

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Senda eleva pérdidas y baja flujos

Una empresa que está perdiendo flujos a gran velocidad es Grupo Senda.

Usted sabe que en la presente coyuntura uno de los factores de riesgo más importantes es la situación de las empresas para poder hacer frente a sus deudas, ya que la volatilidad en el tipo de cambio y las tasas de interés han sido veneno puro para las tesorías.

Pues bien, una empresa que no las ha tenido todas consigo es Grupo Senda, la firma de autobuses de pasajeros que comandan David y Jaime Rodríguez, y ha desafiado al mercado con una guerra de precios que podría terminar en saldo rojo.

Senda en su reporte al tercer trimestre manifestó pérdidas por 155 millones de pesos, además de una caída de casi 60 por ciento en sus ingresos de transporte de personas.

Por lo pronto, sorprende que Fitch Rating haya ratificado la calificación.

Y es que con el deterioro en sus finanzas francamente se ve complicado que Senda logre una refinanciación y de plano está muy cuesta arriba que pueda salir a bolsa.

Como le digo, la rapidez a la que ha cambiado el balance de Senda debería ponderarse por las calificadoras, ya que el resultado pasó de una ganancia de 48.3 millones de pesos al tercer trimestre de 2007 a una pérdida por 154.8 millones de pesos en el mismo lapso de 2008.

Muy a pesar del deseo de los hermanos Rodríguez en el sentido de que la guerra de precios le iba a traer una posición más ventajosa en el mercado de transporte terrestre, esa expectativa no se cumplió, ya que de acuerdo a la

información difundida al mercado por Senda, elevó 11.4 por ciento la cantidad de kilómetros recorridos por sus autobuses e inversamente el ingreso por kilómetro viajado cayó 8.7 por ciento entre julio y septiembre de este año respecto a 2007. En otras palabras, Senda encara un escenario complicado, si considera que en el segmento de transporte de personas en ruta de itinerario (el segmento de negocios más importante) su ingreso cayó 57.7 por ciento, al pasar de 102.2 millones de pesos en el tercer trimestre de 2007 a 43.2 millones en el mismo periodo de 2008.

Añada un desplome de casi 25 por ciento en flujo de efectivo al tercer trimestre, lo que acumuló una baja del 11.6 por ciento durante los primeros nueve meses del presente año.

Pero lo que sin duda debe ser un hecho preocupante para las personas que le prestaron a Senda 150 millones de dólares a través de un bono emitido por Credit Suisse que aquí dirige Héctor Grisi, es que la relación de EBITDA a pago de intereses de su deuda bajó de 2.3 a 1.9 veces, lo que da como resultado una baja de 17.4 por ciento en un trimestre en su capacidad de cubrir sus obligaciones de manera sustentable.

La cuestión es poder adivinar cómo le harán para cubrir 200 millones de pesos de deuda a pagar en 2009, si las



expectativas son que la contracción en los mercados de crédito continuará y los inversionistas ni soñarán en que se arriesguen. Los pasajeros tampoco abundan en un contexto recesivo.

Extrañamente esta caída es vista como éxito por parte de David Rodríguez Benítez, quien afirma que la compañía se fortalece con una posición líquida, pese a que las pérdidas financieras los han llevado a la realidad que viven hoy.

Todavía más extraño es que la calificadora Fitch Rating, que aquí lleva **Roberto Guerrero**, haya ratificado la calificación de BB sobre una empresa que con el aumento de combustible, la posición monetaria de la empresa en dólares, ha llegado a la casa del terror, al

pasar de una ganancia por 734 mil pesos en el tercer trimestre de 2007, a una pérdida de 104.5 millones de pesos. Lo que da un resultado neto negativo de 155 millones de pesos que ya absorbieron las utilidades obtenidas en el primero y segundo trimestres: de forma acumulada, en los primeros nueve meses del presente año Senda pierde ya 112.7 millones de pesos, que representan una caída anualizada de un sorprendente 206.1 por ciento.

Vale entonces también preguntarse si las calificaciones de Fitch son como las que hacen con Senda. ¿Qué certidumbre pueden tener los inversionistas con esa información?



Javier Gavito.



Barack Obama.



Eduardo Solórzano.

