

## **El sector de medios de comunicación en el contexto de los sectores empresariales españoles**

***Dra. María Jesús Díaz González***

Universidad SEK  
mjdiaz@sekmail.com

### **Resumen**

El artículo desarrolla un posible método para estudiar la relación del sistema de medios de comunicación con el resto del sistema social. Se centra en comprobar la importancia del sector de los medios como sector empresarial, para obtener datos sobre su relevancia económica en comparación con el resto de sectores económicos del país. Para el análisis se utiliza una muestra de más de 5.000 empresas domiciliadas en España y seleccionadas según su facturación en 2003. Se concluye que la importancia de este sector no deriva tanto de sus datos económicos sino de su capacidad de influencia y poder.

### **Palabras clave**

Economía de los medios de comunicación. Grupos de comunicación. Empresa informativa.

### **Abstract**

This paper develops a methodology to study the relationship between the media sector with the rest of the social system. It is focused in proving the importance of the media sector as a business and economic sector, to obtain data of its economic relevance compared with the rest of economic sectors in Spain. For the analysis a ranking of the biggest companies in net income in 2003 from the Spanish economy is taken. It concludes that the importance of this sector does not come

from its economic data but from its influence and power on the social reality of a country.

### **Key Words**

Media Economics. Media Groups. Media Companies.

### **Objeto y Método de Estudio**

Todo estudio de la estructura del sistema de medios de comunicación en un determinado ámbito geográfico debería reflexionar acerca de la relación de éstos con el resto del sistema social y tratar de comprobar esas reflexiones. Al mismo tiempo que afirmamos este principio, es honrado manifestar que conocer esas relaciones es un proyecto ambicioso que admite ser compartimentado y realizado desde muchas perspectivas. Un posible enfoque es comprobar la importancia del sector de medios de comunicación como sector empresarial; o, si se prefiere, como sector industrial. Obtener datos sobre su peso específico en comparación con el resto de sectores económicos de un país, saber su relevancia de acuerdo con sus datos económicos.

Este tipo de investigación se ha realizado y se realiza en España como demuestra la reciente publicación del libro *La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio en España (1993-1997)*. Todos estos estudios ponen de manifiesto que la obtención y el análisis de los datos es un trabajo muy largo y complejo. Por ejemplo, Bustamante afirma que “los datos y estadísticas existentes en España sobre la cultura industrializada son muchas veces problemáticos o incompletos” (Bustamante, 2002, 17).

Si lo que se pretende es conocer la situación presente, del año en curso o del anterior por ejemplo, la tarea resulta casi imposible porque los datos que llegan a publicarse de modo oficial no incluyen todo el sector de medios de comunicación y porque su publicación se demora incluso varios años.

Ante esta realidad, nuestro objetivo ha sido encontrar una herramienta suficientemente válida para comparar la aportación de riqueza del sector de los medios de comunicación en el conjunto de los principales sectores de la economía española. De modo que podamos contrastar las

frecuentes afirmaciones sobre la gran aportación de los medios al crecimiento económico de nuestro país.

El estudio se plantea del siguiente modo: en primer lugar es necesario tener una fuente de información que nos proporcione los datos para el análisis. La revista *Actualidad Económica* publica desde hace años un trabajo realizado por la empresa Equifax en el que se recogen las cifras de ventas y, en algunos casos, resultados netos del ejercicio económico de las empresas domiciliadas en España que cumplen determinados requisitos. El último estudio de estas características se publicó en noviembre de 2003 y en este caso incluye información de las empresas con una facturación superior a 21 millones de € en 2003<sup>1</sup> (*Actualidad Económica*, 2004).

La muestra de empresas que se ha tomado del citado trabajo y que hemos analizado ha sido de 5.297. Todas estas empresas se dedican a actividades en el sector real, no en el sector financiero, y desarrollan su actividad en el interior de nuestro país. Por tanto, se tienen en cuenta empresas de capital español y empresas de capital no español. Se han analizado sólo empresas individuales y no los denominados grupos empresariales.

El criterio para clasificar y seleccionar las empresas es el volumen de ventas. Éste es el criterio más universal para elaborar *rankings* de empresas y poder compararlas entre sí. Otro criterio frecuente es la capitalización bursátil, pero en el caso de las empresas españolas resulta bastante restrictivo porque muchos de los grupos empresariales y empresas individuales importantes en nuestra economía no cotizan en Bolsa.

En el sector de medios de comunicación sólo hay 5 sociedades que cotizan en el mercado bursátil español<sup>2</sup>. Éstas son Sogecable, Prisa, Recoletos, Antena 3 Televisión y Telecinco. Además, en estos momentos, Recoletos Grupo de Comunicación se encuentra en un proceso de OPA de exclusión que es previsible que se desarrolle sin obstáculos, de modo que esta sociedad dejará de cotizar en el mercado.

