

Fecha <b>08.07.2020</b>	Sección <b>Termómetro Económico</b>	Página <b>23</b>
----------------------------	--	---------------------

televisión por cable repuntó

# Crece 89.3% utilidad neta de Televisa en el 2 Trim del año

Redacción  
termometro.economico@eleconomista.mx

**Grupo Televisa** inauguró la temporada de reportes de este segundo trimestre del año informando al mercado bursátil que su utilidad neta atribuible a los accionistas subió 89.3% a 1,739.5 millones de pesos frente al mismo periodo del 2019.

Informó que sus ventas en el segmento de televisión por cable crecieron 10.7% respecto al mismo periodo del 2019. En este negocio la televisora más grande de habla hispana explicó que los recursos ascendieron a 11,308.8 millones de pesos en contraste con los 10,215.7 millones de pesos reportados en el segundo trimestre de 2019. Dicho crecimiento fue impulsado principalmente por un avance en el segmento de banda ancha y voz.

Las ventas en el trimestre reportado cayeron 7.8%, a 22,407 millones de pesos, debido a una disminución en las ventas de publicidad, así como en otros

negocios (como los eventos deportivos) que han sido impactados por la pandemia del Covid-19, señaló en su reporte enviado a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Las ventas por publicidad finalizaron con una caída de 33.1%, a 2,922 millones de pesos, este resultado se explicó al “deterioro de la economía nacional debido al Covid-19”, lo que provocó que se redujera el presupuesto publicitario de categorías, como bebidas y alimentos, venta minorista, telecomunicaciones, viajes y entretenimiento fuera del hogar.

“Nuestro negocio de Contenidos enfrentó una reducción significativa en la demanda de publicidad durante el segundo trimestre y puede continuar viéndose afectado por la reducción en el nivel de actividad económica en las regiones en las que se encuentran nuestros clientes”, reconoció la empresa.

“Dependemos en parte de la demanda de publicidad de las empresas centradas en los consumidores, y la pandemia de Covid-19 ha causado, y podría

seguir causando, que los anunciantes reduzcan, pospongan, o, en algunos casos, eliminen su gasto publicitario en nuestras plataformas”, añadió y destacó que por ahora es impredecible calcular el impacto que tendrá la contingencia sanitaria en sus negocios para este año.

Televisa invirtió en el periodo 196.4 millones de dólares destinadas a propiedades, planta y equipo como inversiones de capital.



## 1,739

**MILLONES**  
de pesos fue la utilidad atribuible a los accionistas de Televisa en el trimestre

