

Estudio económico vertical de los principales grupos de concentración publicitaria televisiva en España: Atresmedia y Mediaset año 2018

Ana-Cecilia Vaca-Tapia¹, Verónica Crespo-Pereira², Roberto Manciatì³,
Valentín-Alejandro Martínez-Fernández⁴

**ana.c.vaca.tapia@gmail.com; vecrespo@pucesi.edu.ec; valentin.martinez@udc.es;
rmanciatì@yahoo.com**

¹ Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Av. Jorge Guzmán Rueda y
Av. Aurelio Espinosa Pólit, 100112, Ibarra, Ecuador.

² Universidad UTE, Rumipamba s/n entre Bourgeois y Atahualpa, 170129, Quito, Ecuador.

³ Universidade da Coruña, Rúa da Maestranza9, 15001, A Coruña, España

Pages: 279-288

Resumen: La presente investigación recopila y analiza los estados económicos del año 2018 de los principales grupos de concentración publicitaria televisiva de España: Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A. y Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes. Se aplica un Sistema Experto de Análisis Financiero Método Vertical que toma en cuenta los indicadores de los factores de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad, el cual de forma óptima emite conclusiones y sugerencias para la adopción de decisiones.

Palabras-clave: televisión privada, análisis financiero, método vertical, Atresmedia, Mediaset

Vertical economic study of the main television advertising concentration groups in Spain: Atresmedia and Mediaset year 2018

Abstract: This research compiles and analyzes the economic statements for the year 2018 of the main groups of television advertising concentration in Spain: Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A. and Mediaset España Comunicación, S.A. and Dependent Companies. An Expert System of Financial Analysis Vertical Method is applied that takes into account the indicators of liquidity, solvency, management and profitability factors, which optimally issues conclusions and suggestions for decision making.

Keywords: private television, financial analysis, vertical method, Atresmedia, Mediaset

1. Introducción

El análisis financiero para Baena Toro, (2014) es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos económicos. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía permitiéndole con ello una adecuada toma de decisiones (p.11).

Además, es importante recalcar que el análisis financiero al ser un diagnóstico integral (Lavalle Burguete, 2016), permite un estudio comparativo entre compañías que realicen la misma actividad económica.

En este contexto se realiza el estudio económico del período 2018 de las compañías privadas nacionales de televisión de España Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A. y Mediaset España Comunicación S.A y Sociedades Independientes. Dos grandes plataformas que acaparan la contratación publicitaria de la televisión en abierto y, además, engloban a los únicos medios capaces de llegar en horario de prime time al conjunto de la audiencia en cualquier lugar de España (García Santamaría, Pérez Serrano & Alcolea Díaz, 2014, p.58).

Atresmedia Se constituyó el 7 de junio de 1988, con la denominación de Antena 3 de Televisión S.A., que cambió por la actual en 2013. Tiene su domicilio social y fiscal en la Avenida Isla Graciosa, Madrid. Su principal actividad es la prestación de servicios de comunicación audiovisual, en cualquiera de sus modalidades de difusión. Además, difunde contenidos a través de su plataforma digital Atresplayer y de otros canales, fuera de España, como Antena 3 Internacional, Atreseries y ¡HOLA! TV. Adicionalmente, realiza actividades de producción y comercialización de contenidos, teventas y licencias. (Atresmedia, 2018).

Mediaset fue constituida en Madrid el 10 de marzo de 1989. Su domicilio social se encuentra en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas. Tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. Al 31 de diciembre de 2018 explota comercialmente siete canales de televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y Be Mad). La actividad se centra en la explotación publicitaria de los canales de televisión, así como la realización de actividades análogas y complementarias relacionadas a dicha actividad (producción audiovisual, agencia de noticias, promoción publicidad. (Mediaset, 2018).

