

EXPANSION
EN ALIANZA CON CNN

Así les fue a las empresas mexicanas en EU con Trump

Las grandes compañías mexicanas con operaciones en Estados Unidos, como Cemex, Mexichem, Arca y Aeroméxico, mantuvieron sus inversiones y su crecimiento en el primer año de presidencia de Trump.

Viernes, 19 de enero de 2018 a las 6:01 AM

CIUDAD DE MÉXICO (Expansión) -

Mañana 20 de enero se cumple un año de Donald Trump en la presidencia de Estados Unidos. El político llegó al cargo con un discurso antimexicano, prometiendo —y en algunas ocasiones, cumpliendo— endurecer las medidas contra los migrantes, revisar los acuerdos comerciales y construir un muro fronterizo.

En este contexto, ¿cómo les ha ido a las grandes empresas mexicanas con operaciones en Estados Unidos?

En general, la respuesta es positiva. “El mercado estadounidense es un mercado natural para México. Primero porque estamos en la región del TLCAN, que es el mercado comercial más grande del mundo; segundo, por la proximidad y vecindad; y tercero, porque hay una cultura clara entre empresarios estadounidenses y mexicanos”, dice Saúl Villa, socio líder de Asesoría de Fusiones y Adquisiciones de KPMG en México.

ARCA CONTINENTAL

El caso más ejemplar es el de la embotelladora Arca Continental, que durante el año pasado logró cerrar un acuerdo con su mayor socio, The Coca-Cola Company para ser el embotellador exclusivo de la franquicia en el suroeste de Estados Unidos, como Texas y partes de Oklahoma, Nuevo México y Arkansas. Es la primera firma mexicana del sector en entrar a operar en el país vecino.

Además, adquirió la embotelladora Great Plains Coca-Cola Bottling Company en Oklahoma y compró la empresa de botanas Deep River Snacks en Connecticut. Con esto, el 32% de los ingresos de la empresa ya provienen de Estados Unidos.

“Arca Continental es un gran aliado y un socio que ha destacado durante sus más de 91 años de operación por adelantarse consistentemente a las necesidades del mercado, de la industria y del consumidor, compartiendo la cultura, calidad y todas las políticas de gestión y excelencia que nos distinguen a nivel mundial”, comentó Manuel Arroyo, presidente de Coca-Cola México a través de un correo electrónico.

GRUPO LALA

La empresa de lácteos Lala ha enfocado sus esfuerzos en hacer más rentable su operación en Estados Unidos, ya que en el segundo trimestre del año pasado tuvo pérdidas inesperadas en su planta de Denver, Colorado.

“Parte de está 'sorpresa' es porque no tenían visibilidad en el tema de los costos de la planta, y por ello el CFO (director financiero) de Estados Unidos fue removido y acaba de entrar una nueva persona, y ahora esperan hacer

una reconfiguración en la parte de manufactura con mayores eficiencias”, señaló un analista del sector de alimentos y bebidas, que prefirió no ser mencionado.

GRUPO MÉXICO

Grupo México, por medio de su subsidiaria Asarco, es otra de las empresas mexicanas que se ha beneficiado de Estados Unidos. Uno de los planes más sonados de Trump es el de infraestructura, cuya inversión se estima en 500,000 millones de dólares (mdd) para los próximos 10 años.

“Prácticamente, 80% de su distribución de ventas (de Grupo México), en la parte minera, es cobre, entonces seguramente va a ser la empresa más beneficiada si se implementa este proyecto de infraestructura”, coincide Alik García, analista de Intercam Casa de Bolsa.

Ante esa perspectiva, el 20 de febrero de 2017 el precio de las acciones de la minera registró su máximo histórico (en 67.2 pesos) y desde que Trump asumió el cargo, el precio acumula un alza de 8%.

Además, a finales de marzo el grupo anunció la adquisición de Florida East Coast Railway, una firma de servicios ferroviarios con operaciones en Florida.

