

Fecha 01.11.2013	Sección Termómetro Económico	Página 1-8-9
----------------------------	--	------------------------



DIVERSIFICAR ES EL CAMINO

LAS EMPRESAS MEXICANAS
registraron un incremento en sus
ventas en mercados externos,
algunas incluso se apoyaron en
los resultados de otras filiales en
diversas latitudes.



Continúa en siguiente hoja

Fecha 01.11.2013	Sección Termómetro Económico	Página 1-8-9
----------------------------	--	------------------------

SUBEN VENTAS EN EL EXTERIOR

CANDIL DE LA CALLE...

LA DIVERSIFICACION de las empresas mexicanas les ayudó a enfrentar la desaceleración que enfrentan de la economía mexicana

Eduardo Huerta y Diego Ayala

valores@eleconomista.mx

AMÉRICA MÓVIL, Alsea, Cemex, Genomma Lab y **Gruma** son sólo algunos ejemplos de empresas que reportaron mejores ventas trimestrales en el extranjero que en México.

En México, otras empresas como Bimbo y KOF, aunque vendieron mucho en otras regiones del mundo, les fue mejor en el trimestre.

Para los analistas consultados, son varias las razones de esta situación, destacando la desaceleración económica de México, incluyendo la cautela de los consumidores, así

como los fenómenos climatológicos de septiembre. Carlos González, director de Análisis y Estrategía Bursátil en Monex, dijo que entre los principales motivos de un mejor crecimiento fuera de las fronteras mexicanas tiene que ver la desaceleración en Estados Unidos, así como una menor actividad económica en México y variaciones cambiarias.

Aseguró que “esa situación nos refleja que México sigue dependiendo de la recuperación de Estados Unidos y que las empresas encontraron la manera de diversificar sus negocios, sobre todo hacia Amé-

rica Latina, una región que está teniendo crecimientos importantes”. Montserrat Antón, analista de Consumo en Invex, indicó que habría que analizar caso por caso, pero que mucho del crecimiento de las empresas en otros países “tiene que ver con la estrategia que tienen por ganar participación de mercado”.

La fortaleza del peso afectó en algunos casos los ingresos por ventas de las empresas mexicanas.

América Móvil

AMÉRICA MÓVIL es en México el operador más importante de telefonía móvil, con 65% del mercado. "Es un jugador predominante y para atraer suscriptores debe incrementar incentivos", dijo Valeria Romo, analista de Monex.

En Brasil, "es el tercer operador. Hay un mercado pulverizado, por lo cual hay más movilidad de suscriptores entre las compañías y eso puede hacer que su estrategia de atraer clientes sea distinta".

Sus cifras consolidadas crecieron 0.7% en ventas y cayeron 5.8% en EBITDA. En Brasil, sus ingresos crecieron 8.2% y su EBITDA cayó 0.7% y en México sus ingresos cayeron 0.7% y su EBITDA cayó 5.7%.

Alsea

EL CRECIMIENTO de las ventas de Alsea de 16.6% proviene de un incremento de 16.1% en las operaciones en México (65% de ventas), 23.7% en las de Sudamérica (29%) y de un decremento de 21.3% en la distribuidora DIA (7% de ventas).

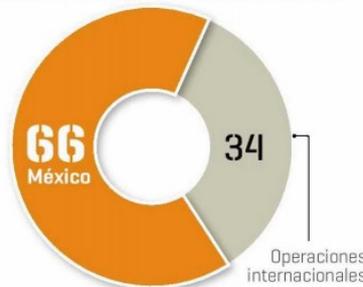
Durante el presente año, Alsea firmó un acuerdo exclusivo para operar The Cheesecake Factory en México. También adquirió 25% de las acciones de grupo AXO, la participación total de Starbucks en México, Chile y Argentina.

Asimismo, extendió el contrato de exclusividad para California Pizza Kitchen y anunció la entrada al mercado brasileño en el 2014.

