.

En el primer semestre de 2015, RCS Mediagroup declaró pérdidas por valor de 95 millones de euros y su deuda neta, que a finales de 2014 era de 482,5 millones de euros, se incrementó hasta los 526,3 millones. Sus ingresos descendieron desde los 611,1 millones de euros hasta los 591,9 millones y todos sus periódicos cayeron en difusión. El consejero delegado de la compañía, Pietro Scott Jovane, anunció en septiembre de 2015 su intención de negociar con los bancos una refinanciación de los préstamos que mantienen con ellos para insuflar un poco de aire a un grupo cuyas acciones se habían depreciado en la bolsa italiana en torno a un 10% entre mediados de agosto y mediados de septiembre de 2015. A buen seguro que esas malas cifras vinieron a aumentar aún más –si cabe– la tensión entre socios de la compañía, en especial, entre los Agnelli –propietarios de Fiat– y Diego Della Valle, dueño de la marca de moda Tod's y presidente del equipo de fútbol ACF Fiorentina. Ese malestar casi endémico en el seno nuclear de RCS Mediagroup se ha extendido en ocasiones a los Benetton y al anterior máximo accionista de la compañía, Giuseppe Rotelli, influyente empresario italiano. Algunos de estos socios no se han preocupado en exceso de disimular sus roces y los Agnelli y Della Valle incluso han mantenido enfrentamientos aireados públicamente por el rumbo tomado por la compañía.

A principios de agosto de 2015, transcendía la noticia³ de que RCS Mediagroup había aprobado un plan de negocio, con el horizonte puesto en 2018, que incluía cambios para parte de su división española. En concreto, RCS Mediagroup lanzaba la idea de integrar en una misma unidad de negocio específica a todas sus cabeceras deportivas, fundamentalmente *La Gazzeta dello Sport* y *Marca*, y a las empresas RCS Sport –especializada en la consultoría deportiva y en la gestión de los derechos de-

portivos del Giro de Italia y del maratón de Milán, entre otras competiciones— y Last Lap—la agencia de organización y comunicación de eventos que posee Unidad Editorial en España— para potenciar así su presencia en el mercado de los derechos deportivos, junto a los grandes actores del sector. Lo cierto es que aquel plan de negocio anunciado por RCS Mediagroup en agosto de 2015 se inscribía en un escenario más amplio y en el que la compañía italiana ocupaba una situación especialmente delicada que, a mediados de junio de 2015, le había llevado a comunicar a los representantes sindicales y a las plantillas de *Il Corriere della Sera* y *La Gazzeta dello Sport* su intención de ejecutar recortes por valor de 56 millones de euros, de los cuales 50 millones se detraerían de su división de prensa en Italia, muy afectada también por la caída sostenida y continuada de los ingresos publicitarios.⁴ Todos estos recortes se englobaban dentro de un extenso paquete de ajustes que se llevaba aplicando desde el año 2013 y con el que se preveía lograr ahorros en todo el grupo por valor de 220 millones de euros al cierre del ejercicio 2015. Del mismo modo, en su afán por mejorar sus números contables, RCS Mediagroup aprobó también a mediados de 2015, por una parte, la venta por unos 120 millones de euros de su división editorial, RCS Libri, al grupo Arnoldo Mondadori Editore, controlado por la familia Berlusconi,⁵ y por otro lado, la estrategia de deshacerse de activos no vinculados a su negocio principal, logrando acuerdos como el alcanzado con Blue Ocean SRL para venderles el 44,4% de la participación de RCS Mediagroup en el Grupo Finelco por 21 millones de euros, que se abonarían al cierre de la operación, prevista para finales de septiembre de 2015.

La idea de integrar en una misma unidad de negocio específica a *La Gazzeta dello Sport* y *Marca* y a las empresas de eventos RCS Sport y Last Lap causó cierta extrañeza en Unidad Editorial, porque, al contrario de lo que se apuntaba desde RCS Mediagroup, no parecían claros ni el ahorro de costes ni el aumento de ingresos previstos derivados de esta operación. Se sospechaba entonces que desvincular *Marca* del resto de los (deficitarios) rotativos de Unidad Editorial tenía básicamente la intención de separar la “buena prensa”⁶ de la “mala prensa” de la compañía, quizá para elaborar distintos planes de gestión futura o quizá para quedarse solo con la parte con potencial de negocio en caso de una posible venta en el futuro.