2. Metodología

Esta investigación analiza los estados financieros de las dos empresas por el método vertical, que estudia cifras de un sólo período contable (Arias Anaya, 2012). En este caso el año 2018. Para el ingreso de la información financiera se emplea un Sistema Experto que incorpora, en forma operativa, el conocimiento de una persona experimentada, siendo capaz tanto de responder como otra, así como de explicar y justificar sus respuestas. (Rodríguez & Rivas, 2001, pp.21-22)

El sistema experto al ser capaz de resolver problemas difíciles, razonar heurísticamente, interactuar eficazmente, manipular y razonar sobre descripciones simbólicas, funcionar con datos erróneos y reglas imprecisas, contemplar simultáneamente múltiples

hipótesis, explicar el porqué de las preguntas y justificar las conclusiones (Rodríguez & Rivas, 2001); permite realizar el análisis financiero aplicando los indicadores de los cuatro factores de estudio (Figura 1).

Factor	Indicadores	Fórmula
1. <i>Liquidez</i>	1.1. Liquidez Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente
	1.2. Prueba Ácida	Activo Corriente - Inventarios / Pasivo Corriente
2. <i>Solvencia</i>	2.1. Endeudamiento del Activo	Pasivo Total / Activo Total
	2.2. Endeudamiento Patrimonial	Pasivo Total / Patrimonio
	2.3. Endeudamiento del Activo Fijo	Patrimonio / Activo Fijo Neto
	2.4. Apalancamiento	Activo Total / Patrimonio
	2.5. Apalancamiento Financiero	(Utilidad Antes de Impuesto) / (Utilidad Antes de Impuestos e Intereses / Activos Totales)
3. <i>Gestión</i>	1. Rotación de Cartera	Ventas / Cuentas por Cobrar
	2. Rotación de Activo Fijo	Ventas / Activo Fijo
	3. Rotación de Ventas	Ventas / Activo Total
	4. Período Medio de Cobranza	(Cuentas por Cobrar * 365) / Ventas
	5. Período Medio de Pago	(Cuentas y Documentos por Pagar * 365) / Compras
	6. Impacto Gastos Administración y Ventas	Gastos Administrativos y de Ventas / Ventas
	7. Impacto de la Carga Financiera	Gastos Financieros / Ventas
4. <i>Rentabilidad</i>	1. Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont)	(Utilidad Neta / Ventas) * (Ventas / Activo Total)
	3. Margen Operacional	Utilidad Operacional / Ventas
	4. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	Utilidad Neta / Ventas
	5. Rentabilidad Operacional del Patrimonio	Utilidad Operacional / Patrimonio
	6. Rentabilidad Financiera	(Ventas / Activo) * (Utilidad Antes de Impuestos e Intereses / Ventas) * (Activo / Patrimonio) * (Utilidad Antes de Impuestos / Utilidad Antes de Impuestos e Intereses) * (Utilidad Neta / Utilidad Antes de Impuestos)

Fuente: Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros (2008)

Tabla 1 – Indicadores Financieros

3. Resultados

A partir de la recopilación, análisis e ingreso en el Sistema Experto de los datos contables registrados en cada partida en los estados financieros se obtienen los siguientes resultados del año 2018 a través del análisis vertical.

En la Tabla 1 se presentan los resultados y conclusiones de la compañía privada nacional de televisión Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A.

