

RECIBE APROBACIÓN DE CALIFICADORAS

Televisa emite deuda por \$4,500 millones

CON LOS recursos monetarios obtenidos, la mayor televisora de habla hispana en el mundo financiará capital de trabajo y otras necesidades

Judith Santiago

judith.santiago@eleconomista.mx

HOY, GRUPO Televisa coloca certificados bursátiles por 4,500 millones de pesos para financiar capital de trabajo, así como otras necesidades corporativas. La tasa de interés es de 8.79% y tiene vencimiento en el 2027.

En un comunicado publicado en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) precisó que la colocación de certificados forma parte de un programa vigente.

La operación recibió la nota 'AAA(mex)' de la calificadora Fitch Rating, al considerar que la compañía se ha diversificado su hacia segmentos de Contenido, Sky y Cable, lo que le permitirá lograr estabilidad en la generación de flujo de efectivo (EBITDA).



La deuda de la televisora es de \$72,084 millones de pesos. FOTO ARCHIVO EE:

NATALIA GAIÁ

Añade que el negocio de la radiodifusión apoya la demanda de publicidad y venta de contenidos fuertes.

Antes de esta emisión, la deuda neta de Grupo Televisa era de 72,084.1 millones de pesos. Según Fitch, “el perfil

de vencimientos está bien escalonado y sin concentración de vencimientos significativos”.

Los vencimientos más cercanos son notas sénior por 500 millones de dólares para el 2018 y otros 600 millones al 2025. La televisora disponía, hasta el 30 de junio, efectivo disponible por 47,000 millones de pesos, con lo que no se advierten presiones para enfrentar los pagos de deuda de corto plazo por 12,000 millones de pesos.

ACCESO A MERCADOS

“Televisa tiene buen acceso a los mercados de capitales internacional y local que, a su vez, fortalecen su flexibilidad financiera”, añadió la calificadora.

Los pronósticos apuntan a que la compañía generaría un EBITDA de

25,000 millones de pesos y de 26,000 millones en este y el próximo año, respectivamente.

Esto, como resultado del negocio de Sky y Cable, así como por el aumento de ingresos por regalías de Univisión.

No obstante, aunque la emisora ha reducido la dependencia de sus ingresos por publicidad, que representan 22%, seguirá enfrentando presiones por la competencia que se ha intensificado en este rubro.

Por el lado de la base de suscriptores de televisión de paga, también se observa debilidad por la preferencia que está ganando el contenido online.

“La estrategia de incremento en precios implementada en el 2015 no ha generado una mejora significativa en sus ingresos del negocio de publicidad, aunque continúa reestructurando su estrategia de precios, existe incertidumbre sobre el presupuesto que destinarán los clientes a publicidad en Televisa, ya que existen otras alternativas de publicidad”, consideró Fitch.

Por ello, anticipa que este rubro no registrará crecimiento en el mediano plazo; no obstante, los ingresos por regalías de Univisión en el 2018 compensarán esta tendencia.

“Durante los últimos 12 meses, contados a junio del 2017, la televisora generó 325 millones en regalías de Univisión y se espera que estas suban 39% a partir del 2018”, estimó la calificadora de riesgo crediticio.