3. VOCENTO: MALOS TIEMPOS PARA EL NEGOCIO

El actual Grupo Vocento es producto de la fusión que, en 2001, iniciaron Prensa Española –propietaria del diario *Abc* y controlada por las familias Ybarra y Luca de Tena– y el Grupo Correo de Comunicación, dueño de una docena de rotativos regionales, entre ellos *El Diario Vasco*, y controlado por las familias Bergareche y Urrutia. Aunque la estructura de propiedad de Vocento se ha ampliado en los últimos años con la presencia de nuevas sociedades, sigue estando mayoritariamente controlado por las familias mencionadas. A partir de los pésimos datos del ejercicio económico de 2011 –en el que Vocento registró 53,5 millones de euros de pérdidas– y de la negativa evolución bursátil posterior de la empresa, los dos grupos familiares que controlan el grupo –los Ybarra y los Luca de Tena, por un lado, y los Bergareche y los Urrutia, por otro– se han enfrascado con frecuencia en luchas intestinas por el control del Consejo de Administración del grupo.

Con *Abc* como buque insignia, Vocento cuenta, además, con doce periódicos regionales –*El Diario Vasco*, *El Correo*, *El Diario Montañés*, *El Norte de Castilla*, *La Verdad*, *Ideal*, *Hoy*, *El Comercio*, *Sur*, *La Rioja*, *Las Provincias* y *La Voz de Cádiz*. Al igual que Unidad Editorial, Vocento también contaba con un múltiplex de TDT –bajo la denominación de *Net TV* y participado por The Walt Disney Company Iberia–, en cuyas cuatro frecuencias llegaron a emitir *Intereconomía TV*,⁷ *Disney Channel*, *Paramount Channel* y *MTV Music* –estas dos últimas, propiedad del gigante estadounidense de la comunicación Viacom.⁸ Tras la sentencia del Tribunal Supremo que declaró ilegal el reparto de canales hecho en 2010, durante el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, y que obligó a cerrar en mayo de 2014 nueve de ellos –dos de Vocento–, *Net TV* dispone en la actualidad de dos canales de TDT nacionales: los explotados por *Disney Channel* y por *Paramount Channel*. También en el área audiovisual, Vocento dispone de varias productoras y distribuidoras de contenidos, tales como *Europroducciones*, *BocaBoca* y *Hill Valley*, agrupadas todas ellas en el holding *Veralia Contenidos Audiovisuales*. A finales de 2012, Radio Popular –*Cadena COPE*– absorbía la emisora radiofónica de Vocento, *Abc Punto Radio*, participada también hasta entonces en un 20% por el veterano periodista Luis del Olmo y su familia, y que era uno de los negocios que más venían lastrando la marcha del grupo, que asimismo había decidido unos meses antes el cese de actividad de su dia-

rio gratuito *Qué!* –no así de su edición online–, cerrado a finales de junio de 2012 ante el imparable descenso de sus ingresos publicitarios.

