

Bajar costos, la estrategia de Televisa

□ Descarta José Bastón recortes de personal; compiten con series estadounidenses

Lucero Almanza

A pesar de la crisis económica, Televisa descartó la aplicación de recortes de personal, por lo cual trabajará en elevar la eficiencia en el interior de la empresa, dijo José Bastón, presidente de televisión y contenidos del grupo.

“En esta crisis que estamos viviendo nos dedicamos a bajar los costos de la compañía para no correr a ningún empleado, no se ha corrido a ningún empleado de Televisa en esta crisis”, aseguró durante su participación en el foro Espacio 2009.

Mencionó que a pesar de que en otras empresas se han aplicado recortes de personal para enfrentar la caída de la

economía, la orden en la televisora es buscar otras opciones para mantener sin cambios su plantilla laboral.

“La orden del señor Emilio Azcárraga Jean es: no vamos a despedir a nadie, vamos a ser mucho más eficientes en lo que hacemos, y dentro de esto es hacer contenidos que sean lo más rentables posible”, agregó.

Bastón dijo que Televisa se ha enfo-

cado a crear contenidos para series de televisión, toda vez que actualmente los programas estadouni-

denses representan su principal competidor, su “talón de Aquiles”.

“TV Azteca es un competidor muy respetable, pero la competencia es con los canales americanos”, sostuvo.

Por ello, indicó que la compañía trabajará en este tipo de programas este año, para elevar su participación de mercado.

“Creo que las estamos haciendo mejor (las series), la audiencia nos lo dice. Por ejemplo, las primeras series que sacamos, algunas ya van por su segunda o tercera temporada”, dijo.

Explicó que la audiencia de este tipo de contenidos es más exigente, y más difícil de captar su atención, pero también es la que atrae a los clientes publicitarios.

Además, el costo de esos programas en Estados Unidos es superior respecto a las producciones nacionales, lo que les da una ventaja competitiva, indicó.

Bastón detalló que Televisa produce más de 50 mil horas al año, una cifra similar a la de la BBC.

El empresario destacó que más del 80 por ciento de las ventas de la televisora se realizan en México, y ascienden en total a unos cuatro mil millones de dólares, aproximadamente.

Sumar esfuerzos

Marcos Martínez, presidente ejecutivo y director general de Santander México, consideró que la suma de decisiones y una actitud de concordia ayudarán a que México enfrente la actual crisis.

En la inauguración del foro, donde estuvo presente el presidente de Grupo Televisa, Emilio Azcárraga Jean, destacó que ante la falta de acuerdos políticos, sociales y económicos en el país, es indispensable una participación más activa de la población, sobre todo de las instituciones académicas y los universitarios. ■



José Bastón.
(Foto: Cuartoscuro)

