

CORPORATIVO

Rogelio Varela

TV Azteca, por una televisión de ideas

La segunda cadena de televisión abierta sigue ganando *rating*, ahora a partir de una programación inteligente.



Ricardo Salinas.



Guillermo Ortiz.



Lorenzo H. Zambrano.

Ya le he comentado que esta crisis sacó a flote muchos de los problemas ancestrales que padece México, pero también permitió resaltar que a partir de empresas bien administradas se puede crecer, aun en tiempos difíciles.

Tal es el caso de TV Azteca, la televisora de Grupo Salinas, que pudo mantener su rentabilidad y ganó anunciantes, pero al mismo tiempo consolidó una apuesta por una televisión inteligente que permita apoyar la formación de amplios segmentos de la población, en el entendido que la pantalla chica puede educar.

Un ejemplo de esa estrategia se dio a apenas el mes pasado con la presentación de la Orquesta Sinfónica Esperanza Azteca, conformada por 275 niños entre seis y 16 años de diversas comunidades del país, la gran mayoría provenientes de zonas muy pobres del país, y que han encontrado en la música un vehículo para elevar su formación humana.

Hablamos de niños con grandes dotes para interpretar música clásica, pero también de un coro que de alguna forma rememora lo que en el siglo XVI hizo el clérigo Vasco de Quiroga, quien a partir de la lectura de la *Utopía* de Tomás Moro, descubrió los enormes atributos artísticos de los indígenas mexicanos.

Ahora Salinas Pliego replica, a través de Fundación Azteca, lo que encontró Tata Vasco en poblaciones que quizá no han cambiado en siglos.

Y es que más allá de ganar en anunciantes que revisan a diario a pie juntillas los *ratings*, Salinas Pliego sabe que el negocio de la televisión tiende hacia la segmentación y que el mexicano se ha convertido en un televidente más selectivo que también gusta de una programación formativa, aun con la enorme importancia que siguen teniendo las telenovelas, la transmisión de actos deportivos o bien

los noticiarios.

Otra muestra de que esa estrategia gusta al televidente mexicano, es que TV Azteca está dedicando más programas a lo que ha dado en llamar su Barra de Opinión, un área al fren-

te de **Tristán Canales** que ha permitido atraer lo mismo a politólogos, economistas, escritores e historiadores con la idea de explicar los cambios profundos que encara México.

Esa misma línea de programación se ha seguido en Canal 40, que dirige **Luis Armando Melgar** y que con la frase "Activa tu mente" enfatiza que también puede ser rentable una televisión que lleva a un primer sitio las ideas.

En 2010 TV Azteca buscará consolidar esa estrategia, ahora a partir de las posibilidades tecnológicas que ofrece Internet, pero también desde lo que se puede hacer desde Hi-TV, luego de que la Cofetel ha manifestado que opera en la legalidad, algo que siempre supo Salinas Pliego y que generó gran molestia entre las empresas de TV de paga que no querían nueva competencia.

Como un adelanto, le comento que las baterías de la televisora del Ajusco se dirigirán a crear un canal de noticias que permita informar las 24 horas del día, los 365 días del año, algo que sólo se puede conseguir a partir de la contratación de costosos paquetes de programación que ofrece la TV restringida, y que con sólo la instalación de una antena llevará a millones de casas Hi-TV.

En ese proyecto Salinas Pliego apostará por llevar a lo que se conoce como la base de la pirámide programación premium, algo que también hace en otros de sus negocios, como las tiendas Elektra o el Banco Azteca, en el entendido que goza de un gran canal de distribución desde las posibilidades que ofrece la



Fecha 18.12.2009	Sección Negocios	Página 28
----------------------------	----------------------------	---------------------

pantalla chica.

Quizá recuerde que en los noventa, cuando Salinas Pliego adquirió lo que era Imedisión, y que básicamente se identificaba como los canales 7 y 13, más de uno pensó que su propuesta de televisión se iba a quedar en lo me-

ramente comercial, ahora otras televisoras, pero sobre todo los anunciantes, han visto con sorpresa que también se puede ganar dinero en la televisión abierta a partir de programas que nos hacen pensar.

La ruta del dinero...

SCT apoya monopolio

A pesar de que la Suprema Corte de Justicia de las Nación, que tiene como ministro presidente a Guillermo Ortiz Mayagoitia, declaró inconstitucional el reglamento interno de la Secretaría de Comunicaciones, y por tanto la Cofetel, de Héctor Osuna Jaime, es la que tiene pleno mandato en materia de radiodifusión, Juan Molinar Horcasitas insiste en proteger intereses, y de plano pretende ir por encima de la resolución de los magistrados. La queja de varios concesionarios es que el funcionario en cuestión se encuentra capturado por los intereses del monopolio de televisión de paga que ha recibido un trato preferencial y que tal parece está dispuesto a cerrarle el camino a la competencia.

Ortiz irá a la academia

La semana que concluye ha tenido una serie de reconocimientos públicos y privados a Guillermo Ortiz Martínez, luego de 12 años como gobernador del Banco de México. Ha trascendido que el economista analiza varias propuestas para incorporarse al sector académico, concretamente tiene propuestas en la UNAM, el ITAM y en el extranjero en la Universidad de Stanford. Ortiz deja importantes logros como banquero central, simplemente habrá que referir que la inflación cierra el año abajo de 4 por ciento y el peso ha recuperado fuerza para llevar al tipo de cambio en menos de 13 pesos. Por ello se anticipa que luego de un año regresará a ocupar un alto puesto directivo en alguno de los bancos comerciales. Al tiempo.

Santander en oferta de Cemex

En momentos en que los manejadores de fondos se han tornado muy selectivos, llama la atención que Cemex, de Lorenzo H. Zambrano, haya salido a los mercados a captar con éxito dos mil millones de dólares para refinanciar deuda. En la parte local destacó la oferta de obligaciones convertibles en acciones ordinarias, que tuvo como agente colocador a Banco Santander, que está representada por certificados de participación ordinarios y que estuvo dirigida a los tenedores de certificados bursátiles. De lo relevante de esa transacción destaca que es la primera operación bursátil de su tipo en el mercado mexicano de valores. La oferta implicó captar unos 320 millones de dólares que representan alrededor de 172.5 millones de CPO.

Corporativo tomará un receso con motivo de las fiestas decembrinas y regresará el 4 de enero. Desea a sus lectores un 2010 de salud, paz y éxitos

Viñetas: Ezquerro

rvarela@elfinanciero.com.mx