

# UN MONTÓN DE PLATA



#OPINIÓN

## 4 CONSIDERACIONES CLAVE DE LOS CANDIDATOS EN TELEVISIÓN

*Grupo Televisa es una empresa en constante evolución para enfrentar el complejo entorno de la industria*

CARLOS  
MOTA

**P**rimera. El mercado trató bien a Televisa durante el periodo que duró la dirección general de **Emilio Azcárraga**. Si uno mira la gráfica de SunGard para la acción de esta emisora en Wall Street, claramente se ve cómo hacia finales de la década de los 90 el título se cotizaba en 10 dólares o menos; mientras que ahora supera con facilidad los 22 o 23 dólares. Es un rendimiento mayor a 100 por ciento para quien invirtió en esta emisora al inicio de la gestión de **Emilio**.

**Segunda.** La estrategia de diversificación funcionó. En un reporte reciente la calificadora Fitch aseguró que el perfil crediticio de Televisa estaba soportado en su "generación diversificada de flujo proveniente tanto de la creación de contenidos como del negocio de telecomunicaciones teniendo, en ambas, posiciones de liderazgo". Fitch pronosticó en julio que "el patrón de crecimiento de EBITDA continuará en el mediano plazo, alcanzando 38 mil millones de pesos hacia finales de 2018".

**Tercera.** La decisión de diversificación permitió que los ingresos de Televisa cambiaran dramáticamente: mientras en 1998 el 60 por ciento de los recursos provenían de la televisión; ahora más de 54 por ciento de los servicios de telecomunicaciones. Los nuevos co-directores generales **Bernardo Gómez** y **Alfonso de Angoitia** fueron personajes clave durante todo ese proceso de cambio.

**Cuarta.** El mercado reconoce que esta es una empresa en constante evolución. Para enfrentar el complejo entorno de la industria, la firma lanzará un nuevo modelo de comercialización publicitaria basado en audiencias alcanzadas. Por ello, es normal que su acción presente variaciones en estos días, entretanto pueda probar con datos duros, en los siguientes trimestres, su nueva estrategia. Fácil no será, y su énfasis en telecomunicaciones continuará. Un dato: en el tercer trimestre de este año reportó 200 mil nuevos accesos a su red.

LA EMPRESA  
LANZARÁ UN  
NUEVO MODELO  
DE VENTAS DE  
PUBLICIDAD