Indicador	Resultado	Conclusión
<i>1.1. Liquidez Corriente</i>	1.3383	La suficiencia para cubrir los compromisos corrientes con la totalidad de los activos corrientes no es la óptima y se debe verificar la capacidad de crédito, la rotación y gestión del inventario. Además, se debe realizar un análisis de la cartera por cobrar generada por la actividad normal del negocio.
<i>1.2. Prueba Ácida</i>	0.6684	La capacidad de la empresa para cubrir las obligaciones corrientes con los activos corrientes sin tomar en cuenta las existencias no es la óptima si el inventario no es fácilmente convertible en efectivo, se sugiere revisar la cartera de la empresa y la inversión realizada en inventarios.
<i>2.1. Endeudamiento del Activo</i>	0.6959	No posee autonomía financiera, es decir depende de sus acreedores, a mayor porcentaje menos control tiene en la toma de decisiones para el desarrollo de la misma, se sugiere elegir correctamente las fuentes de financiamiento a largo plazo con menor inversión para así tomar el control de la sociedad. Además, se debe analizar el componente del apalancamiento porque el pasivo corriente es más costoso que el pasivo a largo plazo afectando a la rentabilidad y seguridad.
<i>2.2. Endeudamiento Patrimonial</i>	2.2888	Mientras mayor sea el resultado se observa que el endeudamiento a largo plazo que posee la televisora proviene de cada euro aportado por el propietario de la misma, y se verifica el porcentaje del patrimonio que sería necesario para la cancelación de deudas a largo plazo.
<i>2.3. Endeudamiento del Activo Fijo</i>	3.4165	La totalidad del activo fijo que posee la empresa proviene del financiamiento con el patrimonio de la misma, sin acceder a obligaciones con acreedores.
<i>2.4. Apalancamiento</i>	3.2888	Se observa el grado de apoyo de los recursos que posee la compañía sobre el capital proveniente de los acreedores. El beneficio es mayor si la rentabilidad del capital invertido es superior al costo de los prestados. Se sugiere tomar en cuenta que si es una empresa con fuerte apalancamiento una reducción en el activo total puede absorber al patrimonio parcialmente, si existe un incremento permite revalorizar al patrimonio. Se recomienda un análisis del entorno para determinar los momentos en los que se puede elevar los niveles de riesgo para generar mayor rentabilidad o viceversa.
<i>2.5. Apalancamiento Financiero</i>	3.2888	Los fondos de terceros contribuyen a la rentabilidad de los fondos propios, se sugiere revisar las condiciones de los créditos, es decir, tasas, plazos y garantías con la finalidad de optimizar el endeudamiento y así contribuir a la seguridad y rentabilidad del negocio.
<i>3.1. Rotación de Cartera</i>	4.1349	Se verifica el número de veces que son recuperadas las cuentas por cobrar anuales generadas por las ventas a crédito, es decir cada euro vendido se recupera y se vuelve a vender el número de veces resultante de la aplicación de la fórmula establecida. Entre más grande sea esta razón más rápido se recupera la inversión hecha en los clientes y eso reduce el periodo de cobranza.

Indicador	Resultado	Conclusión
<i>3.2. Rotación de Activo Fijo</i>	7.2878	Se observa en la televisora que las ventas se encuentran en proporción con el valor invertido en propiedad, planta y equipo; lo que permitirá que no exista reducción en las utilidades al verse afectadas por la depreciación de un equipo excedente o costoso. La inversión en propiedad, planta y equipo si contribuye eficientemente a la generación de ventas lo que significa que no existe un exceso en la inversión fija
<i>3.3. Rotación de Ventas</i>	0.6486	La relación de las ventas con el activo total no es razonablemente adecuada; es decir, por cada euro invertido no se recuperó un euro en ventas, se sugiere asociar con los índices de utilidades de operación a ventas, utilidades a activo y el período medio de cobranza.
<i>3.4. Período Medio de Cobranza</i>	88.2736	Se contempla el número de días que se tarda la industria en cobrar las ventas realizadas a crédito, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde la venta hasta el cobro. Se sugiere tomar en cuenta solo las ventas a crédito y el periodo de cobro que se otorga a los clientes con lo cual si supera el tiempo la recuperación no es eficiente. Y dar mayor atención en el departamento y políticas de cobranza.
<i>3.5. Período Medio de Pago</i>	397.6388	Se percibe el número de días que se tarda la empresa en pagar las deudas a corto plazo, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde la compra a crédito hasta la cancelación. Se sugiere no superar el periodo concedido en el crédito para conservar la reputación crediticia; si se cancela con anterioridad se debe tomar en cuenta que no afecte a la liquidez de la misma. Financieramente se debe cobrar antes y pagar después. Se debe evitar cancelar con anterioridad sino se tiene un beneficio como descuento por pronto pago lo cual ayuda a reducir costos unitarios generando mayores ingresos de rentabilidad unitaria.
<i>3.6. Impacto Gastos Administración y Ventas</i>	0.0577	Se verifica el impacto que producen los gastos administrativos y de ventas en la disminución de las utilidades netas y el margen operacional de la compañía. Se sugiere el análisis de este índice para aumentar la probabilidad de fortalecimiento del patrimonio y la distribución de utilidades que permiten el crecimiento de la misma. Se sugiere un análisis por tipo de costos y gastos operacionales de venta con el fin de diseñar estrategias de optimización de recursos; es decir, se deben clasificar los gastos de personal, servicios de terceros y así verificar el grado de eficiencia de cada grupo.
<i>3.7. Impacto de la Carga Financiera</i>	0.0099	En la empresa el impacto de la carga financiera no supera el 0.10 de las ventas lo que demuestra que los gastos financieros no tienen una mayor incidencia sobre los ingresos de la empresa. Se sugiere relacionar este indicador con el margen operacional.
<i>4.1. Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont)</i>	0.0688	Luego de multiplicar el margen neto de utilidad por la rotación de activos se obtiene la utilidad de la inversión total. Es así que si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos, inventario y la administración de los activos fijos para verificar que no existe improductividad en los mismos.
<i>4.2. Margen Operacional</i>	0.1318	Analiza el resultado de los ingresos operacionales menos los gastos de administración y de ventas; es decir, si el negocio es o no lucrativo sin tomar en cuenta la forma como ha sido financiado. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere revisar los gastos de administración y ventas.