Al igual que sus competidores, Vocento también se ha visto inmerso, especialmente durante los últimos cinco años, en un contexto sectorial casi dramático. La deuda financiera neta de Vocento se situaba en marzo de 2014 en 157 millones de euros, lo que había llevado al grupo mediático a cerrar en febrero de ese mismo año una operación financiera por la que dispondría de 175 millones de euros en los años siguientes. Nueve entidades bancarias tomaban parte en aquella operación que garantizaba al conglomerado casi un lustro de tranquilidad, puesto que se alargaban hasta 2018 y 2019 los vencimientos de préstamos anteriores. En un hecho relevante remitido a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el grupo mediático informaba de la firma, el 21 de febrero de 2014, de una operación de financiación sindicada a largo plazo por importe de 175.274.507 euros. Esta financiación se dividía en dos tramos. El primero de ellos quedaba subdividido, además, en un préstamo mercantil amortizable con vencimiento en octubre de 2018 por importe de 75 millones de euros y en un préstamo mercantil *bullet* a cinco años por importe de otros 55 millones de euros. En segundo lugar, Vocento pasaba a disponer de una línea de crédito *revolving* a cuatro años por importe de 45.274.507 euros. En sus cuentas para el conjunto de 2014, hechas públicas en febrero de 2015, Vocento declaraba pérdidas por valor 22,3 millones de euros, lo que suponía un 47% más que en 2013. Y no era la única variable negativa de aquel balance, porque las cuentas de 2014 reflejaban también un descenso del 6,6% de sus ingresos, atribuido por Vocento al cierre de sus dos canales de televisión, a la menor venta de ejemplares en los quioscos y al frenazo de la actividad de su departamento de contenidos. Pero no todo eran malas noticias en la memoria de cuentas de 2014, ya que también se ponía de manifiesto que la situación financiera de Vocento había mejorado, en términos absolutos, puesto que su deuda se había reducido un 15,7% respecto al ejercicio anterior, desde los 149,3 millones de euros de deuda a finales de 2013 hasta los 125,9 millones de euros al cierre de 2014.

4. LA (NO) FUSIÓN

Detrás de las cifras tanto de Unidad Editorial como de Vocento se encuentra la realidad de dos grupos en incesante búsqueda de soluciones a sus respectivas asfixias económicas. Ya en 2013, pero especialmente en 2014, los dos conglomerados mantuvieron encuentros para valorar las posibilidades de fusión de ambas compañías y crear un conglomerado de medios de referencia en España. El proceso no ha llegado a buen puerto tras casi dos años y numerosas rondas de negociaciones, entre otras razones, por la dificultad para definir la cúpula directiva de la empresa resultante y por las pugnas existentes en cuanto a la distribución de las acciones, aspecto este último fundamental para el avance del proceso y en el que ninguna de las partes parece dispuesta a ceder.

Los propietarios italianos de Unidad Editorial se marcaron el final de 2014 como fecha límite para encontrar una solución a su filial española, pero la falta de cristalización de las negociaciones con el grupo editor de *Abc* parece haber frustrado una de las opciones que RCS Mediagroup veía como más factibles para resolver su particular “cuestión española”. El propio presidente ejecutivo de Unidad Editorial, Antonio Fernández-Galiano, llegó a considerar públicamente “inevitables” las fusiones. En un acto celebrado en Sevilla a mediados de junio de 2014, Fernández-Galiano alertó del riesgo de “fragmentación” en el sector de los medios de comunicación en España y abogó por la necesidad de “medios sólidos y fuertes, incompatibles con la fragmentación”. Para él, las fusiones se presentaban como la respuesta “inevitable” a la contracción del negocio en el sector, un sector que, por las fechas en las que pronunciaba Fernández-Galiano estas palabras –mediados de 2014–, registraba una caída del 51% en la facturación publicitaria y de un 35% en las ventas de ejemplares desde el inicio de la crisis económica en España –año 2008.

A mediados de 2014, Unidad Editorial y Vocento se marcaban como límite enero de 2015 para alcanzar algún tipo de alianza estratégica que les permitiera ser más rentables a corto plazo, logrando (unidos) tal vez determinados ahorros en la distribución y mejores condiciones en la parcela comercial. Por aquellas fechas, ambos conglomerados habían hecho públicas sus cuentas semestrales, que reflejaban pérdidas de 4,1 millones de euros, en el caso de Vocento, y de 16 millones de euros para Unidad Editorial,⁹ lo que, obviamente, colocaba a Vocento en una posición negociadora ventajosa. En las negociaciones, se plantearon enton-

