

Televisa logra reducir la dependencia de la publicidad

■ MIRIAM POSADA GARCÍA

La entrada de Cadena Tres al mercado de la televisión abierta implicará mayor competencia para Televisa, porque la rentabilidad del negocio de la publicidad puede verse presionada; sin embargo, el nuevo operador deberá dedicar tiempo y recursos suficientes para competir con la calidad de sus contenidos contra Televisa, advirtió FitchRatings.

La calificadora señaló que pese a las presiones regulatorias Televisa se mantiene en posición sólida, como líder en el segmento de la televisión abierta, y destacó que su mayor fortaleza radica en su creciente participación en el negocio de la televisión de paga, al tener cada vez más empresas y suscriptores y depender menos de las ventas de publicidad.

Destacó que en el primer semestre de 2015 Televisa generó cerca de 61 por ciento del total de sus ingresos a través de Sky, sus cableras y servicios de telecomunicaciones.

Bajo investigación del Ifetel

Aunque los resultados financieros de Televisa muestran un constante crecimiento de su segmento de televisión de paga, y que FitchRatings lo marca como una de sus mayores fortalezas, es necesario recordar que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel) tiene dos investigaciones en curso sobre poder sustancial, en una de las cuales señaló que Televisa ejerce poder sustancial en más de cien mercados.

Asimismo, como resultado de la reforma constitucional Grupo Televisa fue declarado agente económico preponderante en el sector radiodifusión.

FitchRatings confirmó las sólidas calificaciones de Televisa en el mercado global y en el nacional de largo plazo, por ser la empresa líder en el mercado de televisión abierta, "una de las compañías de medios de habla hispana más importantes", y tener un portafolio de negocios diversificado.

"Las calificaciones se ven afectadas por las presiones competitivas y regulatorias crecientes en sus operaciones de televisión abierta en México, en medio de un mercado maduro y de una estrategia de adquisiciones que ha incrementado los niveles de apalancamiento de la empresa comparado con niveles históricos".

La calificadora destacó que en México la competencia en la industria de medios de comunicación "será más intensa con la entrada de un operador nuevo en 2016. Mientras la rentabilidad de publicidad puede verse presionada, el impacto debería ser manejable para Televisa dado que su capacidad de producción de contenido se mantiene intacta".