

CORPORATIVO

Rogelio Varela

Aeroméxico gana cuota de mercado

Ante el repliegue de las aerolíneas de bajo costo, Aeroméxico está ampliando su participación de mercado.



Andrés Conesa Labastida.



Alonso Ancira Elizondo.



Roberto González Barrera.

Ya le había comentado que la expectativa de los analistas que siguen el negocio de la aviación comercial es que en 2009 haya movimientos en ese sector.

La explicación debe encontrarse en los impactos de la crisis económica en varias aerolíneas, siendo el factor clave la obtención de ingresos en dólares, lo que en teoría deberá empatar sus gastos en moneda dura.

Otro factor es que pese al atorón económico algunas empresas siguen elevando sus inversiones.

En ese tenor, de acuerdo con la Dirección General de Aviación Civil (DGAC) que comanda **Héctor González Weeks**, Grupo Aeroméxico está ampliando su presen-

cia entre los consumidores mexicanos más allá de la guerra de tarifas que han querido revivir algunas empresas.

La firma que dirige **Andrés Conesa Labastida** tiene en su portafolios la gestión de Aeroméxico y Aeroméxico Connect, en-

tre otras subsidiarias, y por lo pronto se ubicó como la principal firma aérea en el país al transportar en los primeros tres meses del año a un millón 922 mil 476 pasajeros.

Estamos hablando de un repunte de 3.3 por cien-

to con respecto al primer trimestre de 2008 que le da a Aeroméxico una cuota de mercado de 30.9 por ciento con respecto al total nacional.

Esto le significó a Grupo Aeroméxico ganar 4.4 puntos porcentuales de mercado, un desempeño que en tiempos de crisis no es nada despreciable, según la cifra de la entidad dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de **Juan Molinar Horcasitas**.

La aviación comercial en el primer trimestre, según la DGAC, mostró un descenso de 14 por ciento en el número de pasajeros transportados.

Otro dato interesante de la empresa del caballero



Fecha 29.04.2009	Sección Negocios	Página 28
----------------------------	----------------------------	---------------------

águila es que su subsidiaria Aeroméxico Connect escaló a la tercera posición del mercado cuando hasta diciembre pasado ocupó el quinto sitio.

Las cifras fueron presentadas en el marco del XXXIV Tianguis Turístico en Acapulco, un foro donde si bien ha llamado la atención el impacto de la influenza porcina en la industria sin chimeneas, también se ha destacado que algunas empresas mantienen sus inversiones.

Tal es el caso de Aeroméxico, que hasta marzo pasado incrementó en 5 por ciento sus vuelos nacionales e internacionales,

lo que implicó manejar 38 nuevos vuelos diarios a 11 ciudades adicionales a las que ya venía operando en 2008.

Aeroméxico está desplazando en el mercado nacional a firmas de la talla de Mexicana de Aviación, pero también está aprovechando la salida de firmas como Aerocalifornia, A Volar y Alma, además de que Aviaca ha tenido que reducir su flota.

Todo indica que el mer-

cado mexicano de la aviación comercial seguirá depurándose, y todo apunta a que en los siguientes meses la participación de los vuelos nacionales será clave para la gestión de las aerolíneas, ya que todos los especialistas coinciden en que el tema de la in-

fluenza porcina pegará en los factores de ocupación de los vuelos hacia el exterior, por lo menos en el muy corto plazo.

La estrategia de Aeroméxico ha consistido en no descuidar el mercado de viajeros de negocios, pero también adaptar su operación en destinos turísticos con aviones de dimensiones más adecuadas, dada la recesión económica.

Grupo Aeroméxico cuenta con una flota de más de cien aviones Boeing 777, 767, 737, MD80, así como Embraer 145 y 190 de última generación, estamos hablando básicamente de aviones de bajo consumo de combustible.

En fin, la aerolínea del caballero águila, a decir de las cifras de la DGAC, se ve como una de las firmas que están sorteando mejor la crisis.

Grupo Aeroméxico elevó en

3.3

POR CIENTO

su número de pasajeros transportados en el país hasta marzo

En el primer trimestre cayeron

32

POR CIENTO

los ingresos de Cemex ante la menor demanda de materiales de construcción

Fecha 29.04.2009	Sección Negocios	Página 28
----------------------------	----------------------------	---------------------

La ruta del dinero...

