FUENTE: http://www.abcdesevilla.es/medios/20130709/abci-luis-enriquez-frases-201307091412.html

Los diez titulares de Luis Enríquez en el Foro de la Nueva Comunicación

abc / madrid
Día 09/07/2013 - 14.42h

El consejero delegado de Vocento y presidente de AEDE ha destacado el papel insustituible de los periódicos para «hacer comprender al lector la información»



ERNESTO AGUDO
Luis Enríquez, consejero delegado de Vocento, durante su intervención en el Foro de la Nueva Comunicación

El consejero delegado de Vocento y presidente de AEDE, Luis Enríquez, ha destacado este martes el papel insustituible de los periódicos a la hora de «hacer comprender la información» y ha augurado futuro para el negocio de la prensa escrita, tanto en el papel como en internet. Estos han sido sus diez mensajes más destacados:

-«Los editores de periódicos **tenemos negocio**, y seguiremos teniendo negocio»

-«Sólo el periódico hace **comprender la información** a los lectores».

-«Los periódicos no son para todo el mundo, sólo para un rango de **lectores de alto nivel** que están dispuestos a pagar precios altos».

-En internet nos hemos hecho **preguntas equivocadas**: no tiene que compensar nada (en alusión a la pérdida de ingresos en las ediciones impresas), porque es un medio genuino».

-«**Los gurús** que anuncian la muerte de la prensa, que vengan aquí y paguen un café, porque si no será gratuito».

-«Reclamamos al Gobierno y al Parlamento **condiciones de equidad en el mercado online**, ya que un solo actor, Google, ingresa el 60% de la publicidad en España».

-«En los tiempos actuales no te puedes permitir no tomar **medidas desagradables**».

-«No vamos a arreglar nada ni a conseguir sostener **TVE** con la vuelta de la publicidad».

-«No sé adónde va el **periódico gratuito**, no tengo otra previsión que su cierre».

-«No me suelen gustar las **ayudas** en general, sino que los negocios salgan adelante por sí mismos».

FUENTE: http://www.abc.es/medios/20130709/abci-luis-enriquez-periodicos-tenemos-201307091130.html

Luis Enríquez: «Los periódicos tenemos negocio y seguiremos teniendo negocio»

MANUEL TRILLO / MADRID
Día 11/07/2013 - 17.41h

El consejero delegado de Vocento y presidente de los editores de diarios españoles defiende el futuro de las cabeceras, ya que los lectores confían en su rigor en su versión de papel y online



ERNESTO AGUDO / VÍDEO J.R. LADRA
El consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, durante su intervención en el Foro de la Nueva Comunicación

El consejero delegado de Vocento y presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), Luis Enríquez, ha defendido este martes el futuro de los periódicos, **tanto en el soporte de papel como en internet**. «Tenemos negocio, y seguiremos teniendo negocio», ha subrayado.

Enríquez ha protagonizado una nueva edición del Foro de la Nueva Comunicación, organizado por Nueva Economía Fórum con el patrocinio de Vodafone, donde ha

subrayado el papel de las compañías editoras a la hora de «hacer comprender la información a los lectores». [Así hemos contado en directo su intervención]

Ante numerosos representantes del mundo de la comunicación, así como empresarios y políticos -entre estos últimos el presidente de la Comunidad de Madrid, **Ignacio González**, y la presidenta del PP madrileño, **Esperanza Aguirre**-, se ha empezado refiriendo a la «crisis de consumo» y el «cambio de hábito» entre los lectores, y ha realizado un repaso de las medidas que los editores de periódicos han tenido que acometer para que las empresas sean sostenibles, tanto en el ámbito de la impresión como en la distribución y en el papel, así como en el «más traumático» de los costes fijos, en alusión a reducción de personal y bajada de sueldos.

Subraya el papel de los periódicos para «hacer comprender la información»

Según los datos que ha expuesto, frente a los 7.500 millones de euros de inversión publicitaria en el sector en 2007 se ha pasado a los 3.500 millones que se estiman para 2013, algo que considera **«terrible»** para las empresas editoras. En concreto, para la prensa escrita la facturación ha bajado de 1.800 en 2007 a 620 millones previstos para el actual.

