

## Cuatro escenarios de Televisa para crecer tras su 'derrota' frente al IFT (El Financiero 29/09/14)

Cuatro escenarios de Televisa para crecer tras su 'derrota' frente al IFT (El Financiero 29/09/14) Ana Martínez amartinez@elfinanciero.com.mx Lunes, 29 de septiembre de 2014 Fortalecerse en TV de paga y aumentar su apuesta en Univision, dos vías. La firma también buscará ampliar su negocio de venta de contenidos en español. Tras vender su participación en Lusacell, podría regresar con un OMV. La venta de su participación en Lusacell y haber perdido los 18 juicios de amparo que interpuso en contra de la declaración de agente económico preponderante en radiodifusión por parte del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), no son una derrota definitiva para Grupo Televisa, firma que proyecta cuatro opciones para aumentar sus ingresos. De acuerdo con analistas y directivos de la empresa, las próximas apuestas del grupo serán seguir fortaleciendo su posición en el mercado de televisión de paga; aumentar su participación en Univision para conquistar al mercado hispano en Estados Unidos; crecer en el negocio de contenidos a través de vínculos con empresas como DirecTV; y regresar a la telefonía móvil como Operador Móvil Virtual (OMV). Televisa obtuvo 717 millones de dólares por la venta de su 50 por ciento de participación en Lusacell. Según expertos, podría utilizar estos recursos para realizar adquisiciones en el mercado de televisión de paga, dentro del cual ya detenta una participación del 64.3 por ciento. En los últimos cinco años, la empresa sumó a cuatro firmas a su portafolio: Cablemás, Bestel, TVI y Cablecom, pero ahora podría ir por Megacable, que tiene una participación de mercado del 14.8 por ciento, estimó Valeria Romo, analista de Monex Casa de Bolsa. La facturación de los negocios de telecomunicaciones de Televisa aumentó en 14.7 por ciento en el segundo trimestre del 2014 y la utilidad operativa del segmento se expandió en 37 por ciento. Una segunda opción de inversión está en fortalecer sus operaciones en Estados Unidos, al aumentar su participación accionaria del 38 por ciento, que tiene actualmente, hasta un 49 por ciento en Univision, la mayor distribuidora de contenidos de habla hispana en dicho país. Esta es la máxima participación a la que puede aspirar dentro de la firma por las restricciones de reciprocidad a la inversión extranjera en radiodifusión en las legislaciones de ambas naciones (México-Estados Unidos). En junio pasado, el diario The Wall Street Journal reportó que directivos de Univision Communications Inc. sostuvieron negociaciones preliminares en torno a la venta de la cadena con CBS Corp., Time Warner Inc. y otras empresas de medios de comunicación como Grupo Televisa. Los dueños de Univision, que pertenecen a un consorcio de inversionistas encabezado por el multimillonario Haim Saban, buscan vender la compañía en unos 20 mil millones de dólares, dijeron las fuentes al Wall Street Journal. "Univision tiene desempeños extremadamente buenos y se está convirtiendo en un activo muy interesante. La población hispana continúa subrepresentada en términos de inversión publicitaria y Univision está en una posición perfecta para beneficiarse de ello y los prospectos para el fortalecimiento de ingresos de retransmisión por Univision son muy positivos", dijo en una conferencia reciente con analistas José Antonio Bastón, presidente de Televisión y Contenidos de Televisa. Televisa recibió 84 millones de pesos en regalías por parte de Univision durante el segundo cuarto del 2014, un aumento del 15.2 por ciento en comparación con el mismo periodo del 2013. El tercer escenario de crecimiento para la firma que preside Emilio Azcárraga Jean puede darse a partir de sus vínculos con firmas internacionales como DirecTV, la cual se encuentra en proceso de ser adquirida por parte de AT&T. John Stankey, director de Estrategia de AT&T, expuso recientemente que esta operación resulta oportuna y benéfica para los consumidores en términos de transmisión de contenidos. Este fin de semana, Emilio Azcárraga Jean afirmó que la televisora ha alineado todos sus esfuerzos para cumplir el reto de ser líder mundial en producción y distribución de contenidos en habla hispana para todas las plataformas actuales y futuras. Televisa también podría ser proveedor de contenidos de las nuevas cadenas de TV abierta que se licitarán en México, según los expertos. El cuarto escenario para la firma contempla su regreso al negocio de la telefonía móvil; esta vez mediante la figura de Operador Móvil Virtual (OMV) o a través de la creación de una empresa conjunta con la española Telefónica, según reportes de Reuters. La reforma de telecomunicaciones devolvió el atractivo para que la televisora ofrezca servicios de cuádruple play, que incluyen, TV de paga, telefonía fija y móvil, e internet de banda ancha. "Tiene muchas opciones para conseguirlo, dada su presencia a nivel nacional... la pregunta ahora es qué tan agresivamente pueden competir", dijo al respecto en un reporte reciente el analista de Barclays, Gilberto García.