

# INFORMADOR.COM.MX

## El "pelicano" retoma el vuelo a cinco años de crisis

**CIUDAD DE MÉXICO (22/MAY/2013).**-Controladora Comercial Mexicana (Comerci), la empresa del pelicano, retoma el vuelo y al parecer lo hace más fuerte que nunca, a cinco años de haber enfrentado una grave crisis que la orilló a solicitar el concurso mercantil tras el mal uso de derivados en los mercados financieros. La disciplina y la transparencia hacia sus inversionistas han llevado a que las acciones de la empresa se coticen en los mejores niveles de su historia, a más de 45 pesos -tras haberse desplomado a 2.16 pesos en el 2008, y ganan 1,983% hasta el cierre del martes.

Después de tambalearse en el 2008 golpeada por la crisis financiera internacional que se encargó de arrastrar al peso y a las firmas que utilizaban derivados, en el 2012, Comerci saldó la deuda de alrededor de 21,000 millones de pesos, generada por estos instrumentos.

José Calvillo, director de Finanzas de Comerci, comentó a El Economista que, tras la crisis del 2008, el Consejo de Administración prohibió el uso de derivados; "no son necesarios en una empresa como la nuestra... no tenemos pensado contratarlos hacia adelante", dijo.

Pese a que algunos analistas pensaron que la crisis llevaría a la empresa a la quiebra, en el 2010 Comerci reestructuró la deuda con sus acreedores, "la visión de ellos, como de nosotros, fue solucionarlo. Sabíamos qué tenía que hacer cada quien durante la reestructura", explicó.

Calvillo indicó que la crisis les costó "no crecer casi en cinco años y la venta de las acciones de Costco México. Los bancos asumieron una pérdida por el no pago de deuda en ese entonces, aunque sabíamos que íbamos a seguir creciendo".

Por lo que la estrategia que la empresa siguió fue informar a sus inversionistas tanto del mercado accionario como de deuda sobre la situación que enfrentaban.

Y ahora cuentan con el nivel grado de inversión por parte de HR y se encuentran a un nivel menos en la nota de Moody's. En tanto que su deuda total sumó al primer trimestre del año 4,335 millones, equivalente a 1.2 veces el flujo libre que genera la empresa en un año.

### Las lecciones

En medio de su reestructura, Comerci reconoció las fortalezas de su negocio. Además, entendió que la empresa debía institucionalizarse, la crisis le dejó en claro en qué sectores debía concentrarse.

"Hubo una redefinición de la empresa en donde el objetivo es atacar a las clases medias y altas, creemos que ahí tenemos una ventaja competitiva frente a la competencia, y lo que hicimos fue desarrollar dos formatos, City Market y Fresko".

Así, su plan de expansión para el 2013, que contempla 3,455 millones de pesos para invertir, incluye la apertura de 11 tiendas y dos restaurantes, (dos Fresko, un City Market y ocho Mega, además de cambiar tres Comer a Fresko).

José Calvillo comentó que, pese al bache que el consumo enfrentó en el primer trimestre del año, la firma se muestra optimista hacia la segunda mitad del año.

Asimismo indicó que la estrategia de Julio Regalado, con 33 años de práctica, seguirá adelante, ya que, junto con diciembre, es el mes en que más venden.

Carmen Luna