GRUMA

La productora de harina de maíz y de tortillas estrenó una planta a finales del año pasado en Dallas, Texas, donde planea producir 30 millones de tortillas al día y abastecer a Oklahoma, Nuevo México, Arkansas, Luisiana, Kansas y el norte de Texas.

Con esta fábrica, la empresa producirá al año más de 10,000 millones de tortillas de trigo y de maíz, así como tortilla chips y panes planos bajo su marca global Mission, y otras nacionales como Guerrero y Calidad.

La empresa ya concentra el 55% de sus ventas en Estados Unidos, donde ha lanzado nuevos productos como la tortilla de harina de trigo Super Soft, que compite con el pan, la tortilla taquera Street Taco y las tortillas libres de gluten.

CEMEX

Al inicio de la administración de Trump, el nombre de Cemex fue de los más sonados como posible participante en la construcción del muro fronterizo. La empresa lo negó tajantemente.

Sin embargo, para Cemex, Estados Unidos es su segundo mercado más importante, después de México, y ahora es una de las mexicanas favoritas para ganar con el plan de infraestructura de Trump. De hecho, no fue el presidente quien afectó a la empresa, sino el clima.

Entre enero y septiembre de 2017, Cemex registró una caída en volumen de ventas de cemento de 7%, mientras que sus ingresos subieron solo 3%. El motivo fue la desinversión en dos plantas en Estados Unidos y el paso de huracanes que afectaron sus operaciones.

BACHOCO

Bachoco adquirió a principios del año pasado la planta Fully Cooked en Oklahoma, por un valor de 8 millones de dólares (mdd). La firma tiene un 2% de participación de mercado en ese país, y con la compra espera aumentar este porcentaje.

“La verdad es que estamos muy contentos con el desempeño de nuestro equipo en Estados Unidos. Es una planta de productos de valor agregado (de pollo), nos pone en una situación diferente”, comentó Rodolfo Ramos Arvizú, director general de Industrias Bachoco, a finales del año pasado.

La empresa también anunció, a mediados de 2017, que logró un acuerdo para adquirir a la estadounidense Albertville Quality Foods por un monto de 140 mdd.

MEXICHEM

Estados Unidos es uno de los principales mercados de Mexichem, al representar 16% de sus ventas totales. Además, en ese país inauguró en febrero el cracker de etileno, uno de los proyectos más importantes de la firma en los últimos años, y que le proveerá la materia prima necesaria para la producción de resinas de cloruro de polivinilo (PVC), de la que es el quinto mayor productor a nivel mundial, de acuerdo con **Fitch Ratings**.

El cracker impulsó los resultados de Mexichem. Desde que Trump tomó posesión como presidente, el precio de sus acciones de Mexichem creció 7%.

LA COSTEÑA

Por su parte, La Costeña tiene planes para lograr, en cinco años, el mismo volumen de ventas en Estados Unidos que en México, gracias a la adquisición en 2014 de la empresa estadounidense Faribault Foods, una procesadora de frijoles y vegetales enlatados con sede en Minneapolis, con más de 120 años de tradición.

La Costeña opera en ese país con sus plantas de Tucson, Arizona, y la de Minnesota. “Nos vamos a enfocar mucho en Estados Unidos. Al final, es la primera economía y ahí tienes que estar. Queremos demostrar que en México se hacen las cosas bien, que existen empresas familiares que pueden hacer las cosas bien afuera, como lo han hecho Bimbo o Lala”, cuenta Federico López Otegui, director de administración y finanzas de la empresa.

LAS EMPRESAS DE CARLOS SLIM

El empresario opera en ese país con las firmas de telecomunicaciones Tracfone y SafeLink, que hasta octubre perdieron el 4% de sus clientes.

Entre las causas de las desconexiones, América Móvil indicó que usuarios de SafeLink no calificaron al programa de subsidio mensual que ofrece el gobierno estadounidense para que cuenten con una línea de telefonía móvil. Sin embargo, sus ingresos fueron de 5.9 mdd de enero a septiembre de 2017, un incremento de 9% con respecto al mismo periodo de 2016.

