

Junta General de Accionistas 2017

Recuperar el dividendo, objetivo prioritario de Vocento en 2017

Madrid, 20 de abril de 2017.- Los accionistas de Vocento han aprobado esta mañana las cuentas del ejercicio 2016 en la Junta General celebrada en Bilbao, unas cuentas que, según el Presidente del grupo, Santiago Bergareche, muestran “el avance que realiza Vocento ante las dificultades y cambios que siguen afectando a nuestro sector”.

Bergareche explicó que uno de los objetivos prioritarios para este año 2017 será “añadir valor para sus accionistas y poder retribuir su inversión con el pago de un dividendo, salvo que circunstancias imprevistas nos lo impidan, y seguir ofreciendo a los lectores nuestra ya consolidada línea editorial y una información de calidad e independiente”.

Durante su intervención, el Presidente del grupo se refirió, asimismo, a los cambios en el modelo de negocio que afectan a todo el sector y “que han generado una compleja situación que pone a prueba las capacidades de reacción de los medios tradicionales”. En este sentido, Bergareche auguró un proceso de consolidación y concentración en el sector, que generará oportunidades de crecimiento y de reducción de costes para los grupos mejor posicionados y capacitados. “Vocento aspira a ser uno de estos grupos consolidadores y, por tanto, mantendrá una posición activa en este sentido”, explicó Bergareche a los accionistas.

Vocento genera caja positiva en su negocio ordinario durante los últimos cinco años

El Consejero Delegado, Luis Enríquez, ha comenzado su presentación haciendo referencia a Julio Maese, periodista destacado del grupo, en reconocimiento a su compromiso con el oficio. Seguidamente ha analizado el ejercicio 2016 y ha hecho especial hincapié en un cambio de tendencia que mejora las perspectivas de la prensa: el regreso de lectores y anunciantes a los medios de comunicación de reconocido prestigio y tradición como fuentes de información veraz y contrastada y plataformas de influencia indiscutible.

Luis Enríquez ha destacado que en 2016 la compañía cumplió dos de sus tres objetivos anunciados en el inicio del año pasado: una mejora de la rentabilidad que ha contribuido a un crecimiento del EBITDA comparable del 4,1% hasta situarse en los 52,2 millones de euros, y una generación de caja ordinaria positiva de 21,4 millones de euros. Y todo ello en un entorno publicitario donde los ingresos fueron de más a menos y crecieron por debajo de las expectativas (menos del 3% frente al 5% estimado). Con este son ya cinco los ejercicios en que Vocento consigue generación de caja en su negocio ordinario.

El Consejero Delegado ha incidido en las nuevas iniciativas implantadas por el grupo para compensar la caída del negocio tradicional, como Local Digital Kit, las plataformas de pago de El Correo, El Diario Vasco y El Diario Montañés y Oferplan, sin abandonar nuestro negocio más importante, los periódicos.

Durante 2016, Vocento redujo su deuda financiera un 39%, hasta los 66,4 millones de euros, lo que se explica por dos factores: la venta de la sede del diario ABC, que supuso una entrada bruta de caja de 35 millones de euros, y la generación de caja por el negocio ordinario.

Respecto a los resultados del grupo, Luis Enríquez apuntó que la reforma del Impuesto de Sociedades, “cuyo impacto en 2016 es únicamente contable y no de caja”, impidió a Vocento obtener, por segundo

año consecutivo, un beneficio neto positivo. “Sin dichos efectos hubiera había un resultado neto positivo de 3,2 millones de euros”, ha explicado el Consejero Delegado.

Apuesta por el desarrollo digital

Uno de los pilares estratégicos del grupo para este ejercicio y los siguientes es la aceleración del proceso de transformación digital. “El control de costes de personal, que ha supuesto una reducción de 6,5 millones de euros en el total de Vocento, es compatible con una apuesta por lo digital que se concreta en la incorporación de 113 nuevos empleados en este ámbito”. “Vocento ha incorporado tres tipos de perfiles: los profesionales que se ocupan de analizar los datos de nuestras audiencias y de buscar continuamente mejoras en nuestras iniciativas digitales, programadores que implementan las mejoras identificadas y, finalmente, una fuerza comercial especializada”, ha concretado Luis Enríquez.

La apuesta del grupo por lo digital se confirma con el crecimiento de los ingresos en esa área: los publicitarios y de e-commerce representaron, en 2016, el 31,1% del total; más de 3 puntos porcentuales por encima de 2015.