ces varias hipótesis. Por un lado, se barajó la venta de parte de Unidad Editorial a Vocento, con lo que el grupo de *Abc* se haría con algunos de los activos de su competidor, como *El Mundo*, *Marca* o *Expansión*. De concretarse esta posibilidad, los diarios *Abc* y *El Mundo* estarían abocados a una fusión. La otra opción sobre la mesa planteada por entonces era una alianza estratégica entre ambos conglomerados que no condujese necesariamente a una fusión de periódicos, lo que permitiría que todos ellos siguieran editándose, al menos de forma temporal. En cualquier caso, todo apuntaba a la buena voluntad de ambos grupos para encontrar acuerdos, especialmente quizás en el caso de Unidad Editorial, dada su apremiante circunstancia económica, marcada por una muy elevada deuda de alrededor de 275 millones de euros (debidos, por cierto, a RCS Mediagroup, y no a entidades financieras, por mor de las sucesivas ampliaciones de capital aprobadas por su matriz italiana), y por el indisimulado interés de sus propietarios italianos por encontrar salidas a su unidad de negocio española, de la que ya llevaban tiempo queriendo desprenderse.¹⁰ Las negociaciones estuvieron protagonizadas por Rodrigo Echenique, presidente por entonces del Consejo de Administración de Vocento y uno de los grandes impulsores de la operación de alianza, y por Borja Prado, presidente de Mediobanca, banco de inversión italiano en posesión del 10% de RCS Mediagroup. El gran escollo: la abultada deuda arrastrada por Unidad Editorial, que condicionaba que más que de una fusión, se hablara directamente de una absorción de Unidad Editorial por parte de Vocento.

Junto al gran lastre de la deuda arrastrada por Unidad Editorial y también en relación con ello mismo, el reparto del accionariado de la empresa resultante de las negociaciones era otra de las grandes cuestiones por resolver. Por volumen de negocio, lo más lógico era que RCS Mediagroup dirigiera el curso del nuevo holding, pero no conviene olvidar que el conglomerado italiano solo negociaba una alianza de su división en España. Además, mientras que RCS Mediagroup controla casi el 100% de Unidad Editorial, Vocento está repartida en múltiples participaciones de las diferentes familias que componen su Consejo de Administración. El escenario respecto a la empresa resultante se presentaba un tanto paradójico, con el grupo italiano controlando el grueso del accionariado y con el control de la dirección empresarial en manos de la suma de los diferentes accionistas provenientes del grupo Vocento. De hecho, precisamente el control de un paquete accionarial mayoritario de la sociedad resultante era condición *sine qua non* impuesta

por RCS Mediagroup para seguir adelante en la integración: aunque no alcanzara el 51%, sí garantizarse ser la primera minoría. Y para ello, el propio presidente del grupo italiano, Pietro Scott Jovane, no dudó en visitar Madrid en septiembre de 2014 para supervisar a pie de obra las negociaciones. Por su parte, los consejeros de Vocento también pusieron sus condiciones, como que cualquier iniciativa de fusión debía implementarse sin desembolso de fondos. Y latente detrás de todo ello, el delicado asunto del reparto de cargos de dirección en la empresa resultante de la alianza; en principio, con Rodrigo Echenique como el mejor posicionado para encabezarla, pero con la irrupción, en el transcurso de las negociaciones, del nombre de Antonio Fernández-Galiano para pugnar con Echenique por aquel puesto. Más allá del debate sobre quién ocuparía la cúpula de la posible nueva empresa, también se iba haciendo evidente un hecho potencialmente muy doloroso para algunos: que con la fusión, sobrarían cargos directivos.