En el caso de Vocento, ha destacado que ha dejado de hacer algo que era «dañino y equivocado», las ventas «hinchadas» a través de la venta en bloque, lo que ha supuesto **retirar del mercado 65.000 ejemplares** que tenían baja o negativa rentabilidad.

Distinción entre periódico y web

Enríquez ha hecho una distinción muy clara entre lo que significa un periódico y una página web, aunque en ambos ve futuro para las empresas editoras.

Para el consejero delegado de Vocento, el diario es un producto con un principio y un fin que ofrece «una información jerarquizada», ya que el papel de los periódicos es «**hacer comprender la información a los lectores**».

Para Enríquez, el periódico no es un producto de masas «para todo el mundo», sino sólo para **«un rango de lectores de alto nivel»** que están dispuestos a «pagar precios altos».

«Las cabeceras tradicionales lideran la información en internet»

En cambio, la web sí es a su juicio «un medio de masas», que informa en el momento de lo que pasa. Y también en internet «las cabeceras tradicionales lideran la información, como se refleja en los ranking de comScor. Según ha dicho, «los lectores siguen confiando en **el rigor que representan nuestras marcas**».

Para Enríquez, hay tres vías por las que las empresas editoras pueden sacar rendimiento de internet: la segmentación de la publicidad, la prescripción en el comercio online y el **pago por contenidos**. En este último aspecto, ha resaltado que se puede obtener negocio en un 3 a 5% de usuarios que podrían pagar por consultar más de diez noticias al mes. «Tenemos negocio y seguimos teniendo negocio», ha resumido.

Pide «equidad» en el mercado online

En el turno de preguntas, Luis Enríquez se ha referido a una amplia variedad de asuntos. En primer lugar, ha reclamado al Gobierno y al Parlamento «condiciones de equidad» en el mercado de internet, ya que **Google acapara el 60% de la publicidad online** en España. En cambio, se ha mostrado contrario a las ayudas públicas a la prensa, ya que es partidario de que «los negocios salgan adelante por sí mismo». En su opinión, la libertad de los periodistas depende de los márgenes de las empresas editoras.

No ve otro futuro que el cierre para los **periódicos gratuitos**, mientras que opina que los periódicos regionales «lo tienen mucho más fácil que los nacionales». «Veremos la desaparición de algunos de los competidores», ha advertido.

Ha expresado su rechazo al **regreso de la publicidad a TVE**, ya que no cree que esa medida fuera a servir para «arreglar» la televisión pública y, en cambio, sería negativo para un sector ya dañado, al tiempo que espera «cordura» sobre el problema de las licencias de TDT y «que terminemos rápido con este periodo de incertidumbre» que, en su opinión, perjudica al sector.

Preguntado sobre los rumores de fusión entre ABC y El Mundo, se ha confesado «aburrido» por una cuestión de la que se viene hablando desde hace año y medio y asegura que **Vocento «tiene su propio proyecto»**.

El consejero delegado de Vocento ha respondido también acerca del cierre del diario gratuito Qué! y de la emisora Punto Radio, que ha lamentado, si bien ha señalado que hubo que adoptar esas decisiones para no poner en peligro la viabilidad del resto del grupo y que en los actuales tiempos «no te puedes permitir no tomar **medidas desagradables**».

Enríquez ha sido presentado en el Foro de la Nueva Comunicación por el director de Recursos Corporativos de Iberdrola, **Fernando Becker**, quien ha destacado su «tesón, esfuerzo y calidad en el trabajo», y ha recordado que accedió a su actual puesto en Vocento en un momento de crisis económica, que afecta de forma más «contundente» a los medios de comunicación, así como de «cambio de modelo» en la era digital.