Indicador	Resultado	Conclusión
<i>4.3. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)</i>	0.106	Se observa la utilidad después de cubrir los costos de comercialización por cada unidad de venta. Este indicador se debe estudiar en conjunto con el de margen operacional. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos y así verificar que no existe improductividad en los mismos.
<i>4.4. Rentabilidad Operacional del Patrimonio</i>	0.2811	La rentabilidad que la empresa ofrece a los socios o accionistas. Este indicador se debe estudiar en conjunto con el de rentabilidad financiera para conocer el impacto de los gastos financieros e impuestos en la utilidad. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos y así verificar que no existe improductividad en los mismos. Además, podría ser que los montos del patrimonio sean demasiado altos y por lo tanto hay deficiencia en la inversión.
<i>4.5. Rentabilidad Financiera</i>	0.2262	Estudia el beneficio neto en relación a la inversión de los propietarios, indicando los ingresos que dejan de percibir en las alternativas de inversiones de riesgo o costo de oportunidad. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos y así verificar que no existe improductividad en los mismos. Verificar que los montos no sean demasiado altos para que no exista deficiencia en la inversión.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 – Resultados de los Indicadores Financieros de Atresmedia, año 2018

A continuación, se presentan los resultados y conclusiones de la empresa privada nacional televisiva Mediaset España Comunicación S.A y Sociedades Independientes (Tabla 2), obtenidos en el Sistema Experto de Análisis Financiero.

Indicador	Resultado	Conclusión
<i>1.1. Liquidez Corriente</i>	1.6567	La capacidad de la empresa para cubrir los compromisos corrientes con la totalidad de los activos corrientes no es la óptima y se debe verificar el nivel de crédito, la rotación y gestión del inventario. Además, se debe realizar un análisis de la cartera por cobrar generada por la actividad normal del negocio.
<i>1.2. Prueba Ácida</i>	1.6183	La suficiencia de la compañía para cubrir las obligaciones corrientes con los activos corrientes sin tomar en cuenta el inventario es la óptima, ya que por cada euro de deuda posee más de un euro con disponibilidad inmediata, pero se sugiere revisar si se realiza la inversión necesaria correctamente.
<i>2.1. Endeudamiento del Activo</i>	0.2436	El negocio posee aún autonomía financiera, es decir es independiente frente a sus acreedores, por lo cual tiene control en la toma de decisiones para el desarrollo de la misma.
<i>2.2. Endeudamiento Patrimonial</i>	0.322	Mientras menor sea el resultado se observa que los acreedores son lo que financian mayormente a la sociedad y muestra la cantidad de patrimonio necesario para la liquidación de las deudas a largo plazo.
<i>2.3. Endeudamiento del Activo Fijo</i>	3.6966	Se observa que la totalidad del activo fijo que posee la empresa proviene del financiamiento con el patrimonio de la misma, sin acceder a obligaciones con acreedores.

