

Alea crece y crece. ¿Por qué al mercado no le gusta?

Sus acciones han caído cerca del 30% en los últimos dos meses y medio. El anuncio de la compra de Vips España intensificó un retroceso que ya venía desde agosto, cuando casi tocó su máximo histórico.

noviembre 21, 2018 05:08 AM

Rosalía Lara

Alea continúa su expansión por el mundo, pero a los analistas y a los inversionistas no les gusta que la empresa se endeude para crecer.

El 31 de octubre, la operadora de restaurantes anunció la compra de Grupo Vips en España por alrededor de 500 millones de euros (alrededor de 11,620 millones de pesos). La operación convierte a Alea en el principal operador de restaurantes en el mercado ibérico. Además, en su guía para 2019, acaba de dar a conocer que planea invertir cerca de 5,000 millones de pesos (244 millones de dólares) para dar continuidad a su proyecto de expansión, que incluye la administración de la marca Starbucks en Francia, Bélgica, Holanda y Luxemburgo. La empresa pretende llevar a cabo entre 280 y 300 aperturas en todos los mercados donde opera.

Pese a todo esto, el precio de sus acciones ha ido a la baja.

Desde que se realizó el anuncio, el valor de las acciones de Alea en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) acumula una caída de más de 6%. Y las calificadoras HR Ratings y Fitch Ratings pusieron la calificación de la empresa de Alberto Torrado en observación negativa.

HR Ratings prevé que la adquisición sea financiada con deuda a largo plazo, por lo que el cambio de la observación en la calificación de la empresa “se debe a las presiones esperadas en las métricas de deuda tras el anuncio (de la compra de Grupo Vips)”, indicó en un comunicado.

Su nivel de deuda total como proporción de su flujo operativo (Ebitda) podría llegar a ser de 4 veces, desde el 2.8 veces actual, según estimaciones de Rogelio González, analista de Fitch Ratings. Esta agencia señaló que, de mantenerse los niveles de endeudamiento proyectados, “es altamente probable que baje la calificación de Alea”.

Esto ocurre además en un momento en el que los títulos de la empresa en Bolsa ya venían cayendo. Alea comenzó una racha negativa desde finales de agosto, cuando cotizaba en 69.5 pesos por acción, un nivel cercano a su máximo histórico de 72.7 pesos, registrado en junio de 2016. Pero desde entonces, acumula una caída de 30%, a 48.7 pesos, un precio no visto desde julio de 2015.

“La preocupación del crecimiento económico en México, la depreciación de la moneda y la hiperinflación en Argentina, además de las dos adquisiciones que están por cerrar, y que van a incrementar la deuda de manera importante, tienen al mercado nervioso”, comentó Carlos Hermosillo, analista de Actinver.

Alea opera 14 marcas de restaurantes y cafeterías como Starbucks, Domino’s Pizza, Burger King y Vips, entre otras, en siete países. Al cierre del tercer trimestre contaba con 3,588 unidades.

En su historia, la empresa ya ha tomado decisiones en el pasado que el mercado consideró arriesgadas, y que dieron buenos frutos. Mediante numerosas alianzas y adquisiciones, como la de Vips en México, en 10 años, los ingresos de Alea se han multiplicado por 6.5 veces, al pasar de 6,985 millones de pesos en 2007 a 45,529 mdp en 2017; mientras que su Ebitda (flujo operativo) ha aumentado 5.6 veces, a 6,466 mdp.

“Creo que, estratégicamente, la empresa está haciendo bien las cosas, y operativamente los resultados son muy sólidos, pero el ambiente no ayuda”, agregó Hermosillo.

Sus decisiones recientes, aunque le han perjudicado en el corto plazo en el mercado, a la larga serán benéficos para la empresa, comentó Erick Medina, analista de Intercam Casa de Bolsa. “La operación de Starbucks en Europa representa un reto importante para la emisora, pero creemos que se encuentra bien posicionada y cuenta con la experiencia

necesaria para cosechar los beneficios de su próxima expansión europea, la cual proveerá una mayor diversificación geográfica a sus ingresos consolidados”.

Alsea es optimista. En su reunión con inversionistas, la operadora de restaurantes presentó sus estimados para 2019, en los que espera que su margen de ganancia se reduzca, pero estima que sus ingresos crezcan por arriba de 30% y que su Ebitda tenga un crecimiento de alrededor de 25%.

Valentín Mendoza, analista de Banorte, indicó que en la reunión la empresa reconoció algunos riesgos que podrían impactar sus resultados, como un alza del salario mínimo y los precios de los energéticos en México, junto a la crisis en Argentina y la posibilidad de que no entre en vigor pronto el T-MEC, lo que “presionaría el costo de ventas debido a los aranceles impuestos a algunos insumos importados desde Estados Unidos”.