

TRANSCRIPCIÓN CONFERENCE CALL

15 DE NOVIEMBRE DE 2023

LUIS ENRÍQUEZ

Buenos días. Muchas gracias por asistir a esta conferencia de resultados de Vocento para los primeros nueve meses del año 2023. Voy a empezar por los ingresos, donde los ingresos totales crecen un 5,1%, muy fuertemente apalancados por la diversificación, como se pueden imaginar. De hecho en la estrategia que habíamos planteado desde el principio del ejercicio en ingresos, ya estamos en el 44% de los ingresos del Grupo basados en diversificación y en digitalización. Y eso nos pone claramente en línea de la propuesta que habíamos hecho al mercado de tener al menos un 60% de los ingresos de cara al 2026. Las suscripciones evolucionan igual de bien que lo llevan haciendo a lo largo de todo el ejercicio, con un 32% de incremento. Hay que señalar que en el mes de junio subimos el precio de las suscripciones digitales regionales 2€, haciendo mucha presión sobre el traslado de suscripciones mensuales a anuales. Lo cual está dando bastante buen resultado. De ahí que la evolución del ARPU sea un poco más baja pero asegurando suscripciones anuales responde a una estrategia del grupo que seguimos poniendo mucho foco en que esto no es una vía de acumulación de volumen per sé cómo podía haber sido por la difusión, etc, si no que es una vía de ingreso y de aportación de margen, y así estamos gestionando la línea.

En publicidad tenemos un 4,6 arriba. Seguimos teniendo el mismo problema que llevamos comentando desde hace trimestres, la evolución de la publicidad nacional digital que como ven en la presentación prácticamente es plana, si no un poco negativa. Los clasificados evolucionan en un 5,9% arriba y eso que el display la automoción no está dando demasiadas alegrías en lo que va de año. La publicidad local tiene una afectación natural que ya habíamos comentado en el trimestre y es que desde el 8% de crecimiento del primer trimestre 2T y 3T tienen un crecimiento muy ligero. Eso es debido a las diferentes elecciones que hemos tenido, tanto las regionales en 2T como las generales en 3T. Todo esto ha afectado a la evolución de la publicidad local, que ahora sigue otra en el último trimestre vuelve otra vez los rangos de crecimiento habituales que lleva exhibiendo desde varios trimestres atrás, por tanto ahora entro ya otra vez en márgenes. Si mantenemos los objetivos del año y crecimiento del margen en perímetro constante, de cara al comportamiento del último trimestre donde vemos que podremos cumplir los compromisos adquiridos sin problema.

El EBITDA del trimestre de hecho está en perfecta línea con las estimaciones que teníamos a principio de año, insisto incluyendo el difícil comportamiento de la publicidad local que no estaba previsto para unas elecciones en el tercer trimestre, estaba previsto para unas elecciones en el último trimestre, con lo cuál esperamos que el comportamiento por esa variación de la fijación de fecha de elecciones todavía sea algo mejor. Por eso decimos que tenemos confianza en el crecimiento a perímetro constante. También actuará el plan de eficiencia en costes que hemos puesto en marcha en el primer trimestre de este año, y por la parte de la parte de los negocios de diversificación eso nos llevará al objetivo que hemos marcado de al menos tener un tercio del año del grupo proveniente de negocios de diversificación.

Respecto a la generación de caja, tiene algún problema a lo largo del ejercicio que venimos también señalando los trimestres anteriores fundamentalmente enfocados en problemas que tenemos con el circulante, bien por nuevos proveedores de papel, bien por las circunstancias de los nuevos negocios incorporados, cuestión que entendemos que es coyuntural para el año. Fundamentalmente fin del 2022 y 2023, ya lo habíamos estado diciendo y entendemos que esto estará subsanado para el año 2024 pero ahora Joaquín les dará más detalles de todo lo que estoy diciendo.

Lo último que me queda por destacar es la buena evolución de Relevo, y cuando digo buena evolución es que va cumpliendo las expectativas que tenemos marcadas en el proyecto, que eran ambiciosas. Con esto quiero decir que el hecho de cumplir el proyecto que lo vamos a mantener para el año 2023 y lo vamos a mantener para la presupuestación del año 2024 es perfectamente congruente con la planificación que habíamos hecho, que era como digo muy ambiciosa. A partir de aquí le dejo paso a Joaquín y después responder a las preguntas que ustedes tengan.