## **Situación general**

La relación de las 5.297 empresas que trabajan en España y que facturaron en 2003 más de 21 millones de € nos permite agruparlas por

sectores, sumar las cifras de ventas de las empresas de cada sector, elaborar una clasificación de sectores por volumen de ventas y calcular la aportación, cuota de mercado, de cada sector al total.

El resultado de estas operaciones nos muestra que las 5.297 mayores empresas representan 42 sectores de actividad económica, que alcanzaron en 2003 un volumen agregado de ventas de 586.863,34 millones de euros<sup>3</sup> (Tabla 1).

El sector que aporta mayor riqueza es la automoción (14,71%) y el menor entre los grandes es el de los juguetes (0,05%). Respecto al sector de medios de comunicación, que aparece aquí unido al de editoriales, el primer dato que obtenemos es que sí figura en esta clasificación. Se puede ver que ocupa el puesto 21, con unas ventas de 7.181,50 millones de € que representan una aportación del 1,22% al total de ventas de los principales sectores de la economía española.

### **El sector Medios de Comunicación y Editoriales**

Este sector, que ha obtenido en nuestra clasificación sólo un puesto intermedio, está representado en este estudio por 71 empresas (Tabla 2). Esto equivale al 1,3% del total de empresas incluidas en el estudio.

### **El sector de Medios de Comunicación**

Hemos dado un paso más en nuestro análisis y considerado solamente las empresas de medios de comunicación. Entendemos aquí por medios de comunicación las empresas del sector prensa y del sector audiovisual.

Si introducimos esta restricción comprobamos que nos quedamos con 48 empresas incluidas en el sector (Tabla 3). Esto representa el 0,9% de las mayores empresas españolas.

Podemos observar ahora que las ventas totales de las empresas del sector de medios de comunicación fueron 5.678,92 millones de € en 2003. Si calculamos su cuota de ventas sobre el total de los sectores de actividad económica obtenemos sólo un porcentaje del 0,97%.

Tabla 1  
**Principales sectores en la economía española**  
 (según su volumen de ventas en 2003)

<i>Sector</i>	<i>Ventas del sector</i>	<i>Cuota del sector</i>	
1	Automoción	86.348,50	14,71%
2	Comercio al por menor	53.092,48	9,05%
3	Comercio al por mayor	52.707,78	8,98%
4	Construcción y auxiliar	43.616,92	7,43%
5	Energía eléctrica, agua y gas	31.293,27	5,33%
6	Alimentación	30.730,58	5,24%
7	Química y farmacia	30.134,69	5,13%
8	Petróleo y derivados	28.891,52	4,92%
9	Telecomunicaciones	25.329,16	4,32%
10	Transporte	22.822,90	3,89%
11	Servicios a empresas	18.917,52	3,22%
12	Siderurgia y metalurgia	16.622,17	2,83%
13	Material electrónico y eléctrico	15.737,68	2,68%
14	Informática	14.901,72	2,54%
15	Hostelería, turismo y viajes	12.918,87	2,20%
16	Maquinaria y equipo mecánico	10.702,05	1,82%
17	Inmobiliarias	9.880,05	1,68%
18	Papel y artes gráficas	9.267,55	1,58%
19	Bebida	9.058,76	1,54%
20	Plástico y caucho	7.955,02	1,36%
<b>21</b>	<b>Medios de comunicación y editoriales</b>	<b>7.181,50</b>	<b>1,22%</b>
22	Textil y calzado	6.522,68	1,11%
23	Madera y muebles	4.570,42	0,78%
24	Otros	4.405,30	0,75%
25	Productos metálicos y minerales	4.392,39	0,75%
26	Ingeniería	2.949,21	0,50%
27	Ocio y entretenimiento	2.804,76	0,48%
28	Construcción naval	2.641,54	0,45%
29	Aeronáutica	2.474,84	0,42%
30	Tabaco	2.147,43	0,37%
31	Agricultura, ganadería y pesca	2.134,09	0,36%
32	Gestión de residuos	1.810,98	0,31%
33	Vidrio	1.737,42	0,30%
34	Extracción de minerales	1.718,80	0,29%
35	Autopistas y aparcamientos	1.571,48	0,27%
36	Instrumentos de precisión	1.503,15	0,26%
37	Centros sanitarios y asistenciales	1.458,52	0,25%
38	Material de transporte	1.262,67	0,22%
39	Medios de pago	1.256,22	0,21%
40	Corporaciones y sociedades de cartera	656,54	0,11%
41	Educación	411,45	0,07%
42	Juguetes	322,76	0,05%

Cifras en millones de €.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2  
**Empresas del sector medios de comunicación y editoriales**