El Consejo de Administración de Vocento, convulso por naturaleza y muy proclive al conflicto interno enconado y permanente, ha constituido en sí mismo también un obstáculo a la fusión, de la que siempre han sido partidarios la facción –conocida como “sector rebelde”– encabezada por los Urrutia, los Bergareche y Jaime Castellanos (proveniente del extinto Grupo Recoletos). Desde 2012, especialmente, no han sido pocas ni livianas las luchas internas de poder entre las familias de Vocento, que encontraron cierta tregua en abril de 2014 con el nombramiento de Rodrigo Echenique como presidente del grupo, en sustitución de Enrique de Ybarra. Un cambio de timón que propiciaron los Urrutia, los Bergareche y Jaime Castellanos, gracias al apoyo de las hermanas Luca de Tena. De hecho, fue este cambio al frente del grupo el que sirvió precisamente para abrir la opción de alguna fusión con otra compañía. El Consejo de Administración de Vocento está formado por doce miembros. El “independiente” Rodrigo Echenique, de marcado perfil gestor, es el presidente desde abril de 2014 y Luis Enríquez es el consejero delegado desde abril de 2012. Los Ybarra tienen tres miembros: Enrique de Ybarra, Álvaro de Ybarra y Churruca y Santiago de Ybarra Zubiría. Los Luca de Tena disponen de un consejero (Soledad Luca de Tena), al igual que los Urrutia (Juan Ramón Urrutia) y los Bergareche (Santiago Bergareche). Completan este complejo puzzle, el vicepresidente, Gonzalo Soto Aguirre, Jaime Castellanos y, finalmente, los también independientes Miguel Antoñanzas y Fernando Azaola.

El futuro de *Abc* y *El Mundo* también viene suponiendo un auténtico quebradero de cabeza para un posible acuerdo de integración de ambos grupos, que se complementan bien en otros apartados, pero que en el ámbito de la prensa generalista compiten en cierta manera en un mercado menguante. Unidad Editorial explota un diario económico –*Expansión*– y uno deportivo –*Marca*–, áreas en que Vocento no está presente. Y del mismo modo, los regionales del grupo Vocento serían una adición de mucho valor para un eventual holding resultante. Sin embargo, por lo que respecta a sus cabeceras generalistas, la convicción de los expertos generalizada en el sector es que las sinergias de una hipotética fusión solo se optimizarían realmente con la eliminación de una de ellas. Y ni Unidad Editorial ni Vocento, por distintas razones, parecían –ni parecen ni, probablemente, parecerán– dispuestas a prescindir de esos buques insignia respectivos. Y la cuestión de la desaparición de *El Mundo* o de *Abc* introduciría en el ya de por sí complejo panorama de las negociaciones otros elementos de distorsión de la mano, entre otros, de Pedro J. Ramírez, fundador de *El Mundo* y totalmente contrario a la desaparición de “su” periódico, y de las hermanas Luca de Tena, herederas del fundador de *Abc*, Torcuato Luca de Tena, responsables de su legado y –una de ellas– con voz y voto en el Consejo de Administración de Vocento. De hecho, el plan de las hermanas Luca de Tena, Catalina y Soledad, era que *Abc* quedara desgajado de una posible fusión de Unidad Editorial y Vocento. Para ello, las hermanas tenían prevista la formación de una nueva compañía diferente y autónoma, ajena a la estructura de la sociedad Vocento-Unidad Editorial, de la que, de producirse una fusión de estos grupos, pasaría a depender el diario *Abc*, que quedaría así ajeno a integraciones y bajo control total y absoluto de la familia fundadora del diario.

A todo el complicado entramado de variables expuestas en los párrafos anteriores, hay que sumarle un acontecimiento inesperado: la muerte de Emilio Botín el 10 de septiembre de 2014, que, sin duda, perjudicó notablemente a la transacción que por aquellas fechas se negociaba intensamente, porque con el fallecimiento del presidente del Banco Santander, Rodrigo Echenique –exconsejero delegado del propio banco y aún miembro de su Consejo de Administración– perdía su principal respaldo. Más en general, sin el liderazgo de Botín, la tendencia a la concentración de los medios de comunicación en España se quedaba sin padre espiritual, y la idea de crear un gran grupo de comunicación de centro-derecha se desvanecía. El inesperado suceso dejaba en el aire la es-

trategia de Banco Santander –crucial para el sector– respecto a los medios de comunicación, a la espera de la nueva etapa de la entidad bancaria con Ana Patricia Botín al frente.

