LA TRAMA

https://www.alfdurancorner.com/articulos/la-trama.html

Focus: Economía

Fecha: 16/05/2019

Hace unas semanas se cerró definitivamente la venta del Grupo Z de medios de comunicación a Prensa Ibérica, con amplios intereses en el mismo sector. Parecería una noticia económica como otra cualquiera, pero no lo es. Es una noticia que oculta las maniobras del sector financiero español contra el hipotético control de Z por parte de Mediapro, una multinacional de origen catalán gestionada por sus fundadores, pero cuyo principal accionista es el grupo inversor chino Orient Hontai Capital.

El lobby financiero, que maneja desde la distancia las riendas del poder en el Estado, siempre se ha sentido incómodo frente a Jaume Roures y Tatxo Benet (dos personalidades independientes y no necesariamente independentistas), que han financiado documentales como *"Las cloacas de Interior"* o *"Causa especial 2907/2017"*, ambos muy críticos con el gobierno central.

No es necesario recordar el maridaje de los lobbies con la *"alta política"*, maridaje que ha construido un modelo estable en las sociedades liberal-conservadoras, entre las que se encuentra el Estado español. Este maridaje explica mejor que nada las razones de la venta del grupo Z y la forma en que se ha llevado a cabo.

Hay que ahondar en la historia para comprender la trama y sus principales agentes.

Empezaremos por el comprador (Prensa Ibérica), cuyos fundadores y principales accionistas son Javier Moll y su esposa Arantxa Sarasola. Javier Moll era a finales de los setenta un joven abogado que ejercía de comercial en el extinto Banco Atlántico de San Sebastián. Arantxa Sarasola era la hermana de Enrique Sarasola, también joven empresario pero con una firme trayectoria de éxitos en Colombia, Estados Unidos y España, y un vínculo personal muy estrecho con el líder socialista Felipe González. Con este escudo protector, el matrimonio adquirió en 1978 Prensa Canaria, con dos diarios, aunque oficialmente el comprador fue la empresa Inversiones, Servicios y Comercio, controlada por Enrique Sarasola.

El gran impulso se produjo en 1982, cuando el PSOE alcanzó el poder en el gobierno del Estado y al cabo de dos años subastó algunas cabeceras de la denominada *"prensa del Movimiento"*. El nuevo grupo, apadrinado por Enrique Sarasola, se hizo con ellas. Prensa Ibérica siguió creciendo, con la adquisición por ejemplo de *"El Faro de Vigo"* en 1986. Prensa Ibérica es hoy una sociedad consolidada, aunque padece el mismo tipo de problemas que todos los medios de papel (reducción de márgenes de explotación y caída de la difusión).

Sobre el vendedor poco hay que añadir a lo que ya es público: el grupo Z llevaba mucho tiempo en una situación de quiebra técnica. Los principales acreedores mantenían una extraña posición en *standby*. Sólo hay que mencionar que en 2017 su cifra de negocios fue de 136 millones de euros y sus pérdidas de 20,7 millones. El grupo estaba en venta, pero nadie quería asumir el pasivo que arrastraba. Sólo a la banca (sin contar la deuda a Hacienda y la Seguridad Social) se debían 99 millones de euros.

En esta situación, la banca –que era la propietaria real del grupo- decidió plantear una quita del 50% sobre la deuda, con objeto de estimular al posible comprador. Y el mecanismo funcionó: Prensa Ibérica, Henneo, Vocento y Mediapro acudieron a la cita.

Veamos el perfil de los agentes. Por parte de la banca tenemos Caixabank, con una exposición de 23 millones de euros, que se constituyó en el líder del bloque bancario. Luego estaba el Santander, que a través del Popular tenía 30 millones. El resto (BBVA, Sabadell, Institut Català de Finances, Kutxa, etc.) tenían riesgos menores.

Por parte de los interesados y también con cuentas cerradas del 2017, tenemos a Vocento (ingresos de 423 millones y 18 millones de beneficios), Henneo (128,6 millones de ingresos y pérdidas de 692.000 euros), Prensa Ibérica (ya citada) 175 millones de ingresos y 2,3 millones de beneficios, y, por último Mediapro 1649 millones de euros y 145 millones de beneficios. Es evidente que no todos tenían la misma musculatura financiera.

Las negociaciones se alargaron hasta el límite y al final quedaron dos opciones: Prensa Ibérica y Mediapro. La banca cerró la operación con la primera (con una quita del 70%), a pesar de que la segunda había ofrecido diez millones más, lo que suponía aliviar el peso de la misma ¿Por qué? En términos económicos no tenía ningún sentido; ni para los acreedores, ni para los empleados del grupo Z, ni para los accionistas minoritarios. Luego, ¿para quién tenía sentido?

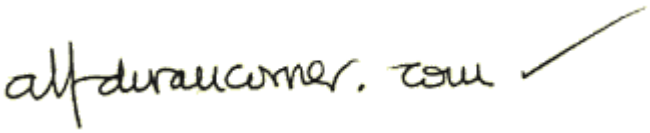
Quizás para esos seudo oligarcas que señorean en el desierto económico de un Estado en quiebra.

Ya hemos señalado que Caixabank (con una fuerte exposición, aunque algo menor que el Santander), se había erigido en el responsable de la venta. Sigamos la pista: el principal accionista de Caixabank es la Fundación Bancaria de La Caixa (un ente extraño en el que sus directivos ejercen de *okupas*), cuya cabeza dominante es el señor Fainé. En cuanto al Santander (que algunos definen como el cortijo de la familia Botín, aunque su participación accionarial sea pequeña) lo preside la señora Botín. Tanto el señor Fainé como la señora Botín (el primero de forma velada y la segunda de forma explícita) son partidarios de una España única e indivisible, que imagino veían peligrar si Mediapro tomaba el control de Z (el estúpido mantra de *"España se rompe"*).

Otras sospechosas coincidencias es que las entidades a su cargo son accionistas del grupo Prisa, con quien además mantienen líneas importantes de crédito. Prisa ha tenido un contencioso jurídico muy importante con Mediapro, del que ha salido mal parado. Prisa lleva años en caída libre, con pérdidas explosivas: 1029 millones en el 2013, 2309 en el 2014 y, después de una ligera recuperación, 236 millones en el 2018.

Si añadimos a todo esto los vínculos históricos de Prensa Ibérica con el PSOE, podemos empezar a comprender el resultado final de la operación. Los políticos acaban siendo unas marionetas en manos de los lobbies financieros, que además, gracias a la fragmentación del accionariado, no tienen que dar ninguna explicación a sus accionistas, a los que les basta un pequeño

regalo y una presentación en *power point*, en el improbable caso de que se les ocurra acudir a la junta general.

La adquisición del grupo Z por parte de Mediapro hubiera sido estratégicamente lo más razonable (siendo la segunda una fábrica de contenidos bien gestionada). Es cierto que la prensa de papel es un sector en declive, que irá encogiéndose paulatinamente, pero si alguna empresa del sector podía gestionar un grupo en ese entorno tan convulso y complejo, esa empresa era Mediapro. Y todo esto era tan evidente que el más necio de los ejecutivos habría sido capaz de comprenderlo.

La trama que han urdido unos pocos miembros de *la casta extractiva*, posesos de la ideología dominante, ha roto las reglas de juego de lo que es o debería haber sido una operación más en un mercado competitivo y abierto.