FUENTE: http://www.prnoticias.com/index.php/prensa/129/20123043

Luis Enríquez (Vocento): ‘Pedro J. tiene un estilo marcadísimo y hace las cosas como hace las cosas'

Patricia Pérez Mateos 09/07/13 14:01

Muchos son los temas sobre la mesa pero Luis Enríquez, consejero delegado de Vocento, llegaba al Foro de la Nueva Comunicación dispuesto a encararlos. Enríquez se mostraba aburrido de las informaciones que hablaban de la fusión de ‘ABC’ y ‘El Mundo’ asegurando tener un proyecto propio. ‘Un poco aburrido esto’, sentenciaba. Además, calificaba la alianza de Orbyt (‘El Mundo’) con Movistar como ‘un descuento a una base de datos, tecnológicamente no me parece un avance. Es una estrategia que, aunque nosotros la estemos haciendo, no me gusta nada’.



Las declaraciones mañaneras de **Pedro J. Ramírez,** director de ‘**El Mundo’**, en las que apuntaba, en clara referencia a ‘ABC’, quien ha defendido esta teoría, que ya ‘no sirve la coartada de las fotocopias, estos documentos existen’ (los de Bárcenas) tenían una respuesta clara: Preguntado si ve a un director de uno de sus periódicos de **Vocento e**ntregando, como Pedro J. Ramírez, los papeles de Bárcenas aseguraba que ‘Pedro J. tiene un estilo marcadísimo, es un comunicador descomunal, y hace las cosas como hace las cosas…’. Y no veía a sus directores entregando los papeles a un juez, sí haciendo su trabajo. Y afirmaba que Pedro J. tiene ‘saga para rato’ con el ‘caso Bárcenas’, al tiempo que explicaba que se entendía que esos papeles

eran originales pero mostraba su desconfianza hacia el 'tipo que los ha hecho' (Bárcenas).

El presidente de **AEDE** era preguntado por la lucha que tienen emprendida los editores contra **Google** por utilizar sus contenidos gratis asegurando que, al final, 'ganarían la batalla' como ya se ha hecho en otros países europeos y, además, aseguraba que sí están encontrando respaldo de las autoridades españolas y de Europa, a través del **Comisario Almunia.** Además, destacaba que Google se hace con el 60% de la publicidad de internet en España.

Enríquez fue premiado con el 'pr al editor que mejor ha enfrentado la crisis de la prensa en España' y con esta percha era preguntado por los cambios emprendidos por él en Vocento como fue el cierre de 'Qué!' Pero evitaba la respuesta diciendo que no es quien para juzgarlo y que 'hay un montón de medios que juzgan, que juzguen'. En cuanto a **'Qué!'** explicaba que intentaron salvarlo pero no hubo solución, 'estaba en la UVI, y no podían permitirse un negocio abierto con pérdidas'.

Lo mismo les ocurrió con ABC Punto Radio pero encontraron la solución en **Cope** ya que, aseguraba, ambos 'respiran los mismos parámetros ideológicos'. Según contaba Enríquez, el presidente de Cope, **Fernando Barriocanal,** les ofreció 'cobertura editorial porque el también creía que era buena para Cope la cobertura editorial de **ABC**, existía un toma y daca, una sinergia, con lo cual nosotros íbamos a tener el altavoz ideológico y editorial andábamos buscando, ellos iban a tener un socio en nuestra parte de papel, íbamos a mantener el mismo acuerdo que internamente teníamos con Punto Radio, pero con Cope, podíamos hacer la radio rentable sin perder la propiedad de las licencias'.

Luis Enríquez confirmaba que el Plan de ajuste de Vocento se presentó, empezó y terminó en los plazos dichos y con los objetivos logrados, pero no descartaba que hubiera nuevas medidas si sucedían 'cosas no esperadas' como 'el cataclismo en el sector de la producción de cine y de los derechos audiovisuales' en referencia a Veralia, su productora. Aunque aseguraba que 'saldrá adelante'.

En cuanto a la audiencia de la Cope y el acuerdo aseguraba que le 'fascina', que no podía haber resultados en el primer **EGM**, que 'es un acuerdo a 15 años, que se tiene que ir haciendo poco a poco con lealtad mutua y la ruptura

ni me la planteo, somos socios'. Barriocanal intervenía para mostrar que estaba totalmente de acuerdo con las palabras de Enríquez.

