

CORPORATIVO



#OPINIÓN

TV DE PAGA EN JAUJA

“Espera lo mejor, planea para lo peor y prepárate para sorprenderte”.
Denis Waitley

ROGELIO
VARELA



Apoyada por precios que siguen siendo atractivos para las familias mexicanas la TV de paga pasa por su mejor momento.

Se trata de un negocio que ya rebasa los 20 millones de usuarios lo que significó que al año pasado, con todo y la subida del dólar, mostrara un crecimiento de 10 por ciento, a decir del Instituto Federal de las Telecomunicaciones (Ifetel).

En ese contexto y previo al próximo reporte de resultados correspondiente al segundo trimestre del año de Grupo Televisa, fíjese que la calificadora Standard & Poor's (S&P) destacó que el segmento de tv de paga de la empresa que preside **Emilio Azcárraga Jean** sigue reportando “fuertes” resultados, lo que mitiga la baja en las ventas de publicidad.

Precisa que ese segmento representa actualmente aproximadamente 59 por ciento y 68 por ciento de los ingresos totales de la compañía y el EBITDA (flujo libre), respectivamente, lo que reduce la dependencia de los ingresos por la venta de anuncios que, dicho sea de paso, también comienzan a verse en los canales de TV restringida.

**AL FINALES DE
2016, TELEVISA
REPORTÓ 12.3
MILLONES DE
ABONADOS**

Lo interesante del caso es que la evaluación de la televisora pasó –según la calificadora– de “fuerte” a “excepcional”, lo cual es una buena señal para la televisora de cara al reporte en puerta y cuando los inversionistas ante la subida en ta-

sas de interés suelen ser más exigentes al entrar a bolsa.

Televisa al cierre del año pasado reportó 12.3 millones de abonados a sus servicios de TV restringida, siendo su carta fuerte SKY con 7.6 millones de suscriptores.