

Cómo afectaron a las empresas las altas tasas



Caída de la construcción arrastró a sectores como el de sanitarios

Un análisis de los balances de firmas medianas revela que a los negocios la suba del costo del dinero los perjudicó tanto o más que la devaluación; algunos efectos fueron una caída en la rentabilidad, incentivos para el consumo al contado y liquidación de stocks

Martín Boerr

2 de diciembre de 2018

La empresa cordobesa Agrometal es una de las ganadoras en la era Macri. Desde la llegada del actual gobierno, a fines de 2015, la fabricante de sembradoras, cosechadoras y repuestos batió records de ventas y no dejó de planear inversiones para ampliar su capacidad de producción. Todo venía bien, hasta que en mayo pasado empezó la corrida cambiaria. Para contener la suba del dólar, el Banco Central subió las tasas de interés, ya de por sí altas. En la tranquila localidad de Monte Maíz, donde tiene su sede Agrometal, esa decisión se sintió fuerte. ¿Por qué? Porque los compradores de las sembradoras -cuyo valor puede superar los US\$50.000- se quedaron sin financiación.

En los primeros nueve meses de este año, Agrometal tuvo su primera caída de ventas en varios años. Según su balance, facturó \$576,6 millones, una caída significativa en términos reales respecto de los \$595,7 millones del 2017. Las ganancias se redujeron a

\$15,4 millones (\$63,6 millones el año anterior). "El impacto negativo de la falta de financiamiento bancario fue el factor de menor demanda de sembradoras", expresó la presidenta de la firma, Rossana Negrini en el balance presentado a la Bolsa de Comercio.

La empresa tuvo además un fuerte incremento de los costos financieros. Entre otras líneas, había emitido una Obligación Negociable en pesos que pagaba tasa variable (Badlar) + 4%. La emisión fue de \$100 millones y la pudo cancelar sin problemas.

Un análisis de los balances al tercer trimestre (julio- septiembre) de una docena de empresas medianas que cotizan en Bolsa, permite sacar conclusiones sobre cómo afectó el encarecimiento del costo financiero. Sobre todo para empresas medianas, que tienen fluido acceso a los bancos e incluso al mercado de capitales para financiar su giro comercial.

Los directorios o el management de las empresas suelen incluir en los balances un comentario sobre cómo les impactó la coyuntura económica. Y también ensayan algunas perspectivas para los próximos trimestres.

Algunos efectos de la "carísima" medicina que utiliza el Banco Central para contener la corrida cambiaria -que había comenzado previamente y que se acentuó bajo el mandato de Guido Sandleris- son los siguientes: para evitar pedir dinero, las empresas prefieren vender menos, liquidar sus inventarios o incentivar la venta al contado. Tratan de autofinanciarse, a veces "comiéndose" el capital.

"La devaluación le pegó fuerte a las empresas con deuda en dólares, pero también subió fuerte los costos financieros de las empresas endeudadas en pesos", dijo a **LA NACION** Fernando Díaz, asesor de empresas en la gerenciadora de patrimonios FDI.

"Las empresas en general tratan de cancelar deudas ante esta situación, incluso vendiendo menos", analizó Carlos Olivieri, profesor de finanzas en la Universidad Di Tella. Agregó que el panorama es muy negativo, porque la devaluación dejó un tendal de heridos. Este exdirector financiero de YPF y otras grandes compañías calculó que se perdió mucha rentabilidad por la suba de los costos financieros en pesos y en dólares.

"Las ganancias netas que presentan las empresas argentinas en su conjunto representan tan solo el 1% de las ventas, frente al 8% de las firmas norteamericanas. Y el costo financiero de las compañías locales es el doble del que tienen sus pares norteamericanas", afirmó Olivieri.



La industria de la maquinaria agrícola, que vende financiado, se vio afectada

Impactos concretos

■ **Grimoldi.** En los primeros nueve meses anotó una pérdida de \$291 millones por la devaluación, que le encareció su deuda en moneda dura, principalmente con proveedores. Además, la suba en el costo del dinero hizo disparar los gastos financieros. La firma extendió plazos de pago a proveedores y refinanció pagos en moneda dura por regalías, según su balance. El directorio explicó que venderá un poco menos a mayoristas y crecerá menos en locales y franquicias para no tener que endeudarse.