JOAQUÍN VALENCIA

Muchas gracias Luis. Bueno lo que voy a pasar es directamente a la evolución del EBITDA en el trimestre o en los primeros nueve meses del año. Como ha comentado Luis, aquí tenemos varios efectos, algunos son muy positivos. Si vemos un poco lo de este tercer trimestre estanco, pues en la parte de periódicos tenemos un crecimiento del 3T que es una buena noticia. Hay muchas tendencias que habíamos tenido durante el año, en gastos de personal, también el EBITDA de Relevos ha ido mejorando comparativamente con los trimestres anteriores, el menor impacto de precio de papel, etc, todo ha hecho que el trimestre estanco en prensa pues tengamos un ligero crecimiento, cosa que es buena noticia. Ya mirando los nueve meses enteros tenemos una caída importante del EBITDA hay una parte obvia que es el incremento del coste de personal. Hay tres efectos, hay una parte que es la recuperación de la paga extra, que afecta a todos los negocios, tenemos un efecto de indemnizaciones mayores que en el 2022 que en la parte de prensa neta de ahorros es como de 1M más o menos. Luego también tenemos un efecto importante de incremento de cotizaciones sociales, nos viene impuesta, que en la parte de prensa es de €1M y en el grupo entero son €2,3 en los 9M, cosa que nos viene de fuera y que es un incremento importante de costes.

Con todo, tenemos efectos muy positivos en la parte de publicidad, que tenemos un incremento. Varios ahorros en otros campos, y luego otra parte de diversificación que compensa parte de la caída y que básicamente doble ya lo que era el EBITDA de los primeros 9M22. Crecen básicamente todas las líneas de negocios: Clasificados, Servicios Digitales, Gastronomía, Agencias, cada una crece. Ya pesa esta diversificación un 32% del total, ex estructura, por lo que estamos muy cerca del compromiso que habíamos tomado y este año llegaríamos a 1/3, al 33%. Vamos a ir bien encaminados.

La cuenta de resultados está muy afectada primero por la estacionalidad del negocio, y por que el año pasado tuvimos un resultado excepcional extraordinario de €9,1M debido a la venta de Net TV. Este año hemos tenido un extraordinario que es una plusvalía derivada de la venta de Gelt, de €1,2M pero obviamente es muy inferior a lo que obtuvimos el año pasado, y esto se refleja en la última línea.

Paro un momento ahora sí, en el tema de la caja, que hemos intentado dar más detalle porque obviamente hay una cuestión que este año no nos afecta mucho. La generación de caja en los primeros 9M es de casi más de €17M peor que la que obtuvimos el año pasado por muchos factores. Por una parte tenemos Relevos, que no solamente nos afecta a nivel de EBITDA si no que también afecta a nivel de circulante y también un poco a nivel de Capex. El impacto de Relevos total en caja es casi de €5M. Luego tenemos a nivel de circulante varios efectos. Muchos negocios que están incrementando su actividad, Clasificados y Agencias, y el incremento del nivel de actividad conlleva un incremento de nivel de circulante. Que entendemos que es una mayor inversión de circulante, que se estabilizará una vez que se ha alcanzado ese nivel de actividad. Y luego tenemos una serie de efectos que son especiales. Una parte hemos diversificado mucho nuestras fuentes de compra de papel. Compramos mucho más a proveedores extranjeros, las condiciones de pago en un primer momento han sido de pago al contado. En cuanto llega el barco a puerto hay que pagar el papel. Todo eso se está renegociando, con lo que a nivel de 2024 vamos a tener mejoras claras en este capítulo. Pero en el 2023 si nos ha afectado. También tenemos en la parte de servicios digitales las luces, que es un incremento importantísimo en ingresos. Y las sombras que son los retrasos que sufrimos por parte del Gobierno a la hora de pagarnos esos importes. Aquí le prestamos un servicio a la Pyme y el que nos paga es el Gobierno, y tenemos una pelota de €2M prácticamente que estamos pendientes de cobro. Y esto nos afecta al circulante. Hay muchos efectos varios que a nivel de circulante han tenido un impacto importante en estos 9M y que se irán deshaciendo en lo que queda del año y el 24. También en Capex tenemos una situación temporal, hemos adelantado bastante Capex durante el año y esto lo vamos a ir recuperando en el 4T de este año. Con todo empezamos un año con €8,9M de deuda ex NIIF a los 9M estamos en €34,2M esto está ligado a la caja ordinaria en negativa que he mencionado, de €16,4M y también el pago de dividendo de Vocento y el pago de efectos no ordinarios. El objetivo de esos €34M es llevarlos a €19M a fin de año. Es el objetivo que nos estamos marcando de deuda y esto implica tener caja positiva en el último trimestre y también alguna venta de activos.

