

What's News—

INTERNACIONAL

**L**a acción de Facebook cayó por primera vez por debajo de US\$30, 11 días después de su debut bursátil. El título de la red social cayó 9,6% y cerró en US\$28,84. La capitalización de Facebook llega a US\$79.000 millones, frente a US\$104.000 millones el día antes de salir a bolsa.

■ **Repsol**, petrolera española, anunció que reducirá su dividendo, en un intento por conservar efectivo tras la nacionalización de YPF, su filial argentina.

■ **Tata Motors**, automotriz india dueña de marcas de lujo como Jaguar y Land Rover, informó que su ganancia del cuarto trimestre fiscal llegó a US\$1.300 millones, lo que representa más que el doble en relación con el mismo período del año anterior, gracias al aumento de la demanda de sus marcas británicas, que compensaron las débiles ventas en India.

■ **La familia fundadora** de la casa francesa de artículos de lujo Hermès designó a un miembro de su sexta generación, Axel Dumas, para asumir la presidencia ejecutiva el próximo año. No se precisó la fecha exacta.

■ **Marubeni**, conglomerado japonés, anunció la adquisición de Gavilon, el tercer mayor operador de granos de Estados Unidos, por US\$3.600 millones sin incluir deuda, en una operación que lo convertirá en uno de los mayores actores del sector en el mundo.

■ **Los bancos** españoles Ibercaja, Liberbank y Caja3 acordaron fusionarse, en un esfuerzo de consolidación como consecuencia de la crisis que aqueja al país. Ibercaja contará con una participación de 46,5% en el nuevo banco, Liberbank de 45,5% y Caja3 de 8%.

■ **BP**, petrolera británica, indicó que llegó a un acuerdo con Libya National Oil para reanudar la exploración petrolífera y gasífera en el país africano. BP había declarado fuerza mayor en 2011, lo que significa que se había visto impedida de cumplir con el acuerdo por circunstancias imprevisibles.

■ **El banco** central de Portugal informó que los depósitos de los residentes aumentaron 7% en febrero, al tiempo que los no residentes redujeron sus tenencias en 16,3% en el mismo período.

REGIONAL

**B**G Group, productor británico de gas natural, anunció que acordó la venta de su participación en Comgas, el mayor distribuidor brasileño de gas, a Cosan, distribuidora de combustibles de Brasil, por US\$1.700 millones en efectivo.

■ **Repsol**, petrolera española, pondrá fin a sus operaciones en Cuba luego de no encontrar crudo en el proyecto de exploración que realizaba en altamar, según reportes.

■ **Hasta 25%** de la producción de naranja de Brasil podría perderse debido a una cosecha récord en medio de una caída de las exportaciones de jugo de naranja, del que el país es líder, dijo la Asociación Brasileña de Exportadores de Jugo.

■ **América Móvil**, empresa de telecomunicaciones de México, anunció que ofreció aumentar su participación en la firma holandesa de telefonía Royal KPN a cerca de 28%, a un costo de US\$3.300 millones. La firma, controlada por el magnate Carlos Slim, posee actualmente cerca de 4,8% en Royal KPN.

■ **Fondos** administrados por BTG Pactual, banco de inversión de Brasil, acordaron adquirir 40% del minorista Leader Participações por US\$333 millones, anunció el banco.

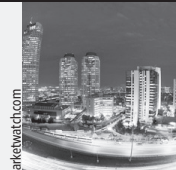
■ **FedEx**, empresa de envíos de EE.UU., acordó la compra de Rapidão Cometa, empresa de logística de Brasil, en el marco de su expansión en la región. Los términos no fueron revelados.

Envíe sus comentarios a: [americas@wsj.com](mailto:americas@wsj.com)

WSJAMERICAS.com

Los nuevos tigres: Economías pujantes y abiertas a la inversión como Polonia, Turquía, Colombia y Perú apuntan a convertirse en las nuevas estrellas económicas del mundo.