La idea de aglutinar a los medios de comunicación con línea editorial conservadora no solo obedece al criterio económico de que en España no hay espacio (mercado) para tres periódicos nacionales con esa línea –*Abc*, *El Mundo* y *La Razón*–, sino que también responde a intencionalidades políticas. En cierta manera, ha sido una constante histórica durante los años de democracia en España: Felipe González, con Prisa; José María Aznar, con un finalmente fallido intento de crear un gran grupo multimedia afín en torno a Telefónica; y José Luis Rodríguez Zapatero, con Mediapro. A mediados de junio de 2015, tras el varapalo electoral recibido por el Partido Popular en los comicios municipales y autonómicos del 24 de mayo, *El Confidencial* publicada una información¹¹ según la cual, desde la Secretaría de Estado de Comunicación –con Carmen Martínez de Castro a la cabeza– y el Ministerio de Industria –con el propio ministro José Manuel Soria al frente– habían tanteado a Vocento, Unidad Editorial, COPE y 13TV para proponerles crear un “gran grupo mediático amigo” en 2016, como contrapeso a las “díscolas” Mediaset, Atresmedia y Prisa, enfrascadas en sus propios intereses y, por ello, cada una de ellas con distintos grados de “desintonía” con el Gobierno de Mariano Rajoy.

Pero volviendo a nuestra cronología de acontecimientos en torno a las negociaciones entre Vocento y Unidad Editorial durante el verano de 2014, apenas unos días después de la muerte de Botín, Banco Santander filtra un documento interno, del que se hacen eco diversos medios, en el que, básicamente, se desaconseja la fusión, dado que –según dicho informe– el nivel de deuda del holding resultante sería inasumible en función de los beneficios conjuntos de Unidad Editorial y Vocento. Ajustar esa deuda –decía el informe– implicaría asumir un deterioro adicional a los más de 725 millones de euros que RCS Mediagroup ya había aportado en los últimos años para sufragar la rebaja del valor de su filial española. El informe iba más allá y avisaba de que la integración que se estaba negociando no era la de más sentido. Justificaba la racionalidad de una fusión en el mercado español de periódicos, fundamentalmente entre la prensa conservadora, ya que la forma de maximizar las sinergias es –añadía el informe– “reducir el número de jugadores”, pero matizaba que el acuerdo óptimo en ese sentido sería sumar *Abc* y *La Razón*. La firma de análisis abogaba por mantener en el mercado tanto a *Abc* como a *El Mundo*, li-

mando aristas editoriales y de target de audiencia de estos rotativos con el fin de ofrecer una oferta lo más complementaria posible.

Las negociaciones mantenidas por Unidad Editorial y Vocento a lo largo de 2014 se fueron enfriando poco a poco hasta ser prácticamente abandonadas en otoño de ese mismo año. En Vocento, aumentaron los celos a la operación, recordando que la deuda de Unidad Editorial era muy superior a la suya y que los datos de ingresos publicitarios iban a mejor en los diarios regionales de Vocento. Y también que el Ebitda anual de 2013 y 2012 –el beneficio bruto de explotación antes de impuestos y otros gastos financieros– había sido más positivo para el grupo editor de *Abc*, como destacó el propio consejero delegado del grupo, Luis Enríquez, en un artículo publicado en su día por *Abc*. También se argumentaba que Vocento había adoptado duras medidas de ahorro necesarias para sanear la empresa, mientras que, a juicio de algunos miembros del grupo, en Unidad Editorial todavía habría que acometer más recortes. El enfriamiento de las negociaciones llevó incluso a Unidad Editorial a valorar operaciones con otros socios, en concreto, con el grupo mexicano Milenio, con el que, a finales de septiembre de 2014, Unidad Editorial anunció un limitado acuerdo de colaboración editorial entre cabeceras de ambos grupos, quizá como germen o anuncio de posibles acuerdos futuros de mucho mayor calado.