En cuanto al futuro del dividendo digital pedía 'cordura y un acuerdo, volver al entorno de un acuerdo con el Gobierno'. Se mostraba en desacuerdo con la vuelta de la publicidad a **TVE** y denunaba 'los anuncios disfrazados de caretas y de patrocinios' añadiendo que 'habrá que actuar sobre eso'.

FUENTE: http://www.diariosigloxxi.com/texto-s/mostrar/84577/luis-enriquez-aede-quotla-prensa-gratuita-no-tiene-futuro-quot

Luis Enríquez (AEDE): "La prensa gratuita no tiene futuro"

MADRID, 09 (SERVIMEDIA)

El presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) y consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, afirmó hoy en el Foro de la Nueva Comunicación que "la prensa gratuita no tiene futuro".

"No sé a dónde va el periódico gratuito, es difícil hacer un diagnóstico sobre su futuro, pero creo que está abocado al cierre", agregó Enríquez durante su participación en el citado encuentro informativo, organizado en Madrid por Nueva Economía Fórum.

En su opinión, este tipo de prensa nació para acompañar a los viajeros de los transportes públicos, "de ahí el nombre de uno de estos periódicos, el '20 Minutos'", que es lo que se tarda en leer uno de ellos, pero ahora los nuevos teléfonos móviles, dotados con Internet, y las tabletas, "que tiene todo el mundo", complican mucho la superviviencia de los periódicos gratuitos, porque la gente ya no los coge y la publicidad no les ve como un soporte atractivo.

En cualquier caso, Enríquez lamentó el cierre del diario gratuito 'Qué!', que editaba Vocento. "El cierre de 'Qué!' no fue agradable. Pensamos que con el cierre de 'ADN' podría haber alguna posibilidad y que llegaría la publicidad. Era un proyecto que estaba en la UVI" y que finalmente no pudo salvarse, explicó.

Sin embargo, el consejero delegado de Vocento auguró un buen futuro a los periódicos regionales, sobre todo a los de su grupo, de los que dijo que tienen mejor pronóstico que los diarios nacionales, porque la fidelidad de compra hacia esos medios es mucho más grande.

FUENTE:
http://ecoteuve.eleconomista.es/ecoteuve/comunicacion/noticias/4977983/07/13/Luis-Enriquez-ironiza-sobre-Pedro-J-y-dice-que-no-ve-al-director-de-ABC-entregando-papeles-a-un-juez.html

Vocento apunta a una reestructuración de Veralia, su productora, para resistir en un "entorno hostil"

9/07/2013 - 11:35 - Ecoteuve.es | 0 comentarios

- **Luis Enríquez, consejero delegado, ha dado por ejecutado el ERE del grupo, aunque no descarta medidas adicionales en caso de "cataclismo"**
- **Ironiza sobre Pedro J. y dice que "no ve" al director de ABC entregando papeles a un juez**



El consejero delegado de Vocento, **Luis Enríquez**, ha dado por ejecutado el ERE del grupo, aunque no descarta medidas adicionales en caso de "cataclismo" en alguna de las unidades de negocio. Ha señalado expresamente a Veralia, su productora de contenidos para televisión, que deberá acometer una reestructuración para sobrevivir en un "entorno muy hostil".

En el turno de preguntas, en su comparecencia ante el Foro de la Nueva Comunicación, **Enríquez** ha reclamado **"cordura" y un desenlace "rápido" en la asignación de los canales por el dividendo digital.** Asimismo ha exigido que acabe el "periodo de incertidumbre", y que se vuelva al "entorno de pacto del verano pasado".

No se ha mostrado partidario de que la publicidad vuelva a RTVE. "No vamos a arreglar mucho", ha apuntado. Y **ha llamado a "actuar" sobre "los anuncios disfrazados de patrocinios" en la radiotelevisión pública.**

Enríquez ha ironizado sobre la comparecencia del director de *El Mundo*, **Pedro J. Ramírez**, ante la Audiencia Nacional para presentar un manuscrito de Bárcenas.

