

SHOWBIZ



Antonio Aja

aaja@marielle.com.mx

Diversificación e institucionalización: en el futuro de Televisa

El anuncio de Televisa de que a partir de enero del 2018 Bernardo Gómez y Alfonso de Angoitia son nombrados, por unanimidad del Consejo del Grupo, Co-CEO tomó a muchos por sorpresa, pero fue recibido con buenos ojos por inversionistas y analistas.

Ambos ejecutivos han asumido un papel estratégico en la operación de la empresa y se podría decir que al igual que Azcárraga son las personas que más conocen las entrañas de la misma. Emilio Azcárraga Jean, a diferencia de su padre y su abuelo, se ha caracterizado por manejar la empresa de una manera mucho más institucionalizada y con una visión más acorde a los tiempos que estamos viviendo.

A raíz de que Azcárraga Jean tomó la dirección general de la empresa hace más de 20 años, el liderazgo y la capacidad que han ejercido ambos ejecutivos para impulsar a Grupo Televisa son más que probados. De hecho, para nadie es secreto que ellos dos ya ejercían las funciones operativas de la empresa.

Los logros del equipo han sido admirables, tomando en cuenta la situación en la que la empresa se encontraba y el entorno mundial en el mundo de las *telcos* en las últimas dos décadas. Del 2000 al 2017, el valor de la acción de Televisa pasó de 28.30 a 91.51, día que se anunciaron los cambios.

En 1997, 60% del origen de los ingresos era de la TV; ahora 54.2% proviene de telecom.

Junto con Azcárraga, ellos fortalecieron la posición de Grupo Televisa en los últimos años, logrando una diversificación de sus ingresos, incursionando con éxito en el sector de las telecomunicaciones, al brindar servicios de voz, internet y televisión de paga. Esa diversificación es una de las grandes fortalezas de Televisa hoy, ya que de ahí proviene más de 50% de sus ingresos.

Los resultados que entrega Televisa al tercer trimestre, en un contexto económico nacional adverso, sobre todo por un aumento de la inflación y la volatilidad del dólar por la negociación del TLCAN, fueron posi-

tivos en general. Se incrementó la utilidad neta de la empresa 20.6%, y la utilidad de los accionistas, 9.1 por ciento.

Sky alcanzó un margen de utilidad de 48.9%, el más alto en los últimos nueve años.

Tras estos anuncios, en su última llamada con inversionistas, Alfonso de Angoitia reveló datos relacionados al último informe y comentó sobre siguientes pasos que ambos ejecutivos estarán dando juntos, entre ellos: la elaboración de una estrategia de largo plazo para la compañía.

El lanzamiento de un nuevo modelo de venta de publicidad a partir del 2018. La idea de la empresa es garantizar niveles de audiencia a sus anunciantes y no necesariamente *spots*. Este nuevo plan de comercialización de publicidad permitirá a la empresa monetizar sus altos niveles de audiencia que hoy ya superan los del 2015 y el 2016, y por mucho los de su competencia.

De igual forma, ejecutivos de Televisa informaron que el pasado reporte financiero fue desafiante; sin embargo, la empresa ha logrado un enorme progreso en el punto de vista operativo, que pronto comenzará a dar frutos. Este mismo programa de mejoras será implementado a otras señales de TV abierta y de paga de la empresa de Emilio Azcárraga Jean, lo cual quiere decir que la renovación sigue.

Las calificadoras S&P Global y Fitch Ratings asignaron antes del tercer trimestre, durante el mismo y posterior a los efectos del sismo, una calificación "AAA" a Grupo Televisa, y ya proyectaban una perspectiva de crecimiento moderada, dado el entorno económico e incluso señalaban que existían en México débiles condiciones para aumentar el gasto de publicidad. Aun así, consideraron que por la eficiente y eficaz administración de la empresa y su rendimiento en otros segmentos de negocio, su calificación se mantenía en "AAA".

Es justo decir que la decisión de Azcárraga se lee en la industria y el mundo financiero como madura, prudente y denota un gran liderazgo de su parte.