Después del enfriamiento, a finales de año, de las negociaciones mantenidas a lo largo de 2014, con la llegada de Santiago Bergareche a la Presidencia de Vocento, en marzo de 2015, en sustitución de Rodrigo Echenique, que pasaba a presidir la división española del Banco Santander, se vuelve a relanzar la idea de una posible fusión Vocento–Unidad Editorial. Respecto a la financiación de la operación de fusión, surgen entonces dudas sobre qué entidad o entidades estarían dispuestas a participar en ella, pero con Rodrigo Echenique en ese momento como vicepresidente del Banco Santander y hombre de máxima confianza de Ana Patricia Botín, la entidad financiera volvía a postularse como uno de los posibles impulsores externos de la operación. Por su parte, Unidad Editorial también envía ciertas señales por esas mismas fechas –primavera de 2015– para favorecer el relanzamiento de las negociaciones, como los cambios al frente del diario *El Mundo*, en cuya dirección se sitúa, el 25 de mayo de 2015, a David Jiménez, en sustitución de Casimiro García-Abadillo. El anuncio de la reanudación de negociaciones provocó que Vocento se disparara en bolsa ante los nuevos rumores de fusión. A media

mañana del 12 de junio de 2015, las acciones de la editora llegaron a alcanzar picos de revalorización próximos al 20%. Pero la revitalización de los rumores duró poco, porque el 30 de julio, *El Confidencial* publicaba una entrevista con Luis Enríquez,¹² consejero delegado de Vocento, en la que el directivo negaba rotundamente cualquier atisbo de posible acuerdo entre grupos: “La realidad –apuntaba Enríquez– es que no estamos ni a 1.000 kilómetros de eso [de la fusión con Unidad Editorial]”. En la introducción a la entrevista, *El Confidencial* informaba de que Vocento había vuelto al beneficio en el primer semestre de 2015 por primera vez desde 2007, después de una serie de duros ajustes que habían devenido en el cierre de medios del grupo, en el redimensionamiento de cabecezas como *Abc* y en la venta de activos, como los terrenos de su propia sede en Madrid. Ese duro ajuste –se decía en la información– había dado como resultado consecuencias positivas, como que *Abc* hubiera contenido sus pérdidas millonarias tras varios años en números rojos y que, hasta junio de ese año (2015), el rotativo “solo” había arrojado pérdidas por valor de 900.000 euros. En este escenario, Luis Enríquez dejaba clara su postura –y la del Consejo de Administración y la Junta de Accionistas de Vocento–: “Nosotros, en este momento, no estamos en una situación de necesidades financieras acuciantes”.

5. A FUTURO

Que corren malos tiempos para algunos negocios de la comunicación en España es algo ya conocido por todos. La crisis económica y financiera; la revolución digital y los nuevos hábitos, gustos y necesidades del público, entre otras razones, están transformando el mercado. Y las empresas del sector se encuentran en un delicado momento de transición al que, bajo amenaza de desaparición, deben necesariamente hacer frente. No es sencillo. A lo largo de las páginas anteriores hemos intentado aproximarnos al estudio de un caso –o quizá más correcto sería decir de “dos casos”– en cuyo desarrollo se aprecia perfectamente la complejidad de ciertos procesos y las dificultades para aunar tamaña cantidad de intereses, sensibilidades y culturas empresariales. Y a ello hay que sumarle otros factores exógenos que, desde fuera, influyen o pueden hacerlo en distinto grado sobre el tablero de juego en contra o a favor de movimientos de piezas a veces lógicos y a veces contra natura. Eso sí, las estrecheces en que viven hoy los medios de comunicación pueden con todo. O casi.

