

La moneda unitaria ha caído 20% desde mayo

La calidez de un euro débil apapacha firmas de la zona

Se cumple el deseo a los CEO, que pidieron a legisladores usar la paridad como un "arma" para promover el crecimiento

Michael Stothard y Jeevan Vasagar/
París y Berlín

En 2014 el director de la división de fabricación de aeronaves de Airbus se sumó a los industriales que arremetieron contra la "enloquecida fortaleza del euro", y pidieron a los legisladores usar la moneda única como un "arma" para promover el crecimiento.

No solo pensaba en la economía general. La firma, que principalmente produce en la zona euro y vende en dólares, dijo que por cada depreciación de 0.10 dólares del euro la compañía lo traduce en mil mde adicionales en su balance final.

Airbus no era la única empresa que quería una devaluación. Un movimiento de casi 0.2 dólares en la paridad frente al euro vale alrededor de 5 por ciento en la utilidad de operación en las corporaciones europeas, según un análisis de 302 firmas de Alphavalue.

Se le cumplió su deseo. El euro cayó casi 20 por ciento frente al dólar, para ubicarse a 1.12 dólares por euro desde mayo pasado, cuando el Banco Central Europeo señaló que se preparaba para lanzar un programa de expansión cuantitativa, imprimir dinero de forma efectiva.

Cuando la temporada de ingresos cerró, los CEO europeos empezaron a predecir mejores tiempos aprovechando la caída del euro.

Jean-Pascal Tricoire, director de Schneider Electric, dijo a *Financial Times* en febrero que un euro más bajo equivaldrá a ingresos de 1,500 mde en 2015, algo "significativo".

Christian Mulliez, director financiero del grupo de cosméticos L'Oréal, dijo: "A la luz de la paridad actual, tenemos la intención de construir 2015 en torno a un incremento sustancial en las utilidades y uno moderado en la rentabilidad".

Para Airbus, aunque el efecto de un euro más débil no se sentirá en dos años por su política de cobertura, Enders dijo que después de años con un euro fuerte, la caída se preparaba para "proporcionar una mayor rentabilidad".

Hay dos tipos de efectos del tipo de cambio en las ganancias. La primera es el impacto traslacional para firmas con negocios en el extranjero



Airbus será una de las empresas beneficiadas.

Nunca se había visto la combinación de un dólar fuerte y petróleo y dinero baratos

cuando por razones contables las utilidades se cambian de nuevo al euro, la moneda de su país.

Esto puede afectar las ganancias a corto plazo, el flujo de efectivo, la capacidad para pagar dividendos y el precio de las acciones, pero tiene poco impacto al largo plazo, ya que las firmas en realidad no se vuelven más rentables o competitivas.

Gérard Mestrallet, presidente ejecutivo de GDF Suez, dice que la caída del euro equivaldrá a cerca de 100 mde para ellos en 2015. "Es simple, la caída del euro nos ahorra dinero". Pero dice que el efecto es solo de traslación. "No somos exportadores".

El otro impacto de un euro fuerte se da en las compañías que exportan fuera de la zona euro, ya que sus productos se vuelven más competitivos, lo que significa que pueden bajar los precios para intentar ganar participación de mercado u obtener más utilidades.

Aquí es donde los sectores de tecnología y lujo se preparan para

cosechar algunos de los beneficios reales más grandes, según los analistas, que señalan a los grupos LVMH y STMicroelectronics entre los grandes ganadores.

Por ejemplo, LVMH fabrica coñac y productos de piel en su mayoría en Francia, pero sus grandes ventas son en EU y China. STMicroelectronics hace semiconductores en Europa, pero la mayoría la vende en dólares.

De acuerdo con la agencia Moody's, un euro débil probablemente beneficie a los fabricantes de automóviles, como BMW, Daimler y Volkswagen, que en su mayoría tienen una base de costos en la eurozona y ventas fuertes fuera de ella.

Daimler prevé frenar la expansión de sus fábricas en EU si el euro se mantiene débil frente al dólar, de acuerdo con Michael Brecht, el representante de los trabajadores en la junta de supervisión de Daimler, en comentarios a Reuters.

Moody's también espera que los hoteles y las empresas de turismo europeas reciban un impulso por el aumento en la demanda, ya que los destinos de la zona se vuelven más baratos para los turistas foráneos.

Sin embargo, Anke Rindermann, analista de Moody's, dice que la caída de la moneda probablemente afecte a las aerolíneas europeas, ya que menos personas viajarán

fuera de Europa. Los turistas que lleguen a la región probablemente lo hagan en líneas extranjeras, dice.

El otro lado de un euro más bajo es que encarece las importaciones y hace que las adquisiciones en el extranjero sean más costosas.

"En general es bueno para nosotros, pero hace que la inversión para el futuro sea más cara", dice Mestrallet, de GDF Suez, que en los últimos años siguió una estrategia de aumentar la exposición de la firma a los mercados emergentes a través de adquisiciones.

Rindermann, de Moody's, dice: "A pesar de los resultados mixtos, el movimiento en las tasas de cambio por sí solas no son lo suficientemente significativas para afectar las calificaciones".

Los analistas señalan las dificultades para los presidentes ejecutivos de incluir el factor de los movimientos de la moneda en sus pronósticos, dada la incertidumbre.

"Probablemente no incluyan todos los beneficios en sus pronósticos, pues no está claro en dónde estará el euro a finales de año", dice David Finch, de Exane BNP Paribas.

"Pero si las cosas se mantienen, o si el euro cae aún más, puede haber mejoras significativas en las proyecciones de ganancias".

Un portavoz del productor alemán de ventiladores ebm-papst describe

las ganancias de las divisas como "un dulce veneno".

"No puedes depender de un dólar fuerte, porque eso cambiará. Tienes que asegurar que eres competitivo, y que te encuentras a escala mundial, eso es lo que hacemos", dice.

En general, un euro débil tiene un lado bueno y uno malo para los productores alemanes, según Ralph Wiechers, jefe economista de VDMA, la asociación alemana de máquinas y herramientas.

Aunque aumenta la competitividad del precio frente a los rivales de EU, Corea o China, hay puntos malos.

"El antecedente para la debilidad del euro son los problemas en la eurozona, y eso tiene un efecto que funciona en otra dirección, la demanda en la zona euro es débil", dice Wiechers.

Algunos analistas señalan que otros factores positivos también pueden ayudar a aumentar las utilidades para las empresas europeas este año, entre los que se encuentran menores tasas de interés y la caída de casi 50% en los pretroprecios en los últimos ocho meses.

Pierre-Yves Gauthier, director de investigación de Alphavalue, dice que nunca ha visto esa combinación de un dólar fuerte, energía barata y dinero barato. "Es un milagro. Es una delicia, las valoraciones deben seguir hacia arriba".

SHUTTESTOCK