Artículo en [wsjamericas.com](http://wsjamericas.com)



Estatat china compra activos eléctricos en Brasil

POR PABLO DOMÍNGUEZ Y PRUDENCE HO

La empresa española Actividades de Construcción y Servicios SA venderá algunos de sus activos brasileños a la china State Grid Corp., en momentos en que Beijing continúa acaparando negocios de compañías europeas en problemas.

State Grid, operador estatal de redes eléctricas, confirmó el martes que compraría los activos de transmisión de electricidad en Brasil por 1.860 millones de reales (US\$938,2 millones), incluyendo deuda. Se trata de la segunda inversión de State Grid en Brasil y su cuarta adquisición de envergadura en el extranjero.

Además, el acuerdo es el más reciente de una serie de transacciones en las que una empresa europea busca deshacerse de activos en medio de los problemas que enfrenta el continente.

La posición financiera de ACS se ha debilitado debido a su deuda y el menguante valor de inversiones llevadas a cabo durante los años de bonanza en España. Florentino Pérez, presidente de ACS así como del club de fútbol Real Madrid, encabezó la expansión de la empresa cuando había abundante liquidez y la economía española estaba en auge gracias a una burbuja inmobiliaria que estalló hace unos cinco años.

Artículo completo en [wsjamericas.com](http://wsjamericas.com)

Las empresas de alimentos se adaptan a la crisis europea

POR JOHN REVILL

Los habitantes del sur de Europa, la región más afectada por la crisis de la zona euro, están cambiando sus hábitos de consumo haciendo que algunos conglomerados saquen a relucir las tácticas que aprendieron en los mercados emergentes.

Muchas empresas están lanzando versiones más pequeñas y baratas de sus productos más exitosos para los compradores de menores ingresos, tal y como venían haciendo en Asia y América Latina.

A lo largo del Sudeste Asiático, por ejemplo, Nestlé vende por un precio local equivalente a US\$0,10, sobrecitos de su té de limón Nestea y de su café instantáneo Nescafé 3 en 1. Ahora, el grupo suizo está lanzando productos y tamaños similares en algunas partes de Europa.

Una de las ofertas clave de Nestlé han sido los fideos instantáneos. Desarrollados en Asia y producidos en Ucrania, los fideos ahora se venden en Europa continental.

Unilever, a su vez, ha estado produciendo paquetes más pequeños y baratos de champú y otros productos para el hogar para los consumidores europeos, como los cubitos de caldo Knorr Económica, que cuestan 60% menos que los normales.

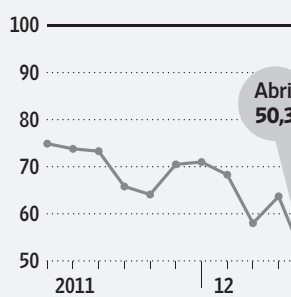
Unilever también está aumentando la producción de artículos con precios que no superan 1 euro o una libra esterlina, es decir entre US\$1,25 y US\$1,50, respectivamente.

“Ahora que, oficialmente, una de cada cinco personas está por debajo de la línea oficial de la pobreza en países como España o Grecia, es fundamental que encontremos nuevas soluciones para que la gente de la región siga disfrutando de nuestras marcas, mientras mantiene el control de sus presupuestos familiares”, dice Matt Close, director de marketing europeo de Unilever. El ejecutivo señala que la



Más cautos

La confianza del consumidor en España cayó aún más en abril



Nota: La confianza es medida en una escala de 0 a 200. Por debajo de 100 es considerada negativa. Fuente: CIS The Wall Street Journal

estrategia es vital para que Unilever reactive su crecimiento en Europa. Las ventas del conglomerado anglo-holandés apenas se expandieron 0,7% en la región el año pasado.