Notas

1. Unidad Editorial no llegó a explotar directamente ninguno de aquellos cuatro canales nacionales de TDT de los que llegó a disponer desde 2010 hasta mayo de 2014 –momento en que hubo de cerrar dos de ellos: los ocupados entonces por *AXN* y por *LTC*–, sino que fueron ocupados en régimen de alquiler por *AXN* –de Sony–; por *13TV* –de la Conferencia Episcopal Española–; por *Discovery Max* –de Discovery Networks International y que ocupó desde enero de 2012 la frecuencia dejada por el frustrado proyecto de canal generalista *Veo TV*– y por un canal de televenta –*LTC*– que hasta julio de 2013 ocupaba la desaparecida *Marca TV*, un proyecto común de Unidad Editorial y Mediapro que, tras tres años de emisión, tuvo que suspender su señal por razones económicas, jurídicas y regulatorias.
2. <http://vozpopuli.com/Economia-y-finanzas/44408-unidad-editorial-pretende-ahorrarse-6-millones-de-euros-con-una-rebaja-salarial-del-8-5>.
3. http://www.elconfidencial.com/comunicación/2015-08-03/rcs-unira-marca-y-la-gazzetta-dello-sport-en-una-misma-unidad-de-negocio_950277/
4. En la presentación de sus resultados del primer trimestre de 2015, RCS Mediagroup ya alertaba de la caída drástica del mercado publicitario en Italia y su peor comportamiento incluso que en España. Hasta marzo, los ingresos por esta vía habían descendido un 9,1% en comparación con el mismo trimestre del año anterior.
5. Si esa venta se consuma, como todo parece indicar, dejaría en manos de Silvio Berlusconi el 40% del sector del libro en Italia y RCS Mediagroup renunciaría a una actividad que conforma una parte muy significativa de su identidad empresarial.
6. La difusión de la edición de papel de *Marca* ronda los 150.000 ejemplares y la de *La Gazzetta dello Sport*, los 200.000 ejemplares. Las ediciones digitales de ambos periódicos también apuntan al alza, pues *Marca.com* recibía en septiembre de 2015 un 6,2% más de visitas de usuarios únicos al mes que un año atrás y *Gazzetta.it*, un 41,7% más. No obstante, los ingresos que obtienen los grupos a través de Internet solo representan una pequeña porción del total de los que declaran. De hecho, en Unidad Editorial solo representan el 16,4%.

7. *Intereconomía TV* cerró su señal nacional finalmente el 13 de febrero de 2014. A partir de ese momento, solo emite una programación propia en Madrid y en la Comunidad Valenciana, regiones en las que el Partido Popular le concedió licencias locales.
8. Viacom decidió también en febrero de 2014 suprimir la señal de *MTV* en abierto y traspasarla a Canal +. Continúa, sin embargo, con su oferta cinematográfica de *Paramount Channel*, que ocupa desde marzo de 2012 la frecuencia del frustrado canal generalista de Vozcento, *La 10*.
9. Durante el primer semestre de 2014, el negocio de RCS Mediagroup en España obtuvo 176 millones de euros de ingresos, frente a 194 millones de euros obtenidos en el mismo período del año anterior.
10. En noviembre de 2013, RCS Mediagroup ofreció a José Manuel Lara la posibilidad, finalmente frustrada, de que su grupo, Planeta, se hiciera con Unidad Editorial.
11. http://www.Elconfidencial.com/comunicación/2015-07-30/estamos-a-1-000-kilometros-de-una-fusion-con-el-mundo_947194/.

Referencias documentales

- ALMIRÓN, Nuria. 2010. **Journalism in Crisis. Corporate Media and Financialization**. Hampton Press. New York (Estados Unidos).
- CABEZUELO LORENZO, Francisco. 2013. Cinco años de crisis en el mercado de la comunicación (2008-2013). **Revista de Historia de la Comunicación Social**. Vol. 18: 703-715.
- SOTELO GONZÁLEZ, Joaquín. 2014a. Medios de comunicación en España. El reto de contarlos en una hora. **Cuadernos de la UMER**. Nº 82: 3-18.
- SOTELO GONZÁLEZ, Joaquín. 2014b. “Quo vadis, Prisa? La caída de un imperio”, en RODRÍGUEZ TERCEÑO, J. y FERNÁNDEZ PARADAS, A. R. (coords.). **Nuevas culturas y sus nuevas lecturas**. pp 619-629. McGraw Hill/Interamericana de España. Madrid (España).

Sitios web:

Aimc.es (Estudio General de Medios)

Cnmv.es (Comisión Nacional del Mercado de Valores)

Elmundo.es

Elconfidencial.com

Infoadex.es

Rmc.es (Registro Mercantil Central)

Unidadeditorial.es

Vocento.com

Vozpopuli.com