TELEVISA Y TV AZTECA

Televisa tiene ve Estados Unidos como una oportunidad de crecimiento.

Antes de que Trump asumiera la presidencia de Estados Unidos, en los primeros días de 2017, la Comisión Federal de Comunicaciones de ese país le dio el visto bueno para incrementar su participación accionaria en Univision hasta 49%. Aunque los analistas consideran que es una buena oportunidad para Televisa a fin de incrementar sus ingresos, la televisora aún no da el paso.

En cuanto a TV Azteca, la televisora que dirige Benjamín Salinas Sada optó por vender la división que atendía al mercado estadounidense, Azteca America, a la empresa HC2 Network, aunque mantiene un acuerdo para suministrar contenido, una actividad por la que TV Azteca obtendrá ingresos adicionales.

Esta venta es parte del plan de Salinas para reducir sus gastos en dólares y bajar la deuda de la empresa.

GENOMMA LAB

Genomma Lab, un laboratorio mexicano con distribución en Estados Unidos y Latinoamérica, indicó que de enero a septiembre del año pasado, sus ventas netas disminuyeron 17.3% en Estados Unidos, debido a que la empresa decidió terminar un contrato de distribución exclusividad limitada “con un cliente grande”.

Pese a ello, la compañía reportó un incremento en ingresos de 6.8% en los primeros nueve meses de 2017, y Genomma Lab informó que próximamente se expandirá en ese país “a través de nuevos clientes”.

GRUPO BIMBO

La panificadora más grande del mundo también fue de compras a Estados Unidos el año pasado. En octubre concretó la compra de East Balt Bakeries, líder en la industria de food service, por 650 mdd.

"La integración de East Balt nos ayuda a alcanzar nuestros objetivos de creación de valor, ya que aporta aproximadamente el 3% de las ventas y 5% del flujo operativo de la compañía", informó Diego Gaxiola, director de administración y finanzas del grupo, a través de un comunicado.

De acuerdo con su informe anual de 2016, la operación de Bimbo en ese país le representa el 53% de las ventas, con 83 fábricas en ese país.

AEROMÉXICO Y VOLARIS

Las dos principales aerolíneas mexicanas fueron las que resintieron la turbulencia que trajo el primer año de la presidencia de Donald Trump en Estados Unidos.

La demanda de viajes hacia Estados Unidos se desaceleró en los primeros meses de 2017, según reportaron tanto Aeroméxico como Volaris en sus reservaciones, y apenas empieza a recuperarse.

Desde que Trump ganó la presidencia en Estados Unidos, las acciones de Volaris y Aeroméxico cayeron en Bolsa 55.9% y 26.3%, respectivamente, hasta el cierre de 2017.

Las aerolíneas tienen en contra al menos tres factores: la volatilidad del tipo de cambio, el alza del precio del petróleo y las políticas proteccionistas de Donald Trump, señaló en un estudio Brian Pierce, economista en jefe de la Asociación Internacional del Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés).

NEMAK

Si bien la firma de autopartes Nemak cerró 2017 con una caída en sus pedidos, esto no fue por el TLCAN, sino por un sobre exceso del inventario acumulado por sus principales clientes en la región, General Motors, Ford y Fiat Chrysler.

Armando Tamez, director general de Nemak, descartó afectaciones en caso de que Estados Unidos salga del Tratado de Libre Comercio. “Si esto pasa, pagaríamos un impuesto de 2% o 3%, lo cual aún es manejable”, dijo Tamez. Además, Nemak tiene plantas en Estados Unidos y Canadá, lo que le permitiría abastecer localmente a sus clientes en esos mercados.

Con información de Liliana Corona, Adrián Estañol, Rosalía Lara, Ivet Rodríguez, Sheila Sánchez y Ana Valle.