Avolar, el último suspiro

Ya que hablamos de la aviación comercial, la nota es que tanto la Secretaría de Hacienda, de **Agustín Carstens**, como la SCT de **Juan Molinar Horcasitas**, y más de 300 extrabajadores, los diez socios minoritarios y los dos inversionistas que depositaron más de 35 millones de pesos a las arcas de Avolar, encontrarán la respuesta a sus demandas. El poder judicial resolverá antes de que concluya este semestre, las acusaciones que pesan contra **George Nehme**, fundador de Avolar. Se trata de un expediente por evasión fiscal por más de 160 millones de pesos, amén del adeudo que tiene con trabajadores y proveedores, las transacciones a empresas que suministraban servicios a Avolar en las que también Nehme era socio, y la cancelación de la concesión por problemas de seguridad, podrían ser los atenuantes que generen la orden de extradición del fundador de la aerolínea. De acuerdo a datos de inteligencia nacional, Nehme radica en San Diego, California, pues teme que de un momento a otro sea llamado por la justicia mexicana. Incluso ha amenazado a los accionistas minoritarios e inversionistas de utilizar la presión mediática para negociar los adeudos que mantiene con ellos, sin embargo, el caso ya se ventiló en los juzgados con el único fin de apegarse a las resoluciones del Poder Judicial. Por lo pronto, socios minoritarios como **Roberto González Gracida**, **José Luis Fernández Prieto**, **Benjamín Nassar** y **Víctor Álvarez Puga** demandaron colectivamente, mientras que los 300 extrabajadores de la otrora aerolínea de bajo costo acudieron al presidente Felipe Calderón para solucionar los adeudos que con ellos mantiene George Nehme.

Caen 32% ingresos de Cemex

Tal y como se esperaba, el reporte al primer trimestre de Cemex refleja que es la empresa mexicana más afectada por la recesión global. Por lo pronto, entre enero y marzo vio descender sus ventas netas en 32 por ciento, cuando el mercado esperaba una caída de 28 por ciento. Como sabe, la cementera, de **Lorenzo H. Zambrano**, se ha visto afectada por la menor demanda de materiales de construcción, lo que llevo a que sus ingresos a marzo quedaran en tres mil 660 millones de dólares. Otro dato relevante es que el flujo de operación de la cementera en el trimestre llegó a 712 millones de dólares, lo que significó una baja de 25 por ciento. La reducción en ventas de Cemex es resultado de menores volúmenes, la exclusión de las operaciones de Venezuela y la desinversión en Islas Canarias, pero en especial el desplome de 39 por ciento en sus ingresos en Estados Unidos, mientras que en España la caída fue de 61 por ciento, que no se ve cómo podría recuperar en el corto plazo.

AHMSA aminora efectos negativos

Una firma que está librando bien la crisis es Altos Hornos de México (AHMSA) y subsidiarias, la firma que capitanea **Alonso Ancira Elizondo**, que reportó en el primer trimestre un flujo libre por 55 millones de dólares que no pinta mal, dada la contracción de la liquidez que sufre la economía. La utilidad de operación de la acerera con sede en Monclova sumó 144 millones de pesos en comparación con mil 417 millones de pesos registrados en el primer trimestre de 2008. Y bueno, por lo que se refiere a las ventas, las cifras presentadas en la junta trimestral del Consejo de Administración de AHMSA muestran una disminución de 37.6 por ciento en términos de dólares, con 572 mil 845 toneladas de acero comercializado, lo que representa una disminución de casi 28 por ciento en volumen de productos. Empero, el ajuste en gastos le permitió a la empresa mantener los números negros e incluso seguir mejorando su caja.

Gruma confirma buenos números

Otra emisora en bolsa que mostró en el primer trimestre buenos números fue Gruma, el gigante de la harina de maíz y la tortilla, que preside **Roberto González Barrera**. Ya le había dicho que las empresas de alimentos se ven como un sector defensivo, y en esa línea las ventas netas de Gruma crecieron 31 por ciento en ese lapso contra el mismo periodo del año anterior, para alcanzar 13 mil 76 millones de pesos. Esto a partir de un alza en el volumen de ventas de 5 por ciento. A su vez la utilidad de operación se incrementó 73 por ciento en el trimestre en relación con el mismo periodo del año anterior, para alcanzar mil 46 millones de pesos. Agregue que el margen de operación de Gruma creció de 6 a 8 por ciento, esto en función de una reducción de 200 puntos base en gastos de operación y en el costo de ventas por precios más favorables del maíz. ☐

rvarela@elfinanciero.com.mx

Viñetas: Ezquerro