		<i>Ventas en 2003</i> <i>Millones de €</i>
1	Sogecable	739.80
2	Canalsatélite Digital	696.66
3	Antena 3 de Televisión	500.51
4	DTS Distribuidora de Televisión Digital	366.30
5	Editorial Prensa Ibérica	250.61
6	La Vanguardia Ediciones	188.58
7	Recoletos Grupo de Comunicación	186.70
8	Unidad Editorial	186.16
9	Diario ABC	185.91
10	Coedis	185.00
11	Sociedad Española de Radiodifusión	158.29
12	Televisió de Catalunya	155.60
13	Hachette Filipacchi	151.00
14	Radio Nacional de España	148.38
15	Círculo de Lectores	138.98
16	Logintegral 2000	133.15
17	Hola	112.74
18	Promoción y Ediciones	109.00
19	Euskal Telebista Televisión Vasca	108.00
20	Grupo PRISA	103.51
21	Ediciones del Prado	95.47
22	RBA Coleccionables	90.29
23	Comercial de Ediciones SM	88.00
24	Gestión de Productos Editoriales	83.84
25	Televisión de Galicia	82.80
26	Globo Media	80.77
27	Radio Popular	78.69
28	La Voz de Galicia	78.37
29	Agencia Efe	78.06
30	Diario El Correo	69.62
31	Ediciones Altaya	68.00
32	Televisión Autonómica Valenciana	65.55
33	Televisión Autonomía Madrid	63.22
34	Editorial Océano	61.51
35	Diario AS	55.97
36	Audiovisual Española 2000	54.66
37	Canal Sur Televisión	54.25
38	Grupo Segundamano	52.25
39	RBA Revistas	52.09
40	Editorial Aranzadi	50.03
41	Media Park	48.10
42	Salvat Editores	44.20
43	Editorial Prensa Valenciana	43.73

		<i>Ventas en 2003</i> <i>Millones de €</i>
44	Grupo Motorpress Ibérica	40.57
45	Heraldo de Aragón	38.47
46	McGraw Hill Interamericana de España	36.22
47	Ediciones Conde Nast	36.08
48	Cisspraxis	36.03
49	Federico Domenech	35.81
50	Diario de Navarra	35.63
51	Publicaciones Heres	35.63
52	Editorial Prensa Asturiana	33.99
53	Panini España	33.40
54	QDQ Media	32.00
55	El Mundo Deportivo	31.83
56	Diario Sur	31.03
57	Editorial Everest	30.34
58	La Ley Actualidad	28.95
59	Pearson Educación	28.87
60	Faro de Vigo	27.40
61	Industrias Gráficas Printone	27.22
62	Editorial Prensa Alicantina	26.16
63	Anuntis	26.08
64	El Diario Montañés	25.19
65	MC Ediciones	24.20
66	Grupo Editorial Bruño	23.75
67	Editorial Prensa Canaria	23.31
68	Informaciones Canarias	22.99
69	El Correo Gallego	22.38
70	El Norte de Castilla	21.85
71	El Ideal	21.77
	<b>Total ventas del sector</b>	<b>7.181.50</b>

Fuente: Elaboración propia. Cifras de ventas y clasificación de los grupos por sectores tomadas de *Actualidad Económica*, 2004.

Tabla 3  
**Empresas del sector medios de comunicación  
(prensa y audiovisual)**

		<i>Ventas en 2003</i> <i>Millones de €</i>
1	Sogecable	739.80
2	Canalsatélite Digital	696.66
3	Antena 3 de Televisión	500.51
4	DTS Distribuidora de Televisión Digital	366.30
5	Editorial Prensa Ibérica	250.61

		<i>Ventas en 2003</i>
		<i>Millones de €</i>
6	La Vanguardia Ediciones	188.58
7	Recoletos Grupo de Comunicación	186.70
8	Unidad Editorial	186.16
9	Diario ABC	185.91
10	Sociedad Española de Radiodifusión	158.29
11	Televisió de Catalunya	155.60
12	Hachette Filipacchi	151.00
13	Radio Nacional de España	148.38
14	Hola	112.74
15	Euskal Telebista Televisión Vasca	108.00
16	Grupo PRISA	103.51
17	Televisión de Galicia	82.80
18	Globo Media	80.77
19	Radio Popular	78.69
20	La Voz de Galicia	78.37
21	Agencia Efe	78.06
22	Diario El Correo	69.62
23	Televisión Autónoma Valenciana	65.55
24	Televisión Autonomía Madrid	63.22
25	Diario AS	55.97
26	Audiovisual Española 2000	54.66
27	Canal Sur Televisión	54.25
28	RBA Revistas	52.09
29	Media Park	48.10
30	Editorial Prensa Valenciana	43.73
31	Grupo Motorpress Ibérica	40.57
32	Heraldo de Aragón	38.47
33	Ediciones Conde Nast	36.08
34	Federico Doménech	35.81
35	Diario de Navarra	35.63
36	Publicaciones Heres	35.63
37	Editorial Prensa Asturiana	33.99
38	El Mundo Deportivo	31.83
39	Diario Sur	31.03
40	Faro de Vigo	27.40
41	Editorial Prensa Alicantina	26.16
42	El Diario Montañés	25.19
43	MC Ediciones	24.20
44	Editorial Prensa Canaria	23.31
45	Informaciones Canarias	22.99
46	El Correo Gallego	22.38
47	El Norte de Castilla	21.85
48	El Ideal	21.77
	<b>Total ventas del sector</b>	<b>5.678.92</b>

