

Fecha 13.06.2018	Sección Economía	Página 30
----------------------------	----------------------------	---------------------

De jefes

Opine usted:
empresas@elfinanciero.com.mx

La inmobiliaria que se blindó contra la volatilidad

Usted lo ha visto, no sólo las empresas mexicanas que tienen deuda en dólares enfrentan riesgos por el tema cambiario -la depreciación del peso frente a la divisa verde-, también las que contratan créditos en pesos a tasa variable.

¿La razón? Muchos de los financiamientos en moneda nacional -incluidos los certificados bursátiles en la BMV- están referenciados a TIIE a 28 días y su sobretasa depende del perfil crediticio de cada empresa.

Reflejo del alza en las tasas de interés de Banxico, en los últimos 12 meses la TIIE a 28 días subió 69 puntos base, de 7.19 a 7.88 por ciento, lo que ha elevado el costo financiero para algunas compañías.

Ante esta situación, Planigrupo, operadora y dueña de 36 malls en México optó por refinanciar un fideicomiso de créditos por mil 649 millones de pesos y que corresponden a ocho centros comerciales. Fue MetLife, firma de seguros, quién le dio un préstamo a un plazo de 25 años y una tasa de 10 por ciento más 200 puntos base.

Elliott Mark Bross Umann, CEO de Planigrupo LATAM, nos contó que tenían una deuda próxima a vencerse, por lo que querían asegurarse que la nueva tuviera un plazo más amplio que las elecciones. “Hasta en los bienes raíces el peor enemigo es la volatilidad. Nos asusta la volatilidad y el alza en las tasas de interés posteriores a las elecciones”, añadió.

¿Nuevos proyectos? Nada, el ejecutivo aseguró que este año sólo expandirán los malls de Coahuila, Quintana Roo y Jalisco. Será en 2019 cuando vayan por nuevos y todo apunta hacia Jalisco y Nuevo León.

Gruma quiere ‘meter gol’ en Rusia

Mañana inicia el Mundial de Fútbol de Rusia, dónde no sólo la Selección Mexicana buscará ser protagonista del evento, también varias de ‘las marcas aztecas’. Una de ellas es **Gruma**, líder mundial en la producción de harina de maíz, tortillas y wraps.

La principal apuesta de la firma que preside **Juan González** será Mission, una de sus marcas globales que desde 2011 está presente en Rusia y que recientemente abrió una planta en Stupino, cerca de Moscú.

La nueva fábrica de **Gruma** produce al año más de 50 mil tone-

Continúa en siguiente hoja



Fecha 13.06.2018	Sección Economía	Página 30
----------------------------	----------------------------	---------------------

ladas de tortilla de trigo y frituras de maíz con insumos del país de Vladimir Putin.

Además, en esa nación sus ventas crecen más de 15 por ciento al año, reflejo de la creciente aceptación de sus productos, tanto en restaurantes como autoservicios.

Así que **Gruma** y Mission 'meterán fuerte la pierna' en Rusia para atraer más consumidores locales y extranjeros. Buena vitrina.

Cerveceros por evitar consumo en menores

¿Usted sabe la edad en que las personas inician el consumo de alcohol en México? El último 'Estudio de Patrones de Consumo por menores de edad en México' reveló que en promedio los mexicanos ingieren por primera vez este tipo de bebidas a los 12 años.

Como parte de una campaña de concientización, nos cuentan que Cerveceros de México, que dirige **Maribel Quiroga**, y la Comisión Nacional contra las Adicciones firmarán hoy un acuerdo para llevar a cabo acciones conjuntas y aminorar el consumo nocivo de alcohol.

Según nos dicen algunas de las empresas que participan en esta iniciativa son: Allende, Beer Factory, Grupo Modelo -dueña de Corona y Victoria-, Heineken México y la artesanal Minerva.

La industria cervecera en el país asegura que tiene muy claro su compromiso en este tema y que continuará con la campaña "No te hagas güey", para evitar la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad. Falta mucho trabajo en este tema.