“Este año representará un gran desafío con algunas economías en recesión”, advierte Laurent Freixe, responsable de Europa para Nestlé. “Hay jóvenes desempleados, estudiantes, familias de padres solteros y gente que vive de una pensión. Es-

tas personas viven generalmente con menores ingresos y sus presupuestos son muy ajustados. Les podemos ofrecer opciones relevantes”, indica, en alusión a artículos más pequeños y a veces reformulados.

Nestlé contempla para este año aumentar la presencia de lo que llama “productos popularmente posicionados” (PPP) para defenderse de las marcas propias de los supermercados, hacia las cuales muchos consumidores gravitan en tiempos difíciles. Estos productos son a menudo más baratos puesto que vienen en porciones más pequeñas y usan recetas ligeramente distintas. Un ejemplo típico es un paquete con 25 dosis de Nescafé, que en Francia cuesta menos de 2 euros.

Nestlé señala que las ventas de PPP aumentaron el año pasado a más del doble desde 4% del negocio europeo en general, dice Freixe. “Esperamos que siga al mismo ritmo este año”, añadió el ejecutivo.

En medio de un complicado entorno económico, la popularidad de las marcas propias de los supermercados está creciendo a

medida que los clientes salen en busca de ofertas. La Asociación de Fabricantes de Marcas Propias espera obtener 1% adicional de participación de mercado este año. Los mayores incrementos se verían en España, Gran Bretaña y Europa del Este. Las marcas propias representan actualmente en torno a la mitad del volumen vendido en esos países, según la asociación.

Los supermercados también han tratado de atraer a las familias que buscan ahorrar. La cadena francesa Carrefour, por ejemplo, ha lanzado o relanzado más de mil productos desde septiembre.

Para los compradores, en tanto, la lealtad hacia una marca es cosa del pasado. “Esta crisis ha tenido un gran impacto y necesito gastar menos en el supermercado”, confiesa Adelina Encarnação Sousa Ponte Lima, una empleada de la limpieza de 50 años de Lisboa.

“Los impuestos han subido y los salarios han bajado. No sobra nada de dinero. Ahora mismo, no me importa la marca, compro lo más barato”.

—Patricia Kowmann contribuyó a este artículo

Los inversionistas prefieren la deuda brasileña

La consideran segura, pese a la caída de la bolsa

POR PRABHA NATARAJAN Y ERIN MCCARTHY

Los inversionistas se aferran a los bonos brasileños, a pesar de que se desprenden de activos de otros mercados emergentes.

Desde marzo, los inversionistas han sumado US\$18 millones a los fondos dedicados principalmente a deuda emitida por empresas brasileñas y agencias del gobierno, según EPFR Global, en momentos en que el real y la bolsa brasileña se han desplomado. Los fondos de renta variable de Brasil vieron una salida neta de US\$89 millones en el mismo período.

El mercado de bonos brasileño ofrece exposición al sostenido crecimiento interno del país y a un bajo nivel de deuda pública. Tales factores han ayudado a aislar a los inversionistas en renta fija de la crisis europea y la desaceleración de China, los dos principales motores de la reciente ola de ventas en los mercados emergentes. Los bonos denominados en dólares han sido inmunes a la reciente volatilidad del real.

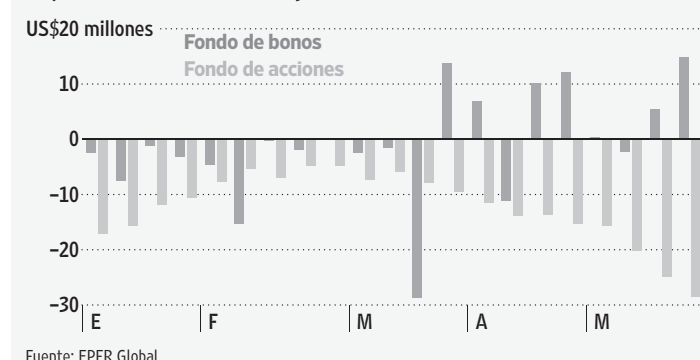
“Brasil sigue siendo un lugar de oportunidades”, opina Keith Brakebill, director de cartera de Russell Investments, una firma de valores de Seattle que administra unos US\$141.000 millones en activos.

