

Fecha 03.04.2020	Sección Finanzas	Página 18
----------------------------	----------------------------	---------------------



Grupo Televisa, antes y después de la crisis

La semana pasada los primeros 21 programas de mayor audiencia en televisión abierta fueron producciones del grupo que preside **Emilio Azcárraga Jean** superando con creces a la competencia, y si bien el aislamiento social por el coronavirus supone una mayor demanda en los hogares, los televidentes optan por contenidos de mayor calidad y que reflejen de mejor manera el pulso de la coyuntura, y esto explica en buena medida el posicionamiento actual del Grupo Televisa en el sector de la radiodifusión. Y es que ante el complicado escenario económico que se avecina, todas las empresas deben visualizar sus mejores opciones de negocios para fortalecerlas y poder superar, primero, el vendaval y después emerger mucho más fortalecidas y con mayores ventajas como es el caso de Grupo Televisa, que codirigen **Bernardo Gómez** y **Alfonso de Angoitia**, que al mismo tiempo cumple con su compromiso de responsabilidad social con la campaña #MuchoOjoco-nelCoronavirus, que en promedio tiene un alcance diario de más de cuatro millones de personas.

GANADORAS EN EU

El mercado estadounidense es vital para Gruma, que preside **Juan González Moreno**, con 55 por ciento de sus ventas generadas en este país, donde el posicionamiento de la tortilla ya está más allá del mercado hispano: mientras que para Grupo Bimbo, que encabeza **Daniel Servitje**, dicho mercado representó 49 por ciento de sus ingresos totales. Y recientemente ambas compañías recibieron un impulso adicional por las compras previas a las restricciones de movilidad en

Estados Unidos por la contingencia sanitaria derivada del coronavirus. Goldman Sachs consideró el estudio mensual *Nielsen US Fresh Baked Goods and Tortilla* con información al 21 de marzo que reveló que las ventas de Gruma reportaron un avance anual de 47.8 por ciento, 33.8 por ciento en los volúmenes desplazados y 10.5 por ciento en el precio de sus productos, mientras que para Bimbo las ventas crecieron 24.5 por ciento, los volúmenes 23.9 por ciento y los precios apenas 0.5 por ciento. La correduría destacó que incluso en esta coyuntura excepcional, la demanda de tortilla superó al pan empaquetado y con un rendimiento mayor ante la combinación de mayor volumen y precios, lo que justificó la recomendación de compra de las acciones de Gruma y la venta de Bimbo.

MUY SELECTIVO

El área Latin America Equity Research de Santander realizó un extenso análisis sobre los bancos que operan en México que incluyó escenarios extremos de riesgo por la exposición de su cartera de crédito a ciertos segmentos y sectores, y además de la baja en la tasa de referencia. El reporte titulado *¿Cuánta resistencia al dolor tiene los (grandes) bancos mexicanos?*, identificó a Inbursa, de **Marco Antonio Slim**, como la institución más preparada para enfrentar la coyuntura venidera, y después estaría Banorte que dirige **Marcos Ramírez**, mientras que Gentera sería el banco más sensible a cambios en el crecimiento de su cartera.

@robortoah

