

EXPANSION

Las 20 empresas resistentes a la crisis del coronavirus

Entre las 144 empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, sólo 30 han aumentado su valor de mercado desde que arrancó la pandemia. Entre ellas destacan estas 20.

mié 22 julio 2020 05:04 AM

Expansión

@expansionmx

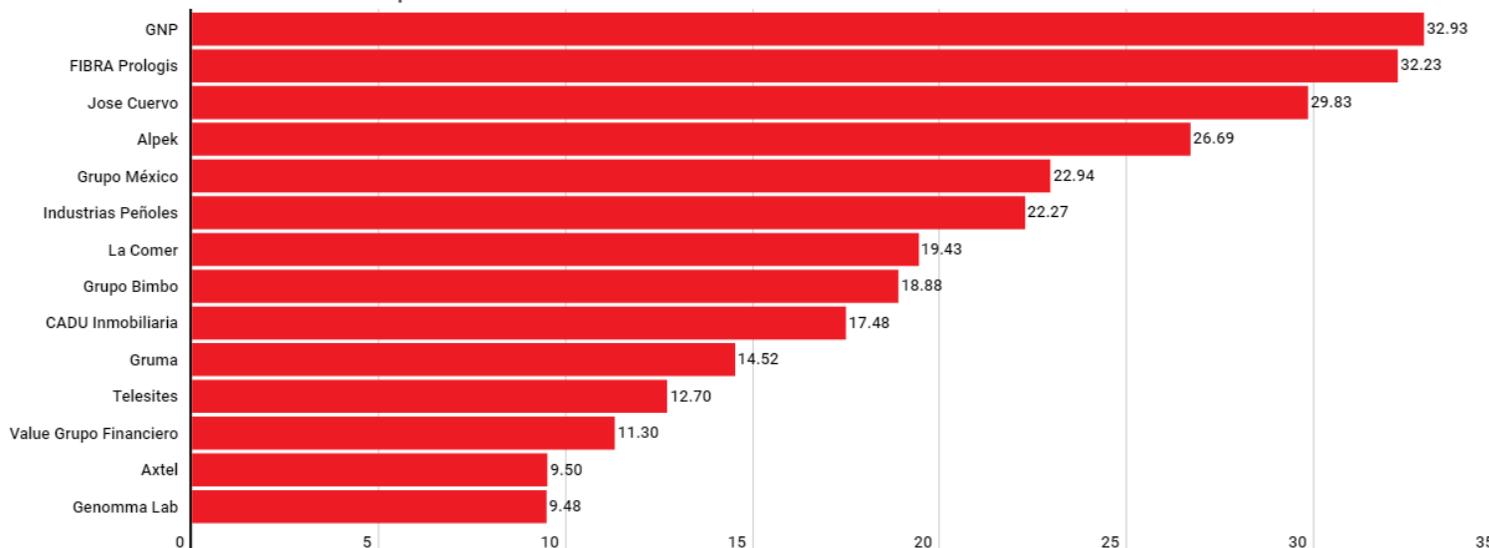
Vivimos en la peor crisis desde la Gran Depresión. Así lo indican las cifras del Fondo Monetario Internacional, pero no les vamos a aburrir con ellas. En cambio, en Expansión hemos querido ver el vaso medio lleno y hemos analizado cuáles son las empresas que están resistiendo mejor la situación creada por la pandemia del coronavirus.

Para ello, hemos analizado el cambio en el valor de mercado de las compañías que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde el 27 de febrero, el día que se confirmó en México el primer caso positivo de la enfermedad. En general, las cifras no son alentadoras: entre las 144 que tienen acciones en el mercado, solo 30 han aumentado su valor en este periodo. Y de ellas, apenas 12 lo hicieron en más de 10%.

En este ranking, puedes ver cuáles son las 20 compañías más "resistentes" a la crisis del coronavirus

Las empresas resistentes frente a la crisis

Aumento en el valor de mercado de las compañías que cotizan en Bolsa desde el 27 de febrero, cuando se confirmó el primer caso de coronavirus en México. Cifras en % del crecimiento en millones de pesos.



Fuente: Bloomberg

De todas ellas, GNP es la que ha tenido un mayor incremento en su valor de mercado. Las aseguradoras en el segmento de autos se han beneficiado de la menor movilidad durante el confinamiento. Según datos de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), mayo fue el mes donde se registró el menor robo de vehículos desde 2017. Además, las medidas de confinamiento redujeron drásticamente el aforo vehicular en las ciudades y carreteras del país y, por lo tanto, también los accidentes, beneficiando a estas compañías.