Brakebill vendió el real brasileño y bonos denominados en la moneda a principios de año. Sin embargo, compró bonos emitidos por empresas brasileñas en otras monedas. Su lógica es que la capacidad de las empresas para pagar

¿Inmune al riesgo?

La deuda brasileña sigue atrayendo a los inversionistas a pesar de la caída de las acciones y del real.

Flujos semanales de los bonos y fondos de acciones concentrados en Brasil



Fuente: EPFR Global

¿Cuántos dólares compra un real?



Fuente: ICAP

deuda no se verá afectada por la inestabilidad del real o los recientes recortes de las tasas de interés. Muchos inversionistas han comprado bonos soberanos brasileños y bonos de empresas emitidos en dólares y euros. El bono soberano en dólares que vence en 2021 tiene un rendimiento de 3,08%, por debajo del 3,499% de comienzos de este año, lo que es sinónimo de un fortalecimiento de la demanda.

Brasil, sin embargo, todavía enfrenta fuertes vientos en contra. El país ha visto este mes la mayor salida de inversión extranjera desde la crisis financiera de 2008. Según los últimos datos del banco central hasta el 18 de mayo se habían retirado US\$5.200 millones. El real y el principal índice bursátil del país han caído 20% desde marzo, cuando el gobierno comenzó a aplicar un impuesto de 6% sobre la nueva inversión extranjera y el banco central realizó un recorte de las tasas de interés más grande de lo previsto.

Algunos inversionistas están preocupados por la desaceleración del crecimiento de Brasil y una economía que sigue siendo obstaculizada por la carencia de

infraestructura adecuada.

El uso de políticas no convencionales para apuntalar el crecimiento por parte del banco central es otra amenaza, ya que podría conducir a una alta inflación, dice Michael Mata, gestor de ING Global Bond Fund, que administra unos US\$734 millones. Se prevé una inflación de 5,1% para este año y de 5,75% para 2013, muy por encima de la meta de 4,5%. “Los años de fácil crecimiento quedaron atrás para Brasil”, sostiene Mata, quien ha invertido en bonos brasileños de muy corto plazo ante los temores de presiones inflacionarias.

De todos modos, las inversiones en la deuda brasileña están todavía muy lejos de su máximo del año pasado, cuando se vertieron US\$88,5 millones en fondos de renta fija en una sola semana en mayo, según EPFR.

“El dinero que ya está se queda, pero es difícil encontrar nuevo dinero en camino”, opina Alexandre Aoude, jefe global de renta fija de Banco Itaú.

En lugar de replegarse, algunos inversionistas están tomando medidas adicionales para proteger sus posiciones. Algunos ha-

cen apuestas que se beneficiarían si la moneda se debilita más. Otros compran bonos indexados a la inflación.

La deuda soberana denominada en reales que se vende exclusivamente a inversionistas foráneos —y no está sujeta a los impuestos sobre la inversión extranjera— también se ha transformado en una alternativa popular. Brasil colocó 3.000 millones de reales (unos US\$1.502 millones) en bonos con vencimiento en 2024 a una tasa de 8,6%. Los bonos se negocian en la actualidad a 7,5%. “Esa es la manera más fácil para negociar Brasil sin pagar el impuesto”, reconoce Lars Nielsen, gestor de cartera de Global Evolution, un fondo de cobertura danés.

El gobierno brasileño ha canalizado deliberadamente la inversión extranjera hacia el mercado de bonos, según algunos inversionistas. Brasil necesita los fondos para financiar la construcción de carreteras, estadios y otras obras de infraestructura para la Copa del Mundo de 2014 y los Juegos Olímpicos de 2016. El gobierno ha excluido bonos de infraestructura de los tributos al capital foráneo.