

Después de que Televisa anunció que Emilio Azcárraga Jean dejará la dirección general de dicha compañía, las acciones de la empresa se encuentran en picada al desplomarse más de 5% en la pizarra de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).

Los títulos de Televisa se ofertan por debajo de los 87 pesos, mientras que el día de ayer cerraron en 91.51 pesos. De hecho, las acciones de la empresa ahora dirigida por Bernardo Gómez y Alfonso de Angoitia tienen la caída más marcada, después de las de BBVA Bancomer y Santander.

El pasado jueves 26 de octubre, la televisora dio a conocer el nombramiento de Gómez y Angoitia como co-presidentes ejecutivos de Televisa, reportando directamente al Consejo de Administración.

Emilio Azcárraga Jean continuará al frente del desarrollo de la estrategia de largo plazo de la compañía ocupando el cargo de presidente ejecutivo del Consejo de Administración.

Asimismo, continuará con responsabilidad directa de la división de fútbol de Grupo Televisa, incluido el equipo América, así como de la Fundación Televisa. Estos cambios entrarán en vigor a partir del primero de enero de 2018.

La televisora también reveló sus resultados financieros al tercer trimestre del año en el que informó que las ventas netas disminuyeron 3.8% con un total de 22 mil 832.2 millones de pesos en el tercer trimestre de 2017 en comparación con los 23 mil 722.3 millones registrados en el mismo periodo del 2016. Este decremento es atribuible principalmente a la disminución en las ventas de publicidad.

En particular, las ventas por publicidad del tercer trimestre disminuyeron 8.4% a cuatro mil 943.8 millones de pesos en comparación con los cinco mil 397.9 millones del tercer trimestre

de 2016.

“Durante el trimestre, los ratings de prime time de Canal 2 continuaron su tendencia positiva. La publicidad vendida por adelantado les otorga a nuestros clientes acceso al inventario de publicidad a precios fijos y les concede suficiente flexibilidad para buscar el costo más bajo por punto de rating”, explicó.

Agregó en su estado financiero que “considerando el incremento de ratings, este mecanismo les está permitiendo lograr su objetivo de volumen de audiencia con menos gasto en publicidad. En menor medida, las ventas por Publicidad fueron afectadas por el sismo del 19 de septiembre, siendo que Canal 2 transmitió sin interrupciones comerciales por tres días consecutivos después de este evento”.

También cayeron la venta de canales, la venta de programas y licencias, entre otros.

Con información de Proceso