Yo creo que esto es lo mas relevante y a partir de este momento abríamos a preguntas.

SECCIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

JUAN PEÑA – GVC GAESCO

J.P.: Hola buenos días a todos, gracias por la pregunta. Quería haceros dos pregunta. La primera en cuanto a perspectivas del mercado de publicidad. Habéis comentado que esperáis que el mercado en 4Q vaya mejor de lo esperado. ¿Qué esperáis de lo nacional? Si esperamos que en 4Q se recupere parte de lo invertido durante el año. Que normalmente el 4Q es cuando se intentan cerrar los presupuestos de muchas compañías.

Luego en relación con la caja ha comentado Joaquín bastantes cosas. Que me ha respondido casi todo. Pero por confirmar, esperáis una evolución de €15M en el último trimestre, para pasar la deuda de 34 a 19. Esto nos dejaría una generación de caja en el año de casi 0, pero luego han metido la variable de activos. Esperamos una caja un pelín negativa durante el año que se compense con venta de activos, si he entendido bien.

Y luego confirmar lo que decía Luis al principio. Que Relevo va en línea con lo que esperabais, va muy bien, pero como decía Luis al principio es que las estimaciones eran agresivas. Es decir va todo en línea con lo que se pensaba. Esas tres cosas. Muchas gracias.

L.E.: En publicidad lo que he dicho de publi local lo mantengo. La evolución de la publi local es mejor que el año pasado. Verás sus guarismos habituales que son los que vimos en el primer trimestre. Y así será lo que presupuestaremos para el 2024. La publicidad nacional, va a ser exactamente igual, siento que la periodificación y la ubicación de los ingresos publicitarios bascula siempre hacia el último trimestre, pero el año pasado también y los años anteriores también. Lo que esperamos en variación respecto del año pasado no es distinto de lo que hemos visto. Es una recuperación del desempeño de la publi nacional, sobretodo digital en último trimestre respecto del año anterior. Eso no va a pasar, o no lo prevemos. Sobre la caja, confirmarte lo que hemos dicho. Lo que decía antes Joaquín. La generación de caja en el último trimestres se corresponde con la llegada de €19M y que la generación de caja ordinaria estará ahí en el rango de estar plana al margen de venta de activos.

Y luego faltaba Relevo, que va a cumplir presupuesto de la compañía en redes sociales, en páginas vistas, en trafico generado en resultados. Es exactamente el proyecto. Es verdad que el proyecto es ambicioso. Es verdad que estamos creando una marca desde cero. No hemos comprado URL anterior, ni nos estamos basando en un proyecto anterior recuperado. Es la generación de un proyecto desde cero, en un momento difícil sobre la base de una apuesta muy seria, sobre periodismo cualitativo. Veréis que en Relevo nunca habrá noticias de click bait, o ni una sola relacionada con algo que no sea deporte. Y estamos manteniendo la apuesta y la estamos manteniendo generando una awareness sobre la marca que habréis notado, lo cual nos lleva a pensar que la evolución del proyecto es como la habíamos previsto, así que sin ni más ni menos es exactamente lo que teníamos previsto.

J.P.: Muchas gracias.

L.E.: Gracias a ti, Juan.