Fuente: Elaboración propia. Cifras de ventas tomadas de *Actualidad Económica*, 2004.



## Los grandes grupos de Medios de Comunicación

El trabajo publicado por *Actualidad Económica* facilita también información sobre los mayores grupos empresariales españoles. Esto nos permite realizar una clasificación de los grupos de comunicación según su volumen de ventas y comprobar su posición respecto a los grupos de todos los sectores, unos 900 en total. En este caso podemos ofrecer una comparación de los tres últimos años (Tabla 4).

Los datos expuestos nos permiten concluir que el peso específico del sector de medios de comunicación en el contexto de los sectores empresariales españoles parece pequeño. Así nos lo muestran las cifras. Su importancia procede, por tanto, de medirlo con otros baremos, relacionados con la capacidad de influencia y poder que está en la misma naturaleza de las actividades de información y comunicación.

Tabla 4  
**Grupos de comunicación  
(prensa y audiovisual)**

Año 2001	(1)	Año 2002	(1)	Año 2003	(1)
Admira Media	56	Grupo Prisa	71	Grupo PRISA	67
Grupo Prisa	66	Telefónica de Contenidos	76	Sogecable	68
Sogecable	76	Sogecable	87	Grupo Planeta	87
Grupo Planeta	87	Grupo Planeta	90	Grupo RTVE	101
Grupo RTVE	116	Grupo RTVE	110	Vocento	120
Antena 3 de TV	130	Antena 3 de TV	136	Telecinco	135
Telecinco	165	Vocento	138	Antena 3 de TV	140
Grupo Zeta	185	Telecinco	176	Grupo Zeta	195
Correo-Prensa Española (Vocento)	191	Grupo Zeta	199	Diario El País	248
Grupo Godó de Cc.	201	Grupo Godó de Cc.	212	Grupo Godó de Cc.	282
Unidad Editorial	243	Diario El País	263	Recoletos Grupo de Cc.	301
Diario El País	259	Recoletos Grupo de Cc.	326	Unidad Editorial	304
Recoletos Grupo de Cc.	305	Unidad Editorial	333	Grupo Mediapro	367
Grupo empresarial de medios impresos	316	Grupo Mediapro	433	Ente Público RTV 438 Vasca	
Diario ABC	335	Ente Público RTV Vasca	500	Árbol Producciones	495

Año 2001	(1)	Año 2002	(1)	Año 2003	(1)
Grupo Mediapro	436	Árbol Producciones	511	Corporación Voz de Galicia	525
Árbol Producciones	459	Corp. Voz de Galicia	560	Radio Popular	575
Ente Público RTV Vasca	498	Radio Popular	617	Heraldo de Aragón	637
Grupo Voz	506	Heraldo de Aragón	722	Grupo Motorpress Ibérica	681
Radio Popular	591	Ente Público RTV Madrid	740	Ente Público RTV Madrid	707
Ente Público RTV Madrid	653	Grupo Serra	868	Grupo Serra	800
Heraldo de Aragón	716				
Grupo Serra	869				

(1) Posición entre los mayores grupos empresariales en España.

Fuente: Elaboración propia.

## Bibliografía

- ACTUALIDAD ECONÓMICA (2004): “Cuáles son, cuánto venden y quién manda en las 5.000 mayores empresas”, nº 2.419, 28 de octubre.
- BUSTAMANTE, E. y otros (2002): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Barcelona, Gedisa.
- DÍAZ, M.J. (2004): “El sector de medios de comunicación en la economía española. Balance del año 2002”, en *Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales*. LATORRE, J., VARA, A. y DÍAZ, M. (eds.), Pamplona, Eunate.
- GARCIA, M.I. y ZOFIO, J.L. (2003): *La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio en España*, Madrid, Iberautor Promociones Culturales.

## Notas

- 1 Unos 3.500 millones de pesetas.
- 2 En el momento de entregar este trabajo para su publicación, diciembre de 2004.
- 3 Una cifra superior a 90 billones de pesetas.