

EXPANSIÓN

Metalsa bajará 20% sus emisiones contaminantes o pagará más a sus inversionistas

Metalsa emitió un bono cuya tasa a pagar depende de si logra o no reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero en 10 años. Jorge Garza, su director general, cuenta cómo hará para lograrlo.

mié 05 mayo 2021 05:06 AM

Rosalía Lara

Por varias décadas la gran industria automotriz, que considera desde los proveedores hasta las empresas que venden los autos, fue considerada una de las peores enemigas del medio ambiente, pero cada vez son más las firmas de este sector que avanzan hacia un futuro más verde. En el caso de la autopartista mexicana Metalsa, se ha convertido en pionera en usar un instrumento de inversión aún desconocido en el país: los bonos ligados a criterios de sostenibilidad.

Se trata de la primera oferta de un bono de este tipo denominada en dólares por un emisor mexicano. La principal diferencia que estos instrumentos tienen con los bonos verdes, sustentables o sociales, es que los recursos obtenidos no están etiquetados, o condicionados, a proyectos ASG (que se enfocan en factores ambientales, sociales o de gobernanza), sino que está ligado al cumplimiento de algún indicador clave. Para el caso de Metalsa, se trata de la intensidad de la emisión de gases de efecto invernadero.

La oferta está dirigida a inversionistas institucionales: banco privados, fondos de pensiones, hedge funds. Los bonos fueron emitidos bajo la Regla 144A, es decir que fueron ofrecidos a los inversionistas con base en Estados Unidos.

Aunque el dinero obtenido por la emisión de estos bonos se usará para pagar los instrumentos con vencimiento en 2023, como parte de la emisión, Metalsa se compromete a reducir 20% la intensidad de sus emisiones de gases de efecto invernadero para 2031. Una institución ajena a la empresa auditará a la firma y, de no lograr las metas, su castigo será pagar una tasa mayor a los inversionistas que entraron a ese instrumento, explica Jorge Garza, director general de Metalsa, quien confía en lograr el objetivo.

Expansión: ¿Por qué emitir un instrumento como este y no un bono tradicional?

Jorge Garza: Desde hace años tenemos una estrategia de sostenibilidad en la empresa, tenemos muchos proyectos para reducir los gases de efecto invernadero, también proyectos de diseño, donde nos sentamos a analizar y mejorar la eficiencia energética y hay otros proyectos de sostenibilidad social. El hecho de emitir un bono nos eleva la conciencia en temas de sustentabilidad.

A lo mejor no es una métrica ligada a nuestras operaciones, pero también es cierto que parte de este bono lo vamos a destinar en los tipos de productos que vamos a invertir y que van a ser para proyectos eléctricos. Entonces, de una u otra manera también estos fondos nos ayudan a soportar a nuestra base de clientes en el lanzamiento de estructuras para autos eléctricos.

E: ¿Cómo van a lograr la meta de reducir 20% sus emisiones de gases de efecto invernadero?

JG: Para hacerlo lo que estamos probando principalmente es la compra de acuerdos de energías limpias, los PPA (Power Purchase Agreement), para nuestras planta principales. También como nuestros productos continuamente se están modernizando, nuestro equipo también lo hacen para reducir su huella de carbono y consumo. Cada vez nuestras líneas de producción son más reutilizables, más eficientes, con un menor consumo de energía y con menos emisiones hacia el medio ambiente.

E: Nuevas líneas requieren mayor inversión. ¿Además de este bono recién emitido, pensarían emitir nueva deuda?

JG: Por ahora no lo estamos contemplando, pero puede ser una solución hacia delante, ahora nos hemos enfocado en este reemplazo (los bonos nuevos con vigencia a 2031 por los de vigencia a 2023).

E: ¿Qué retos significan para la empresa mantenerse con las calificaciones actuales (-BBB para Fitch Ratings)?

JG: Los retos que hemos vivido han sido interesantes con todo el tema de Covid y los paros que hemos tenido a raíz de eso. Somos una empresa con mucha resiliencia en más de 65 años que tenemos en la industria. Esa capacidad de adaptación, de tener mucho enfoque hacia el cliente, de saber lo que está sucediendo en las tendencias tecnológicas, estar invirtiendo y estar de cerca con nuestros clientes es algo que hemos reforzado en la pandemia y estas lecciones nos van a ayudar hacia el futuro.