La agencia calificadora Moody's sostiene que en el caso de las aseguradoras multilíneas, particularmente aquellas con exposición a servicios médicos y cobertura de salud, los desarrollos en el sector automotriz mitigarán el aumento de las reclamaciones asociadas por los tratamientos con coronavirus, fortaleciendo su resultado agregado. "Para 2020, esperamos que el índice de pérdidas de seguro de automóviles —las reclamaciones como porcentaje de las primas netas obtenidas—, disminuya al menos 52% en el primer semestre de 2020, frente al 63% reportado al final de 2019", destaca.

El segundo lugar es para Fibra Prologis. Los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces industriales, como es su caso, ganarán con la entrada en vigor del T-MEC, el nuevo tratado comercial entre México, Estados Unidos

y Canadá. Frente a otras Fibras enfocadas en inmuebles comerciales o de oficinas, afectadas por el paro de las actividades "no esenciales", el componente industrial de Fibra Prologis ha sido la base de su fortaleza, ya que tiene entre sus clientes a manufactureras exportadoras y armadoras, que ya están operando de nuevo.

Las mineras también se han mostrado 'resistentes'. El valor de mercado de Grupo México y Peñoles ha aumentado por el fuerte crecimiento en el precio de los metales, que no han sufrido el impacto del coronavirus. El oro ha registrado una subida en su precio de 21.3%, mientras que el de la plata mejoró 18.7%. El precio del cobre, por su parte, ha incrementado 5.1%. Este buen comportamiento tiene como principales beneficiarias a las empresas extractivas de estos metales.

Las telecomunicaciones son otro de los sectores que ha salido mejor parados, lo que explica la presencia de Axtel en este ranking.

Jesús Romo, director de Telconomia, señala que la perspectiva a futuro y la expansión del 'home office' han favorecido a esta compañía. “Viene la parte de la digitalización, en el sector privado y el público. Esta pandemia nos obligó a pensar de manera más acelerada: las dinámicas van a cambiar y se van a requerir los servicios que presta esta compañía en Tecnologías de la Información”, señala. Axtel, además, no tiene el riesgo de las empresas que dependen de servicios móviles de prepago y se deshizo de su negocio de línea fija, que también estaba muy competido.

Telesites, la firma que instala y opera torres de telecomunicaciones, es la otra empresa del sector en el ranking. El incremento en las necesidades de conexión de los hogares es la baza que juega a su favor, agrega Romo. “Esas son las dinámicas: por una parte, en Axtel es la transformación de negocios y gobierno, y en la parte de Telesites es la demanda de dar cobertura en zonas donde antes no necesariamente tenían que ser tan robustas”

Y la otra gran industria 'resistente' al coronavirus es la de alimentos y bebidas.

En el caso de Bimbo y Gruma, los productos de consumo básico vieron subir sus ventas debido a las compras de pánico. Incluso con el cierre de comedores y escuelas, [el primer trimestre generó buenos resultados para la panificadora del osito](#), que creció su flujo operativo más de 11% gracias a su buen desempeño en ventas en Estados Unidos y México. Gruma aumentó sus ventas netas en 16%.

Para Jose Cuervo, los mercados de exportación permitieron mejorar sus ventas en el primer trimestre. La empresa aún no reporta sus resultados del segundo trimestre, un periodo en el que tuvo que cerrar sus destilerías, ya que la producción de bebidas alcohólicas no fue considerada actividad esencial, pero su valor de mercado ha ido al alza a pesar de ello.

En cuanto a La Comer, los analistas coinciden en que será la que presente los mejores resultados entre las cadenas de supermercados. Según Ve por Más, este segmento tendrá un crecimiento de 10% en ingresos en el segundo trimestre del año, mientras que el flujo operativo se incrementará 15%, en promedio general. La Comer, con sus tiendas en el centro y el área metropolitana de la capital del país, ha venido presentando los mejores números en los trimestrales, ya que está orientada a atender a los segmentos de mayor poder adquisitivo.

Por último, la respuesta de Genomma Lab a la crisis del coronavirus ayudó a incrementar sus ganancias. La empresa lanzó una línea de productos antibacteriales para México y Estados Unidos. La alta demanda que obtuvieron le permitió crecer en un nuevo segmento de negocio.