■ **Rizobacter.** La productora de inoculantes y fertilizantes, más que duplicó sus ventas en el primer trimestre de su ciclo anual (julio-septiembre), al pasar de \$568 millones en 2017 a \$1141 millones. Sin embargo, en los resultados impactó muy fuerte la suba de costos financieros. De \$100 millones en julio-septiembre de 2017, a \$1363 millones en igual período este año. La deuda financiera de Rizobacter es de \$3098 millones, en su mayor parte, de corto plazo. Eso hizo que, a pesar de la buena performance en las ventas, Rizobacter arrojará una pérdida de \$15 millones.

Ferrum. El balance señala los efectos de la devaluación y la inflación. Y, también, que se cortó el crédito hipotecario. Las ventas de Ferrum están, en parte, atadas a la construcción de viviendas. Y en el primer de su ciclo anual (que finalizó en septiembre), la firma tuvo una caída de 18% en sus ventas al mercado local, a la vez que apuntaló un 2% las exportaciones. La empresa ve algunas buenas señales hacia adelante: según su análisis, entran menos sanitarios de China y la inflación está algo contenida.

García Reguera. La cadena de tiendas de indumentaria (fuerte en el interior) sintió el efecto de la recesión en su balance de 12 meses finalizados en agosto. "La devaluación, la suba de tasas, la sequía, la inflación creciente y el impacto negativo de la actividad y el consumo, en especial en indumentaria", afectaron los resultados. Las ventas cayeron 4,27% en volumen y las ganancias, 10,5%, contra el año anterior. La suba de tasas le ocasionó "un fuerte aumento de intereses financieros por ventas con tarjeta de crédito", se señaló en su balance, firmado por su titular, José Luis García Villaverde. García Reguera ganó \$27,2 millones, contra \$29 millones el año anterior.

CARSA. La firma que es dueña de la Red Megatone tuvo un año durísimo, que terminó con su concurso preventivo. Nada le pegó tanto como la suba de tasas. En su balance anual al 31 de agosto expresó que el año tuvo tres etapas bien marcadas. En la primera hubo "inflación baja", pero "altas tasas de interés" que mermaron su rentabilidad. En la segunda, de enero a mayo, se vio que la economía empeoraba y se cerraron sucursales; se pagaron \$50 millones entre penalizaciones por rescindir contratos de alquiler y amortizaciones aceleradas de refacciones. A eso se sumaron casi \$100 millones en indemnizaciones. La tercera etapa, de junio a agosto, fue la peor: "El índice de inflación se aceleró, las tasas se dispararon con una fuerte devaluación", se explica en el balance. Y se cita como un motivo para pedir el concurso preventivo la "volatilidad de la política monetaria y cambiaria que cerraron el acceso al financiamiento".

Dulcor. La productora de mermeladas perdió \$49 millones entre enero y septiembre, contra una ganancia de \$31 millones en 2017. La firma cordobesa expresó que la financiación para las pymes se tornó "muy difícil".

Havana. La empresa perdió \$26,5 millones en el tercer trimestre (julio-septiembre), contra \$2,7 millones en ese período de 2017. Sus costos financieros saltaron a \$47,7 millones, más de 10 veces que el año anterior, por la devaluación y la compra de su planta fabril, según el balance firmado por Cristian Colombo su CEO y ex jefe de Gabinete de Fernando de la Rúa.

Importadora y Exportadora de la Patagonia. La dueña de los supermercados La Anónima perdió en el tercer trimestre \$102 millones, contra \$19 millones en 2017. En la reseña que firma su presidente, Federico Braun, casi no realiza comentarios sobre el impacto de la coyuntura económica. En los últimos 12 meses cerró tres sucursales en Neuquén y abrió una más en la misma provincia. En la localidad de Añelo, que sirve de asiento a las operaciones por Vaca Muerta.

Newsan. La fabricante e importadora de televisores y artículos electrónicos, perdió \$113 millones en el tercer trimestre, contra una ganancia de \$165 millones en 2017. En el comentario de sus directivos se muestra optimismo y se dice que el Gobierno avanzará en reformas pendientes. Pero se vaticina que seguirá el "enfriamiento de la economía", por las altas tasas de interés y la perspectiva de menor actividad económica.

Por: [Martín Boerr](#)

ADEMÁS



Vanessa Clifford: "Hay muchas formas de generar ingresos para medios digitales"



La Nueva Argentina: Los desafíos que 2018 le dejará a un año electoral



Biodiésel: se vende menos de lo esperado



Cuatro huracanes del cambio y la tragedia de los comunes

¿Te gustó esta nota?



[Ver comentarios 0](#)