"Cada uno tiene su estilo. Pedro J. hace las cosas como hace las cosas", declaró Enríquez, director general de Unidad Editorial ?editora de *El Mundo*- hasta el verano de 2011, cuando fichó por Vocento.

"No veo a **Bieito Rubido**", director de ABC, en esa circunstancia, sino "haciendo su trabajo", añadió. "Todo va en la forma de ser".

Por otro lado, **Enríquez echó un jarro de agua fría sobre la alianza entre Orbyt y Movistar, que no deja de ser más que "un descuento" del 50% a "una base de datos", la de los clientes de Telefónica.**

Aprovechó para apuntar que es una estrategia comercial que no le gusta "nada".

Sobre una posible fusión de las cabeceras de *ABC* y *El Mundo*, se ha declarado "aburrido" ante un rumor que circula desde hace año y medio. Ha insistido en que "Vocento tiene su propio proyecto. Confiamos en nuestra cabecera nacional".

Pide que Google contribuya al sostenimiento del sector

Por otra parte, Luis Enríquez pidió hoy al Gobierno y al Parlamento que Google pague y contribuya al "mantenimiento" del sector. **Enríquez** explicó en el citado encuentro informativo, organizado por Nueva Economía Fórum, que los editores han denunciado ante la UE la situación de posición dominante de Google y que "el trámite está abierto".

Asimismo, **manifestó que el comisario español Joaquín Almunia les está escuchando, pero aún no se ha hecho nada para subsanar lo que está pasando: que Google se lleva el 60% de los ingresos publicitarios en Internet.** "Les hemos planteado al Gobierno y al Parlamento que establezcan condiciones de equilibrio en el mercado. No queremos ayudas a la prensa, del negocio nos ocupamos nosotros", pero el sector sí necesita que Google pague para garantizar el sostenimiento de los medios, añadió.

"Google, un sólo actor, ingresa el 60% de los ingresos publicitarios en el entorno de Internet; Google es el vehículo. Uno entra en Google porque aterriza en alguna parte, pero los sitios de aterrizaje son los editores", remarcó Enríquez, quien agregó que por esto "tiene que contribuir al sostenimiento. No sé quién acabará ganando esta partida, pero espero que seamos nosotros".

FUENTE: http://www.telecinco.es/telemania/empresas/empresas-nacionales/Luis-Enriquez-vocento-reclama-equilibrio-mercado-dominio-google_0_1633275457.html

Los editores reclaman "condiciones" para limitar el poder de Google

El consejero delegado de Vocento responde a los "agoreros" que pronostican la muerte del periodismo impreso: "Tenemos negocio y seguiremos teniendo negocio"

09.07.13 | 11:07h. EUROPA PRESS



El presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) y consejero delegado de Vocento, **Luis Enríquez, ha pedido al Gobierno y al Parlamento que "hagan su labor"** y limiten la posición dominante de Google en el mercado de las noticias en Internet. Asimismo, ha opinado que la prensa gratuita "no tiene sentido". "Del negocio ya nos encargamos nosotros, ya lo sacaremos adelante. Lo que reclamamos de las autoridades, **lo que reclamamos del Parlamento es que establezca condiciones de equilibrio en el mercado"**, ha subrayado Enríquez durante un desayuno informativo organizado por el Foro de la Nueva Comunicación en Madrid.

En este sentido, el editor ha señalado que no se trata de "pedir ayuda" al Gobierno sino de reclamar que "subsane" la actual situación, en la que **Google, sin contratar "prácticamente a nadie" ni pagar casi impuestos en España, controla el 60% de los ingresos publicitarios** en el entorno de Internet en el país.

Además, **Enríquez ha señalado que el buscador estadounidense se vale para ello de "información cara que elaboran periodistas muy especializados"** en los medios de comunicación españoles y que Google publica en su agregador de noticias (Google News) junto con publicidad, sin dar una contraprestación a los editores.