Genomma Lab

Las ventas internacionales de la empresa de productos para la salud subieron 60.3% en mercados internacionales.

INGRESOS DE GENOMMA LAB POR PAÍS
*(PORCENTAJES)



Ventas totales
3,066.80
(millones de pesos)

FUENTE: BMV. * Participación en las ventas III Trim. del 2013

JOSÉ MARÍA Flores Barrera, analista de Ve por Más, dijo que en el caso de las emisoras que él analiza, Genomma Lab fue la que presentó mayor crecimiento fuera de México. Su incremento fue de 60.3%, mientras que en México fue de 5.8% y el consolidado, de 19.7 por ciento%.

Indicó que uno de los principales factores del crecimiento de la firma: "Fue que hay una base menor que el año anterior y a que están haciendo muchas actividades de promoción y venta, así como incursionando en otros mercados".

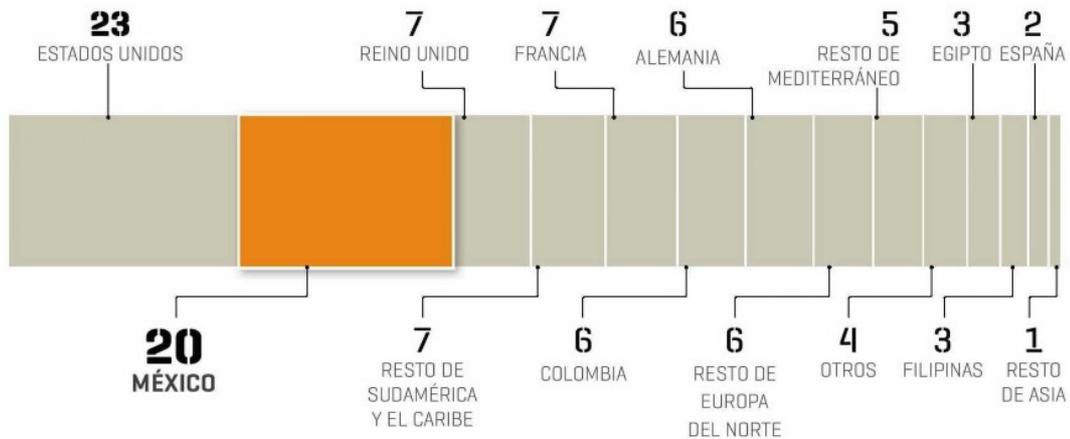
Al respecto, expresó: "Recién este año entraron al mercado estadounidense firmando convenios con cadenas tan grandes como Walgreens y Walmart, donde se venderán sus productos en miles de puntos de venta".



Cementos Mexicanos

La empresa cementera aprendió a diversificar sus operaciones y en estos momentos de desaceleración en México les resulta muy conveniente el haber migrado a otros mercados más desarrollados.

CEMEX, VENTAS ACUMULADAS DE ENERO A SEPTIEMBRE DEL 2013 [%]



TOTAL VENTAS **US145'087,605**

FUENTE: BMV.

CEMENTOS MEXICANOS (Cemex) es un claro ejemplo de la diversificación de una empresa. En el tercer trimestre del año, sus ventas en México cayeron 11% a 776 millones de dólares, el EBITDA disminuyó 21% a 248 millones de dólares, en respuesta a la debilidad de la economía mexicana, que afectó severamente al sector de la construcción.

Según Virgilio Velázquez, analista de Intercam, después de varios trimestres, la empresa logró mejorar sus resultados en Esta-

dos Unidos, la segunda región en importancia, y que la empresas esperan que sea la número uno en el futuro. En EU las ventas se incrementaron 8% y el volumen de cemento creció 7%, el de concreto 8% y los agregados cayeron 8 por ciento. Lo registrado en Cemex destaca que la demanda está mejorando y que la construcción en aquel país se recupera. Al delimitar el caso de Europa, la demanda se incrementó y presentó un EBITDA del trimestre con un repunte de 9%, en Asia

los mayores precios y volúmenes impulsaron las ventas. América Central, Sur y el Caribe las ventas sorprendieron al aumentar 20% y se registraron mayores volúmenes, lo que contrarrestó la debilidad de los precios.

"A pesar de esto, nosotros consideramos que lo peor ya pasó y que Cemex se beneficiará de la recuperación económica de México que se dará por mayor dinamismo de la economía de EU", expuso Virgilio Velázquez, analista de Intercam banco.

Fecha 01.11.2013	Sección Termómetro Económico	Página 1-8-9
----------------------------	--	------------------------



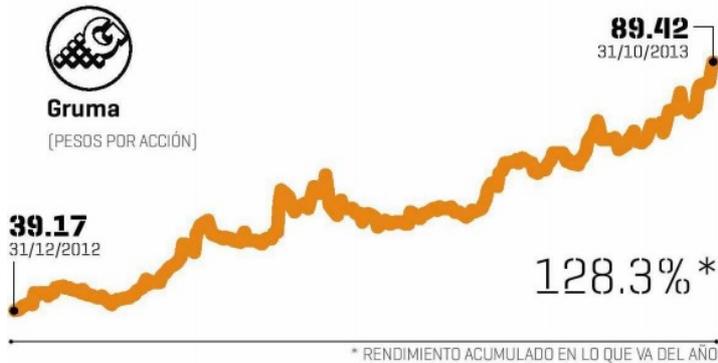
Grupo Bimbo

LAS VENTAS de Grupo Bimbo crecieron año a año 3.8%, compuesto por una expansión de 5% en México (41% de sus ingresos totales), 2% en Estados Unidos (44% de sus ingresos), 1% en América Latina (12% del total) y 14% en Iberia (España y Portugal), según Montserrat Antón, analista de Consumo en InveX.

A decir de la especialista, la región Iberia se vio fortalecida por un buen desempeño en el volumen, de la mano de estrategias comerciales.

GRUMA HA DIVERSIFICADO SUS INGRESOS

La empresa productora de harina de maíz y tortilla ha visto reflejados sus esfuerzos en el precio de la acción, en lo que va del año.



Continúa en siguiente hoja

Fecha 01.11.2013	Sección Termómetro Económico	Página 1-8-9
---------------------	---------------------------------	-----------------



LAS VENTAS totales de KOF, el embotellador de Coca-Cola, se incrementaron 3.6% en el tercer trimestre del año, básicamente por las adquisiciones de Grupo Yoli en México y por Compañía Fluminense en Brasil. Alejandra Marcos, de Intercam, afirmó que excluyendo el crecimiento inorgánico, los ingresos hubieran incrementado únicamente 0.4 por ciento. También se destacó que las operaciones de la embotelladora fueron afectadas por variaciones cambiarias.

En México, Yoli apoyó el repunte de 6.2% de las ventas totales; sin embargo, les afectaron las severas lluvias que perjudicaron al país en septiembre. Excluyendo la integración de Yoli, indicó la analista, los ingresos hubieran repuntado 1 por ciento.

Al referirse a Sudamérica, la experta refirió que, excluyen-

do los efectos de conversión de tipo de cambio y de la integración de Compañía Fluminense, los ingresos aumentaron 26.9% por un incremento en precios en Argentina, Brasil y Venezuela y a los mayores volúmenes desplazados en Colombia.

En cuanto a los costos y gastos, la compañía se vio afectada por efectos cambiarios a pesar de un menor costo del PET en Brasil. Además, en cuanto a los gastos, éstos se vieron impactados por mayores costos laborales y de flete, tal y como ha sucedido en trimestres anteriores”, agregó la analista.

Los ingresos consolidados de la embotelladora aumentaron 3.6% por los buenos resultados de México y Centroamérica, que se vieron parcialmente contrarrestados por la división de Sudamérica.

Fecha 01.11.2013	Sección Termómetro Económico	Página 1-8-9
---------------------	---------------------------------	-----------------

