

Acuerdo rápido impulsa a firmas

Cuando surge un problema financiero, sugieren pagar deudas primero

POR ERÉNDIRA ESPINOSA

erendira.espinosa@nuevoscelstior.com.mx

Entre más prolongadas sean las negociaciones de una reestructuración financiera, los efectos negativos en las compañías involucradas son de mayor gravedad, advierten analistas.

Comercial Mexicana y Vitro negocian la reestructuración de sus pasivos desde octubre de 2008, firmas que llevan negociando más de 16 meses, que contrastan con los acuerdos logrados por otras compañías como Cemex, Gruma, Gissa y Codusa quienes ya dieron carpetazo a sus problemas financieros.

Tan sólo la Cómer, empresa que dirige Carlos González Zabalegui, tenía una deuda de 34 mil 505 millones de pesos, mientras que Vitro, que encabeza Hugo Lara, sumaba un pasivo total de 29 mil 792 millones de pesos, ambas cifras al cierre de septiembre de 2009.

Cantidades que estas compañías buscan pagar, pero adaptando las amortizaciones a su generación de flujo.

Al respecto Federico Hernández, socio de reestructuraciones

de KPMG México, advirtió que prolongar un proceso de reestructuración es perjudicial para las firmas y acreedores.

“El que las negociaciones se prolonguen es poco beneficioso, son procesos desgastantes para las compañías, absorben mucho tiempo, se requieren asesores y esto es costoso; para los bancos también, porque mientras no lleguen a acuerdos, éstos no cobran los préstamos ni sus intereses”, dijo Hernández.

En entrevista, señaló que un proceso de reestructuración largo aleja las energías de la compañía de la operación del negocio, de sus ventas y clientes, pues deben destinar recursos a su problema financiero.

Reconoció que no hay recetas mágicas para concluir una reestructuración con éxito, pues depende del tipo de compañía: “mientras más rápido se negocie es en beneficio de todas las partes, mientras más tardado, más distraída la administración de la compañía en la resolución del problema”.

Detalló que las empresas que requieren de una reestructuración, tienen que reconocer que su situación ha cambiado, “no hacerlo es prolongar la agonía, se genera incertidumbre sobre la empresa”.

En cuanto a las medidas que siguen las compañías para pagar sus pasivos, dijo que la venta de activos puede resultar lo menos recomendable.

34,505
MDP
es el pasivo
de Cómer



Foto: Mateo Reyes / Archivo

El director de mercadotecnia, Andrés Ehrlí, impulsó con ofertas a la Comercial Mexicana, después de caer en problemas con acreedores.