Indicador	Resultado	Conclusión
2.4. Apalancamiento	1.322	Se verifica el grado de apoyo de los recursos que posee la televisora sobre los recursos provenientes de los acreedores. El beneficio es mayor si la rentabilidad del capital invertido es superior al costo de los capitales prestados. Se sugiere tomar en cuenta que si es una empresa con fuerte apalancamiento una reducción en el activo total puede absorber al patrimonio parcialmente, si existe un incremento permite revalorizar al patrimonio. Se recomienda un análisis del entorno para determinar los momentos en los que se puede elevar los niveles de riesgo para generar mayor rentabilidad o viceversa.
2.5. Apalancamiento Financiero	1.322	En la compañía se comprueba que los fondos de terceros contribuyen a la rentabilidad de los fondos propios, se sugiere revisar las condiciones de los créditos, es decir, tasas, plazos y garantías con la finalidad de optimizar el endeudamiento y así contribuir a la seguridad y rentabilidad de la industria.
3.1. Rotación de Cartera	4.3797	Se confirma el número de veces que son recuperadas las cuentas por cobrar anuales generadas por las ventas a crédito, es decir cada euro vendido se recupera y se vuelve a vender el número de veces resultante de la aplicación de la fórmula establecida. Entre más grande sea esta razón más rápido se recupera la inversión hecha en los clientes y eso reduce el periodo de cobranza.
3.2. Rotación de Activo Fijo	3.9812	En el negocio se evidencia que las ventas se encuentran en proporción con el valor invertido en propiedad, planta y equipo; lo que permitirá que no exista reducción en las utilidades al verse afectadas por la depreciación de un equipo excedente o costoso. La inversión en propiedad, planta y equipo si contribuye eficientemente a la generación de ventas lo que significa que no existe un exceso en la inversión fija.
3.3. Rotación de Ventas	0.8147	La relación de las ventas con el activo total no es razonablemente el adecuado; es decir, por cada euro invertido no se recuperó un euro en ventas, se sugiere asociar con los índices de utilidades de operación a ventas, utilidades a activo y el período medio de cobranza.
3.4. Período Medio de Cobranza	83.34	Se comprueba el número de días que se tarda la sociedad en cobrar las ventas realizadas a crédito, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde la venta hasta el cobro. Se sugiere tomar en cuenta solo las ventas a crédito y el periodo de cobro que se otorga a los clientes con lo cual si supera el periodo la recuperación no es eficiente. Se sugiere mayor atención en el departamento y políticas de cobranza.
3.5. Período Medio de Pago	5697.1284	Se constata el número de días que se tarda la compañía en pagar las deudas a corto plazo, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde la compra a crédito hasta la cancelación. Se sugiere no superar el periodo concedido en el crédito para conservar la reputación crediticia; si se cancela con anterioridad se debe tomar en cuenta que no afecte a la liquidez de la misma. Financieramente se debe cobrar antes y pagar después. Se debe evitar cancelar con anterioridad sino se tiene un beneficio como descuento por pronto pago lo cual ayuda a reducir costos unitarios generando mayores ingresos de rentabilidad unitaria.
3.6. Impacto Gastos Administración y Ventas	0.1106	Se examina el impacto que producen los gastos administrativos y de ventas en la disminución de las utilidades netas y el margen operacional de la televisora. Se sugiere el análisis de este índice para aumentar la probabilidad de fortalecimiento del patrimonio y la distribución de utilidades que permiten el crecimiento de la misma. Se sugiere un análisis por tipo de costos y gastos operacionales con el fin de diseñar estrategias de optimización de recursos; es decir, se deben clasificar los gastos de personal, servicios de terceros y así verificar el grado de eficiencia de cada grupo.

