



Competencia en TV e internet impactan publicidad de Televisa: Fitch

La firma expuso que Univisión será de gran ayuda para contrarrestar la débil publicidad

El crecimiento de los ingresos en el segmento de publicidad se mantendrá neutro en el mediano plazo, debido a una **disminución en la participación de mercado de televisión abierta** frente a otras plataformas como internet y también al incremento de competencia, señaló Fitch Ratings en un reciente reporte.

“La estrategia nueva de precios tiene como objetivo **aprovechar los niveles altos de audiencia** para generar ingresos en el segmento de contenidos, sin embargo, Televisa enfrenta retos por la competencia de alternativas distintas de publicidad donde sus clientes pueden decidir destinar sus presupuestos”, indicó la calificadora en el documento.

La metodología nueva de precios basados en los **niveles de audiencia** se aplicó a partir de este año con el objetivo de aprovechar niveles altos de audiencia para generar ingresos en el segmento de Contenidos.

La firma expuso que uno de los ingresos que ayudarán para **contrarrestar la débil tendencia de publicidad en el segmento de contenidos de la televisora** serán las regalías de Univisión en 2018.

Fitch Ratings ratificó la calificación de largo plazo en escala nacional de ‘AAA(mex)’ de Grupo Televisa, así como las calificaciones de largo plazo en escala internacional en moneda extranjera y local de ‘BBB+’ con perspectiva estable.

Al mismo tiempo, Fitch ratificó las calificaciones para los instrumentos de deuda de la compañía en ‘AAA(mex)’ y ‘BBB+’.

Entre otros de los factores que estimó la calificadora para ratificar las notas de la televisora está el hecho de que Fitch espera que el flujo de fondos libre (FFL) sea positivo este año.

En ese sentido, prevé que el flujo operativo de 2018 y 2019 sea suficiente para cubrir el nivel de CaPex, de tal suerte que el margen de generación de FFL ayude a reducir el apalancamiento neto a niveles por debajo de 2 veces (2x) al cierre de 2019.

Asimismo, Fitch estimó que la intención de Televisa de vender ciertas operaciones no estratégicas resultaría positiva, además de que estar sujeta a menos presiones regulatorias al no ser un agente con poder sustancial en el mercado de TV de paga.