VIRGINIA PÉREZ REPES – INTERMONEY VALORES

V.P.: Hola buenos días, mira yo tenía tres preguntas, una es relativa a Agencias. El año pasado el margen EBITDA fue como del 10%, la agencia Rosas que comprasteis con los datos que disteis es que también había tenido un margen EBITDA del 12% y sin embargo este año, a pesar del fuerte

incremento que ha habido en ingresos el margen se ha quedado en torno al 6%, entonces asumir un 10-12% para el año, que es asumir que mínimo mantienen lo que ya tenían, es un 4T de más del 20%, eso es razonable teniendo en cuenta que hay muchísima estacionalidad y que toda la actividad del negocio se concentra en los tres últimos meses del año. Esta sería una.

La otra sería relativa al capex. Que es verdad que ha comentado Joaquín que habéis adelantado mucho de lo que tenéis para el año, pero aún así lo que yo tenía apuntado de una de las últimas Call es que el objetivo del Capex para el año era de €11-12M y a 9M ya habéis superado los 11, no sé si por mucho que hayáis adelantado, hay que asumir que en el último trimestre no se va a invertir nada, o hay que elevar un poco, y en este caso no se a qué se debería este mayor capex respecto a las inversiones iniciales.

Y ya por último así como habéis dicho que Relevo va completamente en línea. Un poco por curiosidad saber si hay algún negocio que esté yendo peor de lo presupuestado. Y cuales por el contrario, están yendo mejor de lo que vosotros estabais esperando. Muchas gracias.

L.E.: Muchas gracias Virginia. Voy por el orden de tus preguntas. En agencias, la producción de agencias sobre los ingresos evoluciona a medida que avanza el año en trimestres Y el efecto más importante de los ingresos se vuelca en el último trimestre. Tiene un cierto rango de costes fijos. Que son lineales a lo largo del ejercicio. Con lo cual los márgenes sobre ingresos mejoran progresivamente a medida que el año avanza. Cuando termine el año, veréis un crecimiento perímetro constante en margen, y el margen de EBITDA sobre ingresos está en línea con lo que estás viendo ahora. Es decir tu haces una estimación de un 10% de las agencias en su momento, Rosas del 12% por ahí estará, si no lo mejora un poco, esto lo veréis todos los años. La linealización de los costes fijos y la evolución progresiva muy marcada a medida que avanzan los trimestres. O sea que sí, que está en línea con lo que tú estás previendo.

Tenemos un Capex extraordinario de imprentas, de entre medio millón y setecientos mil euros porque hemos invertido algo en máquinas para producir revistas, que nos está dando un margen que nos está ayudando a paliar el mal comportamiento de la parte industrial. Pero por ahí más allá de eso no hay nada que vaya a salirse de las cifras que habíamos marcado.

V.P.: Habría que añadir ese €0,5-0,7M a los 12 que tenía para el año.

L.E.: Y no hay nada más extraordinario. Y Relevo va como hemos dicho, qué negocios o qué apartados de la compañía van peor de lo que teníamos previsto.... La publicidad nacional a partir de ahí es cuando pusimos en marcha un plan de ajustes de costes para paliar los efectos de una publi nacional, está plana o ligeramente decreciente. Desde nuestro punto de vista, sin muchos visos de ir a aclararse pronto.

El tema de imprentas, fundamentalmente con la pérdida de algún contrato en el norte, para lo que aplicaremos alguna medida correctora. Ya lo hemos hecho dentro de este plan de ajuste, ya lo hemos hecho sobre el inicio de la actividad de Revistas, que está yendo bastante bien, no presupuestada. Con lo cual ayuda a paliar el comportamiento peor de lo esperado de la parte de imprentas. Publicidad local está como esperábamos, difusión y su margen está como esperábamos a pesar del incremento de costes. Suscripción está un poco mejor de lo que esperábamos, en costes más allá de los planes de impacto no tenemos mangan coste que se haya disparado o que esté por encima de lo que teníamos previsto. Y la diversificación va como debe. Así que insisto el año va a terminara como lo habíamos anunciado al principio de este año en el primer trimestre del año. Así qué más o menos (menos la publi nacional y la situación de márgenes de las imprentas, paliada en cierto modo), todo lo demás va como debería.

V.P.: Perfecto muchas gracias.

L.E.: A ti.

Muchas gracias a todos y buenos días otra vez.