Los ingresos de Grupo Senda cayeron

60

por ciento

al tercer trimestre, pese a su guerra de precios

El Banco Mundial otorgó un crédito a la SHF por

1000

mda

para apoyar el acceso a vivienda por familias pobres

Fecha 07.11.2008	Sección Negocios	Página 24
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

Banco Mundial apoya a SHF

Una noticia favorable para las empresas que están en el negocio de la vivienda, es el anuncio hecho por el Banco Mundial en el sentido de otorgar un préstamo por mil 10 millones de dólares a la Sociedad Hipotecaria Federal (SHF), que comanda **Javier Gavito**. Ese préstamo tiene el objetivo de fortalecer la capacidad financiera y técnica de esa institución, y expandir el acceso a la vivienda para las familias de menores ingresos. Con esos recursos se buscará apuntalar el Plan Estratégico 2008-2012 de la SHF, y de paso fortalecer la gestión de nuevos intermediarios financieros que están ofreciendo hipotecas. El financiamiento tendrá un plazo de 300 años con un periodo de gracia de cinco años más, y si bien es dominado en dólares tendrá la opción de ser convertido a pesos mexicanos.

Homenaje a Mouriño en vivo

Llamó la atención que mientras varios medios electrónicos transmitieron en vivo la ceremonia luctuosa en el Campo Marte en la que se recordó a **Juan Camilo Mouriño Terrazo** y a otros funcionarios públicos que perecieron en el accidente de aviación en Lomas de Chapultepec, el Canal 2 de Grupo Televisa decidió mantener su programación habitual matutina, con programas de variedad. Mouriño mereció reconocimiento de los concesionarios por su labor para aterrizar la reforma política, además de que en su gestión no hubo queja de las empresas de radio y televisión por el ejercicio de la libertad de expresión. Y bueno, con las transmisiones que le comentó los medios quisieron ser solidarios con el presidente **Felipe Calderón Hinojosa**, quien perdió a uno de sus colaboradores más leales, y que como mencionara el primer mandatario, varias veces calumniado.

Diálogo Calderón-Obama

No obstante que se espera que exista un encuentro en el marco de la próxima reunión del G20, ayer se dio la primera conversación telefónica entre el presidente Felipe Calderón Hinojosa y el presidente electo de Estados Unidos, **Barack Obama**. Entre los temas abordados estuvo el reconocimiento a la lucha que encara México contra el narcotráfico, y el político demócrata dio su pésame a Calderón por la muerte del que fuera secretario de Gobernación, **Juan Camilo Mouriño Terrazo**. Y bueno, cumpliendo con el protocolo, hubo una felicitación a Obama por su triunfo rotundo en las elecciones además de una invitación para que visite nuestro país. Como sabe, existe inquietud por la posibilidad de que sea revisado el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Walmex congela precios

Luego del anuncio de Soriana, de **Ricardo Martín Bringas**, en el sentido de reducir en 50 por ciento algo así como diez mil productos en 260 ciudades, la respuesta de Wal-Mart de México no se hizo esperar. La cadena al mando de **Eduardo Solórzano** acaba de informar que en apoyo a la economía de las familias mexicanas congela el precio del kilo de tortilla, además de 500 productos básicos de sus marcas propias Aurrerá, Great Value y Equate, los cuales se mantendrán sin alza hasta el 31 de diciembre. La idea es generar ahorros entre un 10 y 40 por ciento respecto a los precios de las marcas comerciales, y que revela que el comercio detallista sigue bajando sus márgenes para evitar que se caigan sus ventas.

Coca-Cola, mejor marca

Ya es tradición que los sondeos mercadológicos den a Coca-Cola buenas puntuaciones. Ahora un estudio realizado por HSM y Millward Brown ubicó a Coca-Cola como una de las mejores marcas en México, reconociéndola como líder en cuatro de las cinco categorías evaluadas. La investigación se realizó en los meses de junio y agosto de 2008 y contó con la participación de cerca de diez mil ejecutivos y consumidores mexicanos, los cuales externaron su opinión sobre 310 marcas con las que mantienen una relación profunda. Coca-Cola fue reconocida en el marco del Foro Mundial de Marketing e Innovación como La Mejor Marca de Refrescos, ocupando además la primera posición en la categoría Marca con Mejor Publicidad.

rvarela@elfinanciero.com.mx