

Madrid, 28 de febrero de 2019

Massimo Musolino explica los objetivos de la compañía

“El mercado audiovisual nos da la oportunidad de crear un modelo de negocio exitoso y rentable a largo plazo”



“Nos sentimos optimistas por operar en uno de los sectores más dinámicos en la actualidad, el mercado audiovisual, que tuvo un 4,1% de crecimiento el pasado año, y que nos trae la oportunidad de crear un modelo de negocio exitoso y rentable de cara al largo plazo”. Massimo Musolino, director general de Gestión y Operaciones de Mediaset España, ha anunciado así hoy los objetivos de la compañía en el corto y medio plazo, durante la presentación de los resultados de 2018, ejercicio en el que el grupo ha obtenido el beneficio más alto de la última década: 200 millones de euros.

“Disfrutamos de una posición sólida en el mercado audiovisual, gracias a la cuota de mercado del 30,6% lograda el año pasado, y nuestra ambición es aprovechar esta coyuntura para mejorar nuestra rentabilidad y universo de actuación”, ha argumentado, explicando que **“en términos operativos, nuestro principal objetivo es mantener el liderazgo en audiencia y cuota de mercado de publicidad de televisión en España para seguir ofreciendo la rentabilidad más elevada entre las compañías españolas que operan en el sector y una de las mejores dentro del universo de homólogas europeas”.**

El directivo de Mediaset España ha afirmado que **“hemos establecido, y estamos ejecutando, una hoja de ruta clara en los últimos años ante la oportunidad que se nos presenta hoy sobre los siguientes pilares principales de nuestro negocio para el futuro: en primer lugar, la gestión activa de los ingresos a través de una diversificación de los mismos, que sigue siendo clave; en segundo, estamos desarrollando numerosas acciones para conseguir parte de la inversión adicional que recibe el sector audiovisual; y por último, somos conscientes de la creciente importancia del entorno digital y nuestro objetivo es reforzar nuestro posicionamiento en esta área a través del crecimiento orgánico y no orgánico para aumentar nuestro alcance y, como consecuencia, mejorar y completar nuestra oferta a los anunciantes”**.

Unos objetivos que se llevarán a cabo con una previsión de costes en línea con la de 2018: **“Como ya ocurrió en 2018 queremos ser líderes del mercado y mejorar nuestros ratios operativos actuando con flexibilidad e incrementando nuestras líneas de actividad con un consumo similar de recursos. Como consecuencia de todo lo anterior, nuestra guía de costes para el año 2019 se sitúa en el rango de 720 millones de euros”**.

“Flexibilidad y eficiencia, palabras clave en Mediaset España”

Massimo Musolino valora muy positivamente los resultados obtenidos por Mediaset España el pasado ejercicio, asegurando que **“2018 fue un año exitoso en términos operativos y de rentabilidad a pesar de las desafiantes condiciones del mercado. Nuestros tres objetivos para el año se alcanzaron. La activa gestión de los costes identificó nuevas fuentes de eficiencia en la última parte del año y nos permitió operar con la misma, o incluso mejor, calidad de contenido y nivel de audiencia sin incremento económico alguno. La flexibilidad y la eficiencia son palabras clave en Mediaset España, y 2018 es un buen ejemplo sobre cómo obtener un resultado operativo exitoso sin mayores consumos de recursos, incluso contando con la presencia de un evento deportivo relevante como fue la Copa del Mundo de Fútbol celebrada en Rusia”**.

“En resumen, superamos a nuestros competidores en términos de audiencia, cuota de mercado de publicidad y rentabilidad, y todo se logró reduciendo nuestros gastos operativos y generando un nivel de caja suficiente para la remunerar de nuestros accionistas con una rentabilidad cercana al 15%”, concluye el directivo.

Con estos resultados, Mediaset España someterá a aprobación durante la Junta General de Accionistas el reparto de un dividendo en efectivo por importe del 50% del beneficio neto reportado, lo que supone en torno a unos 100 millones de euros adicionales al programa de recompra de acciones anunciado por la compañía el pasado 24 de enero por un máximo de doscientos millones de euros, el 9,9% del capital social. **“Con estas dos medidas, recuerda Massimo Musolino, sólo el efectivo acumulado de los dividendos pagados y los programas de recompra de acciones realizados en los últimos diez años asciende a más de 2.000 millones de euros”**.