Indicador	Resultado	Conclusión
<i>3.7. Impacto de la Carga Financiera</i>	0.0019	En la empresa se verifica que el impacto de la carga financiera no supera el 0.10 de las ventas lo que demuestra que los gastos financieros no tienen una mayor incidencia sobre los ingresos de la empresa. Se sugiere relacionar este indicador con el margen operacional.
<i>4.1. Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont)</i>	0.1675	Se constata que luego de multiplicar el margen neto de utilidad por la rotación de activos se obtiene la utilidad de la inversión total. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos, inventario y la administración de los activos fijos para verificar que no existe improductividad en los mismos.
<i>4.2. Margen Operacional</i>	0.2636	Se evidencia el resultado de los ingresos operacionales menos el costo operacional, gastos de administración y gastos de ventas; es decir, si el negocio es o no lucrativo sin tomar en cuenta la forma como ha sido financiado. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere revisar los gastos de administración y ventas.
<i>4.3. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)</i>	0.2056	Se comprueba la utilidad después de cubrir los costos de comercialización por cada unidad de venta. Este indicador se debe estudiar en conjunto con el de margen operacional. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos y así verificar que no existe improductividad en los mismos.
<i>4.4. Rentabilidad Operacional del Patrimonio</i>	0.2839	Este indicador se debe estudiar en conjunto con el de rentabilidad financiera para conocer el impacto de los gastos financieros e impuestos en la utilidad. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos y así verificar que no existe improductividad en los mismos. Además, podría ser que los montos del patrimonio sean demasiado altos y por lo tanto hay deficiencia en la inversión.
<i>4.5. Rentabilidad Financiera</i>	0.2214	Se constata el beneficio neto en relación a la inversión de los propietarios, indicando los ingresos que dejan de percibir en las alternativas de inversiones de riesgo o costo de oportunidad. Si el resultado obtenido es muy bajo se sugiere analizar los niveles de ventas, gastos y así verificar que no existe improductividad en los mismos. Además, podría ser que los montos del patrimonio sean demasiado altos y por lo tanto hay deficiencia en la inversión.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 – Resultados de los Indicadores Financieros de Mediaset, año 2018

4. Conclusiones

A partir de los resultados se puede llegar a las siguientes conclusiones tomando en cuenta los índices de los cuatro factores financieros aplicados.

Según el indicador de liquidez corriente, tanto para Atresmedia y Mediaset la capacidad para cubrir los compromisos corrientes con la totalidad de los activos corrientes no es la óptima. Sin embargo, la prueba ácida refleja un resultado diferente, Atresmedia no puede cubrir las obligaciones corrientes con los activos corrientes sin tomar en cuenta el inventario, si éste no es fácilmente convertible en efectivo, se sugiere revisar la cartera de la compañía y la inversión realizada en existencias. Mientras que Mediaset tiene dicha

competencia ya que por cada euro de deuda mantiene más de un euro con disponibilidad inmediata, pero se recomienda revisar si se realiza la inversión necesaria correctamente.

El índice del Endeudamiento del Activo de Atresmedia al ser de 0.6959 muestra que se está descapitalizando y cuenta con una estructura financiera más arriesgada. Se considera la necesidad de elegir correctamente las fuentes de financiamiento a largo plazo con menor inversión para así tomar el control de la empresa. A diferencia de Mediaset, que al ser su resultado menor a 0.50 presenta independencia frente a sus acreedores.

Atresmedia en el Endeudamiento Patrimonial indica que mientras mayor sea el resultado se observa que el endeudamiento a largo plazo que posee proviene de cada euro aportado por el propietario de la misma, y se verifica el porcentaje del patrimonio que sería necesario para la cancelación de las mismas. En Mediaset son los acreedores los que financian mayormente a la empresa e igual muestra la cantidad de patrimonio necesario para la liquidación de las deudas a largo plazo.

Atresmedia y Mediaset en el indicador del Endeudamiento del Activo Fijo exponen que la totalidad del activo fijo que poseen proviene del financiamiento con el patrimonio de las mismas, sin acceder a obligaciones con acreedores.

El ratio de Apalancamiento para Atresmedia (3.2888) y Mediaset (1.322) señalan las unidades monetarias de activos que han conseguido por cada una del patrimonio. El beneficio es mayor si la rentabilidad del capital invertido es superior al costo de los capitales prestados. Se sugiere tomar en cuenta que si es una empresa con fuerte apalancamiento una reducción en el activo total puede absorber al patrimonio parcialmente o revalorizar éste y un análisis del entorno para determinar los momentos en los que se puede elevar los niveles de riesgo para generar mayor rentabilidad o viceversa.

