



AGENDA CONFIDENCIAL

Concursos mercantiles,
"moda fifi"

Por Luis Soto ▶ 5

AGENDA CONFIDENCIAL

Concursos mercantiles, "moda fifi"



POR LUIS SOTO

@LUISSOTOAGENDA

Parece, nada más parece, que el concurso mercantil se están convirtiendo en una "estrategia"

para que los dueños de los negocios salgan de las crisis financieras que ellos mismos provocaron por su mala administración, pésimas estrategias de comercialización, desmedida ambición, falta de ética... por sólo mencionar algunas "causas".

Es algo así como la "moda fifi", acotan los malos de malolandia. Como en botica, hay todo tipo de empresas que se han acogido a esta figura: Acereras (como la del señor Alonso Ancira), Aeronáuticas (Mexicana de Aviación), ingenios azucareros (donde Grupo Azucarero México, de Juan Gallardo Thurlow, hace muuuuchos años puso el "buen ejemplo"; y más recientemente otros de la familia García Arce y de Francisco García González); comercializadores de azúcar (Sucroliq, de Enrique Bojorquez); instituciones financieras... y una larga lista, a la que ayer se incorporó Televisión Azteca, de Ricardo Salinas Pliego.

Sobre este mecanismo legal, Rafael Rodríguez Sánchez, director general de

TV Azteca, comentó: "El concurso mercantil permite, con la supervisión de un juez, reordenar de manera estructurada y equitativa los pasivos de una empresa de acuerdo con su capacidad de pago."

Se trata de una herramienta de última instancia que busca preservar el valor de la compañía, asegurar la continuidad de sus operaciones y facilitar el cumplimiento ordenado de sus obligaciones sin interrumpir su funcionamiento, lo que demuestra una decisión responsable por parte de la empresa".

¡Bonitas palabras! Pero lo que no dijo, es que sea voluntario, involuntario o "voluntariamente a fuerzas" como se presente el susodicho concurso, los que "salen bailando" son los acreedores, quienes regularmente reciben un 10 por ciento del monto que les debe el dueño del negocio, a pagar en "abonos chiquitos" durante varios



años.

En el caso de TV Azteca y subsidiarias, los tenedores de bonos deben estar con los "pelos de punta", porque les podrían pagar 10 centavos por cada peso que les deben, apuntan los especialistas en la materia.

Como es costumbre, cuando se opta por este mecanismo legal hay que echarle la culpa a alguien o a algo, pero menos al dueño del negocio ni a sus accionistas, quienes en la época de "vacas gordas" vivieron como marqueses, príncipes y reyes y después del concurso siguen con el mismo tren de vida, a costa de los acreedores, claro.

El comunicado oficial de TV AZTECA apunta que ante los retos de una industria dinámica, la transformación del ecosistema publicitario (que empezó en la administración de Andrés Manuel López Obrador, quien decretó un importante

recorte en la materia y siguió con una "sequía" para la televisora en la actual administración, acotan los especialistas); el crecimiento del mundo digital, la presión derivada del pago de licencias en 2018, el impacto del COVID-19 y el pago total de los impuestos al SAT este año, los accionistas aprobaron la reorganización de sus pasivos mediante un concurso mercantil voluntario, que permitirá a la compañía garantizar la continuidad de sus operaciones a largo plazo... Frente a este escenario complejo, son necesarias una serie de estrategias y acciones decisivas enfocadas en sanear sus finanzas y ordenar integralmente sus pasivos, subraya el comunicado.

Por lo que, como parte de los acuerdos alcanzados en su Asamblea General Extraordinaria de Accionistas decidieron optar que la compañía y sus subsidiarias por el concurso mercantil voluntario, cuya solicitud se presentará en los próximos días.

Ni modo, los acreedores de TV Azteca y subsidiarias tengan que "pagar los platos rotos" por el dueño.

*** X: Luis Soto**

El contenido de esta columna es responsabilidad exclusiva del columnista y no del periódico que la publica.

¡Bonitas palabras! Pero lo que no dijo, es que sea voluntario, involuntario o "voluntariamente a fuerzas" como se presente el susodicho concurso, los que "salen bailando" son los acreedores, quienes regularmente reciben un 10 por ciento del monto que les debe el dueño del negocio, a pagar en "abonos chiquitos" durante varios años