El consejero delegado de Vocento ha asegurado que existe "sensibilidad" de las autoridades hacia las demandas de los editores y ha esperado que finalmente se tome alguna medida. "La sensibilidad existe. ¿Quién va ganando? No lo sé, le puedo decir que ganaremos nosotros", ha señalado.

Durante su intervención, **Enríquez ha hecho un alegato en favor de los medios de comunicación escritos**, que algunos "agoreros" han querido dar por muertos apoyándose en "banalidades" sin fundamento. **"Tenemos negocio y seguiremos teniendo negocio"**, ha indicado el consejero delegado de Vocento, que ha repasado las estrategias que ha emprendido su grupos para reducir costes y adaptarse al nuevo escenario abierto por la irrupción de las nuevas tecnologías.

Así, ha indicado que el grupo ha recortado en los últimos años sus costes laborales y ha abandonado la "dañina y equivocada guerrita de las difusiones" en los periódicos impresos. En este sentido, ha defendido que los periódicos impresos no son "un medio de masas", por lo que no tiene sentido mantener "ejemplares ineficientes" sólo por "simular audiencia". **Vocento ha retirado del mercado desde octubre de 2011 alrededor de 65.000 ejemplares al día, según ha indicado.**

Esta estrategia ha permitido al periódico impreso invertir "en calidad", contratando nuevos columnistas -como David Gistau- y reforzando algunas secciones, y focalizarse en una audiencia de "alto nivel", ha asegurado. En 2012, el grupo facturó con esta estrategia nueve millones de euros más que el año precedente en venta de ejemplares y en lo que va de 2013 también ha aumentado su facturación en este capítulo, según ha indicado.

En el capítulo de Internet, Enríquez ha indicado que la estrategia tiene que ser distinta porque en ese caso sí que se trata de medios de masas, que llegan a una audiencia muy grande. Para rentabilizar esta audiencia, en un entorno en el que los "los precios de la publicidad son bajos", ha apostado por **tres estrategias: segmentar las audiencias**, para asegurar que el mensaje de los anunciantes llegue a un público interesado en él; **apostar por la venta de productos en Internet y plantear el pago en algunos de sus portales.**

Sobre esta última estrategia, se ha referido al **modelo que ha implementado *The New York Times*** , que permite ver **gratis la portada de su página web así como diez artículos al mes** y a partir de ahí pide a los usuarios que paguen, y ha indicado que los lectores que superan esos diez artículos gratis representan entre el 3 y el 5% de la audiencia total de los medios estadounidenses que han apostado por este sistema de pago.

Este 3 o 5% puede parecer poco, pero "en valor absoluto, un 3 o un 5% de 30 millones es mucha gente, es gente con la que trabajar", según ha indicado. Además, ha apuntado que en el caso de los periódicos regionales de Vocento el "consumo es mucho más intensivo" y "ese 3 o 5% alcanza el doble", por lo que "ahí hay masa crítica para trabajar".

"Ahí sí se puede establecer acuerdos, tratos con los lectores que hacen verdadero uso intensivo de nuestras cabeceras y lo averiguaremos", ha indicado, sin concretar si el grupo tiene fecha para establecer este modelo de pago en alguna de sus cabeceras digitales. En cualquier caso, **ha señalado que "la prensa nacional es mucho más sustituible"** y, por tanto, a la hora de valorar un posible paso al pago "hay que tener mucho más de cuidado".

Por otro lado, **preguntado por el cierre de *Qué!*** ha indicado que fue "doloroso", pero necesario porque **"la prensa gratuita no tiene sentido**".

Sobre COPE, ha indicado que se trata de un acuerdo a 15 años y que necesita de tiempo para poder dar resultados. "¿De verdad alguien creía que iba a dar resultados en el primer EGM?", ha ironizado Enríquez, quien ha asegurado que Vocento "no se plantea" que COPE rompa el acuerdo.

Sobre la decisión del Gobierno de ejecutar la sentencia del Tribunal Supremo, que anuló el actual reparto de canales de la TDT, y que podría suponer la pérdida de varias de sus cadenas a Vocento, ha esperado que "haya cordura" y se termine "pronto con la incertidumbre" generada por la sentencia para volver al acuerdo que los operadores llegaron con el Ejecutivo el pasado verano.

Por último, **preguntado por el acuerdo alcanzado por Unidad Editorial con Telefónica**, para promocionar Orbyt entre los abonados de la operadora, **ha opinado que no le parece un avance tecnológico. "Es una estrategia que personalmente no me gusta nada"**, ha indicado Enríquez, quien ha señalado que puede implicar una reducción de márgenes al bajar los precios.

FUENTE: http://www.diariovasco.com/rc/20130709/mas-actualidad/sociedad/enriquez-reivindica-viabilidad-periodico-201307091214.html

COMUNICACIÓN

Luis Enríquez reivindica la viabilidad del periódico de calidad

El presidente de Aede critica la posición dominante de Google en el mercado publicitario de internet

09.07.13 - 15:31 -
D. VALERA | MADRID



El presidente de Aede y consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez. / Efe

El presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (Aede) y consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, defendió la viabilidad de la prensa escrita enfocada a lectores que demandan información de calidad y están dispuestos a pagar por ella. Para construir un modelo basado en esa premisa, Enríquez remarcó la transformación y el esfuerzo del sector en los últimos años a pesar de las dificultades económicas. “Los editores hemos ganado en eficiencia y productividad reduciendo los costes fijos y variables para garantizar la sostenibilidad del negocio”, aseguró durante su intervención este martes en el Foro de la Nueva Comunicación.

En un contexto de fuerte caída del consumo y, por tanto, de seria reducción de la inversión publicitaria (que ha pasado de 7.500 millones en 2007 a 3.500 millones estimados para 2013), Enríquez valoró la reacción de los editores para realizar cambios en el modelo de negocio anticipándose a otras grandes empresas reduciendo, por ejemplo, los gastos de producción y distribución de los periódicos y cambiando el perfil de los profesionales de la información. “Tenemos que hacer un sistema que sea sostenible”, afirmó. En su opinión los periódicos no son un medio de masas por lo que deben centrarse en ofrecer información de calidad dirigida a un público más reducido pero “de elevado nivel adquisitivo que podrá pagar un precio alto por el periódico”.

En su opinión, la prensa regional está mejor situada que la nacional para afrontar esta nueva etapa porque los ciudadanos de esas regiones confían en esas cabeceras. “Son como una institución, donde no importa la ideología. Los lectores confían en la marca del periódico regional”, explicó. Respecto a la posibilidad de recibir subvenciones o ayudas desde la administración, Enríquez se mostró reacio, entre otras cosas, para garantizar la independencia del periódico. “No me gustan las ayudas. Me gustan los negocios que subsisten por sus propios medios”, argumentó.

En este sentido, el consejero delegado de Vocento destacó la oportunidad que ofrece internet con el comercio electrónico: “Los anunciantes buscan el retorno de su inversión y la tecnología nos ofrece la posibilidad de fragmentar nuestra audiencia y ofrecerles datos relevantes”. Además, sobre la dicotomía entre una edición digital de pago o gratuita, apostó por un modelo en el que los usuarios solo abonarían una cantidad a partir de la décima noticia consultada en un mes. Este tipo de lector que hace un uso intensivo de la información representa entre un 3% y un 5% del total de una audiencia de 30 millones. “Tenemos negocio y seguiremos teniendo negocio”, aseguró.

Publicidad en internet

Por otra parte, Enríquez criticó la posición dominante de Google, que obtiene el 60% de los ingresos publicitarios de internet, y destacó que la UE está investigando una denuncia en este sentido. Además, el presidente de Aede recordó a las autoridades que Google “no contrata a nadie en España ni paga impuestos en el país, mientras los editores contratamos a miles de trabajadores y pagamos impuestos”. En cualquier caso, se mostró optimista y seguro de ganar la batalla.

Enríquez también pidió “cordura” al Gobierno sobre el dividendo digital tras la última sentencia del Tribunal Supremo que anula varias licencias de televisiones digitales. “Queremos volver al periodo de pacto del año pasado. Esperamos un acuerdo”, aseguró.