

Por COVID-19 se desploman 77.3% ganancias de empresas

ERÉNDIRA ESPINOSA 29/07/2020



Por COVID-19 se desploman 77.3% ganancias de empresas. Imagen: Pixabay



ERÉNDIRA ESPINOSA



CIUDAD DE MÉXICO

COVID-19 contagió a las 26 emisoras más importantes del país y que forman parte del S&P/BMV IPC, sus ganancias durante el segundo trimestre del año cayeron -77.38%, pasando de 69 mil 807 millones de pesos a tan solo 15 mil 790 millones de pesos.

Lo anterior porque entre abril y junio las medidas de **distanciamiento social** fueron más severas, provocando el cierre de unidades de formatos como **Alsa** y **Liverpool**, así como la disminución en el consumo de diversos productos como las bebidas que elabora Coca-Cola Femsa.

La muestra excluye a los bancos y a algunas empresas que, al cierre de esta edición, aún no habían dado a conocer sus cifras, sin embargo, los datos son contundentes, ya que tratándose de rentabilidad, el EBITDA de las compañías en general se redujo en -9.75%, al pasar de 217 mil 55 millones de pesos en el segundo trimestre de 2019 a 195 mil 885 millones de pesos en el mismo periodo pero de este año.

BUSCAN SOBREVIVIR

En tanto, **los ingresos retrocedieron -3.20%**, hasta **1.03 billones de pesos**, desde los 1.07 billones de pesos del año anterior.



*Nadie estaba preparado, incluyendo las empresas, para esta situación, estaba fuera del radar”, dijo Carlos González, director de análisis y estrategia bursátil de **Monex**, respecto de los resultados de las principales compañías listadas en la Bolsa Mexicana de Valores.*



Pese a las dificultades por las que han atravesado las empresas, González reconoció que se esperaban peores resultados, lo que muestra que las emisoras han implementado estrategias para salir a flote y varias de ellas están funcionando.



Las empresas que observamos en el mercado accionario son grandes, tienen una gran capacidad para hacer frente a situaciones como la que vivimos, son empresas que, en gran parte, utilizan tecnología, eso ha sido un componente bien importante en estos momentos, al ser empresas que cotizan han sido más defensivas ante el entorno adverso y han mantenido la capacidad para adaptarse a las nuevas circunstancias”, afirmó.

En su opinión la mayoría de las emisoras ha logrado amortiguar gran parte del efecto económico, aunque claramente hay firmas que se han visto más golpeadas, como las enfocadas al turismo, los aeropuertos y los restaurantes.

LA NUEVA NORMALIDAD

Aunque varias emisoras comienzan a reactivarse, el empleo y la confianza del consumidor han decaído, frente a ello, el especialista de Monex señaló que la recuperación de las compañías será gradual, pero que las enfocadas al consumo seguirán siendo las más defensivas.



América Móvil, por ejemplo, tiene el tema de tecnología y de consumo básico, por los celulares, otra de las grandes, como Walmex, también están enfocadas al consumo básico, por otro lado, Gruma y Bimbo han tenido reportes excelentes”, detalló.

Por otro lado, González previó que las emisoras exportadoras y manufactureras puedan mejorar sus cifras conforme la economía de Estados Unidos se recupera.