

Portada / Nuestra Revista /

Forbes Staff
junio 4, 2019 @ 7:30 am

América Latina no entusiasma a los corporativos mexicanos

La crisis política de Venezuela, la inestabilidad de Nicaragua y la crisis económica de Argentina se traducen en prudencia en los planes de las multinacionales mexicanas que ahora miran a Euroasia.



Ilustración: Mark Airs/Getty Images.

f t

ESTA HISTORIA FUE PUBLICADA EN LA EDICIÓN IMPRESA DE **MAYO 2019**

Forbes MÉXICO **SUSCRÍBETE**

Por Marisol Huerta

Sudamérica y Centroamérica han perdido su brillo ante los ojos de las multinacionales mexicanas.

El bajo crecimiento de las economías de la región, combinado con altos niveles de inflación, depreciación de algunas de sus monedas y escasas expectativas de que los países más afectados saldrán adelante en el corto plazo, en vista del entorno de desaceleración global que se vislumbra para este 2019, hace que los equipos directivos y accionistas vean a Latinoamérica con cautela.

Venezuela, el primero registro, el año pasado, una caída del PIB de 15%, en tanto que en la convulsionada Venezuela cayó 15%, de acuerdo con la Cepal.

Mientras tanto, Brasil y Ecuador registraron crecimientos magros. Fue de 1% en la mayor economía de la región, y de 1.4% en el caso ecuatoriano. En promedio, el crecimiento de América Latina fue de apenas 1.3%.

Crecimientos, pero bajos

Las economías con el mejor desempeño fueron la chilena, la colombiana y la uruguaya; y, aun así, su crecimiento no superó el 3%.

Nada espectacular. Como sí lo fue la inflación acumulada en Argentina en los últimos tres años, por encima de 100%, con lo que el peso argentino fue calificado como moneda de un ambiente hiperinflacionario, además de que tuvo que adaptarse a nuevas normas contables, con el fin de considerar los cambios en el poder adquisitivo de la población.

Todo ello se vio reflejado en los reportes financieros de las empresas mexicanas que están presentes en aquella región.

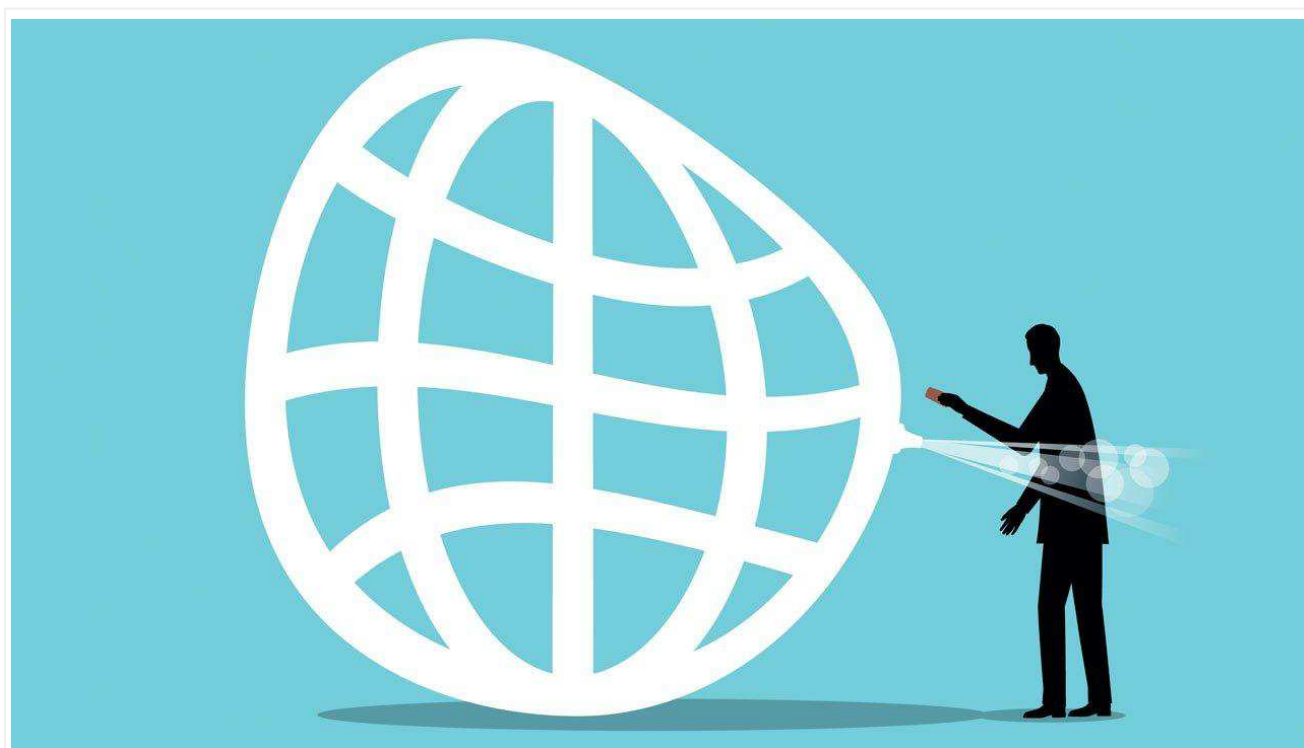


Ilustración: Mark Airs/Getty Images.

Esa fotografía corresponde a 2018. Pero el escenario para 2019 no pinta mejor. Las proyecciones para Argentina y Venezuela siguen siendo de un retroceso en el PIB, aunque esta vez se espera que mercados como el brasileño puedan lograr un mayor crecimiento en comparación con los últimos dos años. La Cepal anticipa para Brasil un crecimiento de 2% en este 2019, versus 1.3% en 2018; algo similar se prevé que ocurra en Colombia, con un avance de 3.3%, frente al de 2.7% del año pasado.

Por si estos indicadores no fueran desalentadores, en la región se viven condiciones políticas complejas desde hace algunos años, al grado que algunas empresas mexicanas se han visto obligadas a reducir sus operaciones o abandonar ciertos mercados.

Un caso reciente es el de Coca-Cola Femsa, que resolvió reducir su volumen de negocio en Venezuela. Los niveles de inflación de ese país, la escasez de materias primas para la elaboración de sus productos y la devaluación del bolívar orillaron a la compañía regiomontana a dar marcha atrás en sus planes para esa nación.

Su decisión se sumó a la salida de ese mercado, tiempo antes, de las también regiomontanas Gruma y Cemex; esta última dejó ese país a raíz de la expropiación de su filial, cuando el presidente era el ya fallecido Hugo Chávez.

En las economías de América Central, Nicaragua ha resultado especialmente caótica para los negocios. El año pasado, ese país registró una contracción del PIB de 3.4%, lo que, conjugado con una crisis política y social, afectaron el ambiente de negocios.

Las cosas pintan mejor en Costa Rica, Panamá y El Salvador, cuyas economías crecieron a una tasa promedio de 3.2% el año pasado. Se estima que, este año, el desempeño económico de estos países se mantendrá en niveles similares a los de 2018, excepto en Nicaragua, país sobre el que se mantienen proyecciones negativas (específicamente, se vaticina un retroceso de 2.0%, producto de su inestabilidad política).

La respuesta de los corporativos mexicanos al pobre desempeño económico y la inestabilidad política de Latinoamérica ha sido la cautela, pese a que, históricamente, la región ha sido la puerta de salida para su internacionalización.

Te puede interesar:

3 peligros que podrían descarrilar el crecimiento de Latinoamérica en 2019

MEXICANAS GLOBALES CON UN NIDO AFUERA

	VENTAS		ACTIVOS	2018
	2018	VAR. 2017%		
ALSEA				
MÉXICO	25,462	8%	26,046	
SA*	9,996	-3%	6,624	
ESPAÑA	9,862	15%	21,079	
ARCA CONTINENTAL				
MÉXICO	59,756	7%	92,906	
EU*	51,567	47%	46,976	
PERÚ	16,021	-1%	45,013	
ECUADOR	11,819	3%	15,111	
ARGENTINA	7,962	-25%	8,591	
ALFA				
MÉXICO	108,922	-21%	83,031	
EU*	105,860	26%	15,021	
RESTO DEL MUNDO	98,817	31%	42,776	
CA* Y SA*	46,626	189%	10,396	
CANADÁ	6,207	35%	2,165	
ALPEK				
EU*	57,894	40%	6,773	
MÉXICO	54,282	14%	32,520	
BRASIL	11,291	672%	6,529	
ARGENTINA	6,784	27%	140	
CANADÁ	3,178	37%	1,068	
CHILE	1,094	-	273	
AMX				
MÉXICO	320,638	33%	1,148,549	
BRASIL	193,306	-10%	394,314	
EUROPA	100,716	8%	185,766	
CA* Y CARIBE	81,592	84%	103,103	
COLOMBIA	75,805	4%	114,239	
ECUADOR Y PERÚ	55,787	-1%	96,348	
P. RICO Y JAMAICA	NA	NA	99,814	
BIMBO				
NORTEAMÉRICA	143,848	4%	142,162	
MÉXICO	99,859	11%	63,569	
LATINOAMÉRICA	28,192	-1%	36,468	
EUROPA, ASIA Y ÁFRICA	25,574	37%	22,387	
CEMEX				
MÉXICO	61,787	8%	68,449	
EU*	72,345	10%	269,496	
EUROPA	54,104	-16%	104,416	
SA*	28,542	-14%	55,059	
RESTO DEL MUNDO	38,860	52%	30,620	
CUERVO				
EU* Y CANADÁ	18,018	6%	-	
MÉXICO	6,258	8%	-	
RESTO DEL MUNDO	3,882	21%	-	
AMX				
MÉXICO	320,638	33%	1,148,549	
BRASIL	193,306	-10%	394,314	
EUROPA	100,716	8%	185,766	
CA* Y CARIBE	81,592	84%	103,103	
COLOMBIA	75,805	4%	114,239	
ECUADOR Y PERÚ	55,787	-1%	96,348	
P. RICO Y JAMAICA	NA	NA	99,814	

BIMBO				
NORTEAMÉRICA	143,848	4%	142,162	
MÉXICO	99,859	11%	63,569	
LATINOAMÉRICA	28,192	-1%	36,468	
EUROPA, ASIA Y ÁFRICA	25,574	37%	22,387	
FEMSA				
MÉXICO	195,310	11%	-	
CA* Y COLOMBIA	120,003	-8%	-	
EUROPA	83,461	0%	-	
VENEZUELA	-	0%	-	
GRUPO MÉXICO				
MÉXICO	3,714	2%	-	
EU*	2,593	16%	-	
LATINOAMÉRICA	474	9%	-	
EUROPA	1,550	10%	-	
ASIA	1,775	3%	-	
PERÚ	390	17%	-	
GRUPO CARSO				
MÉXICO	75,340	1%	-	

SA*	28,542	-14%	55,059				
RESTO DEL MUNDO	38,860	52%	30,620				
CUERVO							
EU* Y CANADÁ	18,018	6%	-				
MÉXICO	6,258	8%	-				
RESTO DEL MUNDO	3,882	21%	-				
ELEKTRA							
MÉXICO	79,766	11%	-				
NORTEAMÉRICA	12,345	0%	-				
CA* Y SA*	11,409	4%	-				
GRUPO CEMENTOS CHIHUAHUA							
MÉXICO	12,873	331%	-				
RESTO DEL MUNDO	214	-99%	-				
GENEREA							
MÉXICO	16,835	-4%	23,127				
PERÚ	6,383	NA	11,928				
GUATEMALA	74	-83%	670				
CA*							
ASIA Y OCEANÍA	3,405	1%	-				
COCA-COLA FEMSA							
MÉXICO Y CA*	100,162	8%	147,748				
RESTO DE SA*	82,180	-5%	116,039				
ASIA	NA	NA	NA				
VENEZUELA	NA	NA	NA				
MEXICHEM							
MÉXICO	1,347	11%	1,543				
EU*	1,175	34%	590				
EUROPA	2,565	15%	214				
COLOMBIA	523	6%	65				
CA*	180	-1%	24				
ISRAEL	168	-	54				
PERÚ	117	67%	39				
ECUADOR	108	10%	16				
PEÑOLES							
ESTADOS UNIDOS	49,428	2%	-				
MÉXICO	17,997	-12%	-				
RESTO DEL MUNDO	10,741	6%	-				
EUROPA	5,677	-3%	-				
SA*	445	-9%	-				
LALA							
MÉXICO Y CA*	59,330	4%	66,201				
EU*	3,372	4%	5,141				
BRASIL	12,764	444%	35,834				
VITTRIO							
RESTO DEL MUNDO	1,589	10%	-				
MÉXICO	649	4%	-				
BACHOCO							
RESTO DEL MUNDO	37,767	5%	-				
MÉXICO	17,599	6%	-				
RASSINI							
RESTO DEL MUNDO	14,803	6%	-				
MÉXICO	4,352	4%	-				
GISSA							
RESTO DEL MUNDO	12,485	53%	-				
MÉXICO	4,469	-30%	-				

Cifras en miles de pesos
*CENTROAMÉRICA = CA | SUDAMÉRICA = SA | ESTADOS UNIDOS = EU
Fuente: Bloomberg, reportes empresas XBRL CNBV * Filial de Alfa

Eso no significa que las empresas mexicanas piensen en marcharse de la zona. Un ejemplo de la determinación de mantenerse firmes pese a las tempestades lo ofrece la empresa de bebidas Arca Continental. No obstante que, al cierre de 2018, registró una caída de 25% en sus operaciones en Argentina, la compañía del sistema Coca-Cola se muestra dispuesta a esperar a que cese el temporal.

Argentina ha sido, y es aún, un trago amargo. Entre las compañías que han visto debilitados sus resultados están Cemex (-14%), América Móvil (-10%), Peñoles (-9%), Femsa (85%) y Coca-Cola Femsa (5%).

Los equipos al mando de las empresas mexicanas aseguran que se han adaptado al entorno macroeconómico adverso mediante diversas estrategias relacionadas con precios de sus productos y servicios, y con cambios en su oferta a fin de hacerla más accesible a la población.

“En Argentina, al enfrentar un complicado entorno macroeconómico con hiperinflación, estamos mejor preparados para afrontar los retos del mercado, gracias a la creciente mezcla de bebidas asequibles y sin azúcar, las innovadoras iniciativas digitales, las coberturas cambiarias y los controles de costos y gastos”, detalla Coca-Cola Femsa en su reporte de resultados.

Las mayores inversiones

En vista de la cautela obligada ante Latinoamérica, los empresarios mexicanos han dirigido su mirada a otras latitudes en busca de condiciones para crecer. Los mercados propicios son los de Estados Unidos, Europa y Asia, que, en tiempos recientes, han captado inversiones de compañías como Alcoa, Pimbo

Una de las expansiones más relevantes de una compañía mexicana en el extranjero ha sido la de Mexichem, que el año pasado adquirió 80% de la empresa israelí Netafim en 1,895 millones de dólares (mdd), incluyendo deuda.

Otro caso es el de Alsea, la cual invirtió, también el año pasado, cerca de 800 mdd en la adquisición de 439 de los restaurantes del español Grupo Vips en 575 mdd, y la compra de 272 de Starbucks en Francia, Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo; con estas transacciones, los ingresos obtenidos por Alsea en Europa pasarán de representar 20% del total a 34%.



Igual de resuelta se ha mostrado Arca Continental, pero, en su caso, la expansión apunta a Estados Unidos. Entró a este mercado en 2017, con la adquisición de las operaciones de Coca-Cola Company en territorios de Texas y algunas partes de Oklahoma y Nuevo México; en poco tiempo, la firma mexicana ya comienza a registrar mejoras en rentabilidad y mayor penetración de mercado, dicen analistas bursátiles.

Con esa transacción, Estados Unidos se convirtió en el mercado que más ingresos aporta a la compañía mexicana de bebidas y botanas: 36%, contra 34% de México, y 30% de Sudamérica. En el sur del continente, Perú tiene la contribución más alta, con 14%, seguido de Ecuador con 9%, y Argentina con 7%.

La más globalizada de las empresas mexicanas, Bimbo, tampoco mira hacia Latinoamérica cuando afina sus planes de expansión. En Estados Unidos y Canadá obtiene 51% de sus ventas totales, mientras que, en México, por muchos años su mayor fuente de ingresos, capta 30%. Ahora su mirada se posa en Europa y Asia, dos mercados con alto potencial: al cierre de 2018, los ingresos consolidados de ambas regiones representaban 7% de los ingresos para la empresa.

Bimbo tiene clara su ruta de vuelo, y apunta a la lejana Asia. En junio del año