

ANÁLISIS DE S&P

Emisores en AL, con poco acceso a mercados



CLARA ZEPEDA

clazepeda@elfinanciero.com.mx

Los mercados internacionales de bonos se mantendrán cerrados para los emisores corporativos de América Latina, al menos hasta agosto de este año, pero de prolongarse este periodo podría aumentar el riesgo de refinanciamiento en el 2021, advirtieron especialistas del sector corporativo de la calificadora Standard and Poor's (S&P).

De acuerdo con Diego Ocampo y Luis Manuel Martínez, expertos de la agencia, las empresas que se apalancan en los mercados de deuda privada para financiar los procesos productivos o refinanciar su deuda tendrán cerrados los mercados internacionales, pero podrían contar con cierto nivel de crédito local por parte de los bancos y de los mercados de deuda locales.

“Un factor clave a monitorear es la extensión y profundidad de la pandemia... Si los mercados internacionales de bonos permanecen cerrados por un periodo prolonga-

25%

CAYERON

Las emisiones de bonos de rendimiento de empresa en AL a tasa anual en el primer trimestre.

2

MIL MDD

Colocó Ecopetrol de Colombia en los mercados de deuda internacionales a finales de abril.

do, el riesgo de refinanciamiento en 2021 aumentará de manera significativa”, dijeron.

EMPRESAS PREPARADAS

Los especialistas sostuvieron que las empresas en América Latina están preparadas en general para afrontar esta crisis sanitaria, dado que la mayoría de los sectores tienen suficiente efectivo para pagar sus obligaciones de deuda durante el año con excepción de los ramas de ingeniería y construcción; infraestructura; y petróleo y gas donde su efectivo es inferior a una vez su deuda de corto plazo.

Desde el punto de vista crediticio, las aerolíneas, juego, hoteles, petróleo y gas, y activos de transporte han presentado el mayor número de acciones de calificación negativas hasta el momento.

Para la firma, las medidas de distanciamiento social en la región han generado un incremento del tráfico de datos y voz. “Consideramos que los operadores de telecomunicaciones podrían monetizar parte de este incremento temporal en la demanda conforme los clientes migren hacia mejores paquetes o aumente la frecuencia de pago por servicios pago”.