El Apalancamiento Financiero, tanto para Atresmedia como para Mediaset, al ser mayor que 1 pueden recurrir a la prestación de terceros para generar rentabilidad de los fondos propios, al tomar en cuenta tasas, plazos y garantías con la finalidad de optimizar el endeudamiento y así contribuir a la seguridad y rentabilidad de las sociedades.

Las dos empresas analizadas reflejan en el índice de rotación de cartera que permite recuperar la inversión hecha en los clientes a partir de las ventas a crédito y se puede verificar con el período medio de cobro que para Atresmedia como para Mediaset es de aproximadamente tres meses a partir de la venta realizada hasta su recuperación.

La rotación del activo fijo para Atresmedia y Mediaset al ser mayor a 1, las ventas se encuentran en proporción con el valor invertido en propiedad, planta y equipo por lo cual no existe reducción en las utilidades al verse afectadas por la depreciación de éstos. Lo cual contribuye de manera eficiente a la generación de ventas sin poseer un exceso en la inversión fija.

En las dos compañías la rotación de ventas no es rozablemente la adecuada ya que por cada euro invertido no recuperaron un euro en ventas, es así que deben asociar con los índices de utilidades de operación a ventas, utilidades a activo y el período medio de cobranza.

El período medio de pago a partir de la compra hasta su liquidación para Atresmedia es alto y Mediaset extremadamente alto. Las dos sociedades no deben superar el periodo concedido en el crédito para conservar la reputación crediticia y poder acceder a la financiación de terceros.

En las dos empresas privadas de televisión el impacto que producen los gastos administrativos y de ventas llevan a una disminución de la utilidad neta y el margen operacional. Para la optimización de recursos han de clasificar los gastos de personal, servicios de terceros y así verificar el grado de eficiencia de cada grupo. Mientras que la carga financiera no supera el 0.10 de las ventas demostrando que no existe incidencia sobre los ingresos de las dos sociedades.

Y para Atresmedia como para Mediaset los cinco indicadores del factor de rentabilidad reflejan un resultado bajo por lo cual deben revisar tanto los niveles de ventas, gastos, inventario, administración de los activos fijos para verificar que no existe improductividad en los mismos, montos del patrimonio y la inversión.

Este estudio vertical es la base para futuras investigaciones, como el análisis horizontal comparativo de las dos empresas en un periodo determinado de tiempo tomando en cuenta el efecto de la pandemia en la economía de las mismas.

Referencias

- Arias Anaya, R. M. (2012). *Análisis e interpretación de los estados financieros*. Editorial Trillas.
- Atresmedia. (2018). *Cuentas anuales 31 de diciembre de 2018. Informe de Gestión Ejercicio 2018. Junto con el Informe de Auditoría*. <https://www.atresmediacorporacion.com/documents/2019/02/28/F666F615-A4C0-4A01-882E-88E289469201/atresmediacuentasanuales2018.pdf>
- Baena Toro, D. (2014). *Análisis Financiero. Enfoque y Proyecciones*. Ecoe Ediciones.
- García Santamaría, J. V., Pérez Serrano, M. J., & Alcolea Díaz, G. (2014). Las consecuencias de la formación del duopolio televisivo de Mediaset España y Atresmedia. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 1(1), 58-66. <https://doi.org/10.24137/raeic.1.1.6>
- Lavalle Burguete, A.C. (2016). *Análisis Financiero*. Editorial Digital UNID
- Mediaset. (2018). *Cuentas anuales consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2018 e Informe de Gestión, junto con el Informe de Auditoría Independiente*. https://files.mediaset.es/file/10002/2019/04/24/individuales_cuentas_cd94.pdf
- Rodríguez, W. & Rivas, F. (2001). *Sistemas expertos. Introducción a las Técnicas de Computación Inteligente*. Universidad de los Andes.
- Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros. (2008). *Indicadores Financieros*. https://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf