

CARTA DEL PRESIDENTE

AÑO TRAS AÑO SEGUIMOS CONSOLIDANDO NUESTRA POSICIÓN COMO EL GRUPO DE COMUNICACIÓN LÍDER EN ESPAÑA.

En 2013 hemos seguido observando los últimos efectos de un contexto económico y financiero en crisis, con impactos más prolongados y profundos de los previstos en un sector como el nuestro, el de los medios de comunicación, ocupado en resolver además el modelo de futuro para sus soportes y medios y sus relaciones con lectores y anunciantes.

En este contexto, como ya he apuntado en otras ocasiones, se sitúa nuestro proyecto empresarial y la convicción de que nuestros profesionales, nuestra estrategia empresarial y nuestra fortaleza financiera nos permitirán salir fortalecidos de esta coyuntura; no sin antes haber apuntalado dos de las principales máximas de nuestro modelo de gestión: mantener la fortaleza y el liderazgo de nuestras marcas y utilizar esa ventaja competitiva como vehículo de apertura de nuevas oportunidades de negocio y, además, seguir mejorando la rentabilidad de nuestras actividades sin deteriorar la posición financiera de la compañía.

Las variables macroeconómicas en 2013 continuaron mostrando señales de debilitamiento que, sólo en el último trimestre del ejercicio y los primeros meses de 2014, han experimentado un punto de inflexión. Y sin embargo, y pese a la persistencia de los efectos de la crisis sobre el mercado publicitario y la venta de diarios -que hemos sufrido todos-, el comportamiento de las marcas de Vocento ha sido más favorable, apoyado en un riguroso Plan de Eficiencia y una estrategia de negocio que nos está permitiendo aprovechar la fortaleza de nuestro liderazgo regional, mientras diversificamos los soportes y las fuentes de nuestros ingresos y servicios.

En 2013, Vocento ha conseguido ralentizar la caída publicitaria trimestre a trimestre, logrando un crecimiento publicitario en prensa e internet superior al resto del mercado.

Asimismo, logramos estabilizar nuestro EBITDA y cerrar en positivo todos nuestros negocios. Entre ellos, ABC, que alcanzó un resultado operativo bruto positivo en el conjunto del ejercicio y muestra la apuesta del diario por la información de rigor y calidad y la difusión rentable, focalizando sus esfuerzos en la venta al número, frente a otros canales de menor calidad, como las suscripciones colectivas o las ventas en bloque.

Esta mejor evolución que la competencia se constata también en nuestras cabeceras regionales, que reafirman su profundo arraigo local e introducen día a día mayores niveles de eficiencia en sus procesos de trabajo y organización.

Nuestro profundo conocimiento del mercado, la posición de liderazgo y nuestra capacidad para desarrollar fórmulas innovadoras se traslada, también, a los avances registrados durante el ejercicio en una pensada y sólida estrategia digital en la que vamos a seguir trabajando con dos claros objetivos: mantener el liderazgo de nuestros periódicos, independientemente del dispositivo utilizado, para seguir invirtiendo en la calidad de los contenidos como herramienta de diferenciación en el mercado y ganar nuevas audiencias e ingresos; e ir un paso más allá y explorar nuevas fuentes de ingresos vinculadas al comercio electrónico.

Vocento es cada año más multimedia. Lo confirma la diversificación de los ingresos, nuestras estrategias comerciales, el lanzamiento de nuevos productos online y soluciones de contenidos por y para las nuevas tecnologías y alianzas estratégicas, como la propuesta en el ámbito de la radio, junto a COPE. Otro ejemplo de ello es Kiosko y más, una multiplataforma online de pago de diarios y revistas, consolidada como la gran referencia en español de la industria editorial, con más de 400 títulos de más de 80 editoriales.

En el terreno económico y financiero, otra de nuestras prioridades, Vocento ha seguido dando muestras de solidez, con unos ratios de endeudamiento cómodos y estabilizados; unos niveles de rentabilidad sustancialmente mejorados con respecto al ejercicio anterior, pese al mantenimiento del deterioro publicitario; y un plan de eficiencia que está permitiendo hacer frente a la coyuntura con solvencia y aprovechar oportunidades de crecimiento en un futuro que, espero, esté próximo.

En Vocento vamos a seguir apostando por productos de calidad para nuestros lectores (tradicionales y en formato online), soportes y fórmulas comerciales novedosas y competitivas para nuestros anunciantes, la creación de valor para nuestros accionistas e inversores y por un proyecto empresarial consistente y ambicioso para todos nuestros profesionales.

Año tras año seguimos consolidando nuestra posición como el grupo de comunicación líder en España. Y estoy convencido que las medidas y estrategias adoptadas en coyunturas complejas han reforzado nuestro proyecto empresarial y nuestra propuesta de valor para todos nuestros grupos de interés. Llegados a este punto, sólo nos queda persistir para salir fortalecidos de uno de los procesos transformadores más profundos que ha vivido el sector en muchas décadas.

Enrique de Ybarra

