

THE WALL STREET JOURNAL AMERICAS.

© 2008 Dow Jones & Company, Inc. Reservados todos los derechos.

DOW JONES
UNA EMPRESA DE NEWS CORPORATION

JUEVES, 24 DE ABRIL, 2008

WSJ.COM/AMERICAS

What's News—

INTERNACIONAL

Boeing reportó un salto de 38% en sus ganancias netas del primer trimestre en comparación con el mismo lapso de 2007, a US\$1.210 millones. El fabricante estadounidense de aviones se vio beneficiado por su división de aeronaves comerciales y, según su presidente ejecutivo Jim McNerney, logró capear la desaceleración estadounidense porque el país representa sólo el 11% de los nuevos pedidos.

Liberty Mutual, aseguradora estadounidense, acordó adquirir a Safeco, firma de seguros para empresas, en una transacción valorada en US\$6.200 millones.

GM reportó una contracción de 0,6% en las ventas globales del primer trimestre, a 2,25 millones de unidades, afectada por la debilidad del mercado estadounidense. La japonesa Toyota, a su vez, terminó el periodo con un alza de 2,7% en sus ventas, a 2,41 millones de vehículos.

Volkswagen registró utilidades de US\$1.480 millones en el primer trimestre, un aumento de 26% respecto al mismo lapso del año anterior. La automotriz alemana se benefició de la alta demanda en mercados emergentes como Brasil y China.

Silvio Berlusconi se comprometió a encontrar un nuevo comprador para Alitalia, pero advirtió que no podrá evitar “dolorosos despidos” en la alicaída empresa aérea. El primer ministro italiano afirmó que un grupo de inversionistas locales lanzaría una oferta por Alitalia “en las próximas cinco semanas”.

Amazon cerró el primer trimestre con ganancias netas de US\$143 millones, 29% más que en igual período de 2007. Los ingresos del minorista estadounidense de Internet, impulsados por el cambio favorable del dólar y sus agresivas tácticas de fijación de precios, quedaron en US\$4.140 millones, un alza de 37% frente a un año antes.

UBS anunció planes para reducir el tamaño de su división de banca de inversión para concentrarse en su lucrativo brazo de banca privada. Además, considera cambiar la forma en la que su consejo administrativo opera para reforzar su gestión de riesgo. Con las medidas, el banco suizo espera apaciguar los ánimos de algunos accionistas que habían pedido una reforma de sus operaciones.

Apple adquirió a P.A. Semi, un pequeño fabricante de microprocesadores, en un acuerdo valorado por algunas fuentes en US\$268 millones. La empresa también anunció un aumento en sus ganancias de 36%, a US\$1.050 millones, en su segundo trimestre fiscal, terminado el 29 de marzo.

Jeff Immelt, presidente de GE, aseguró durante la asamblea general de accionistas de la empresa que mereció las “fuerzas críticas” que recibió después que el conglomerado anunciara una caída de 5,8% en las ganancias del primer trimestre, a US\$4.300 millones. El ejecutivo indicó que la empresa va por buen camino y anunció que acelerará la campaña de recortes de costos.

REGIONAL

Telmex prevé completar la rescisión y salida a bolsa de su división internacional en junio, informó su director financiero, Adolfo Cerezo. La empresa líder de telefonía fija en México sufrió una caída de 26,7% en las ganancias netas de su operación local en el primer trimestre, a unos US\$530 millones. Las utilidades de Telmex Internacional subieron 3,7% a US\$184 millones.

Éxito, la mayor cadena minorista de Colombia, terminó el primer trimestre con utilidades de US\$11 millones, 16% menos que en el mismo lapso de 2007. Su presidente ejecutivo, Gonzalo Restrepo, dijo que las ventas han caído debido al incremento en las tasas de interés locales.

El ministro de Economía de Perú, Luis Carranza, dijo que el país crecerá 8,1% en el primer semestre pero apenas 5,9% en la segunda mitad del año, debido a la desaceleración de EE.UU.

OGX, petrolera brasileña, informó a las autoridades de mercado que planea debutar en la Bolsa de São Paulo. La empresa no reveló detalles financieros o el cronograma de venta de las acciones.

TV Azteca, la segunda cadena de TV de México, reportó una pérdida neta de US\$59,7 millones en el primer trimestre, frente a una ganancia de US\$17 millones en el mismo lapso de 2007. La empresa atribuyó el resultado a un incremento de impuestos y gastos.

Crystalsev, ingeniero azucarero brasileño, anunció la creación de una empresa conjunta con la tecnológica californiana Amyris para producir biodiesel de segunda generación a partir de caña de azúcar. El combustible es más barato y más fácil de transportar.

Envíe sus comentarios a:
americas@wsj.com

Pese a su recuperación, Ford evalúa reducir aún más costos y poner en venta Volvo

POR MIKE SPECTOR

DEARBORN, EE.UU.—Ford Motor Co., considerada durante mucho tiempo la automotriz más enferma de las tres grandes de Detroit (las otra son General Motors Corp. y Chrysler LLC), muestra asombrosos signos de recuperación.

Cuando el presidente ejecutivo, Alan Mulally, asumió el cargo en 2006, Ford caía en picada hacia la peor pérdida anual (US\$12.600 millones) de sus 105 años de historia. La frágil economía estadounidense del momento y los altos precios de la gasolina socavaban las ventas.

En el último año, Mulally, un ex ejecutivo de Boeing Co. sin experiencia en la industria automotriz, ha mejorado las ganancias trimestre tras trimestre. En 2007, Ford sorprendió a la industria al reportar US\$400 millones en flujo de caja operativo positivo, algo que a General Motors y Chrysler les ha costado mucho igualar.

Al mismo tiempo, las calificaciones de calidad de los vehículos Ford han mejorado (una tendencia que empezó antes de la llegada de Mulally) y ahora se acercan a los notables niveles de Toyota Motor Corp. Eso recortó el año pasado US\$1.000 millones de los costos de garantía de Ford.

La firma no ha terminado aún de recortar costos. De acuerdo con gente cercana, Mulally quiere vender Volvo, a pesar de que Ford ha insistido públicamente en que pretende mantener la marca. Asimismo, espera cerrar la alicaída marca Mercury. También podrían verse más recortes de empleo. La oferta más reciente de retiros voluntarios de Ford sólo atrajo a unos 4.000 trabajadores, alrededor de la mitad de los deseados, según una fuente cercana. Es probable que Mulally ofrezca otra ronda, pero después podría recurrir a los despidos, dicen estas fuentes.

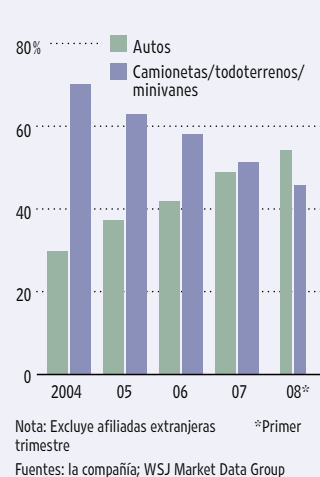
“Claramente, tenemos muchos mecanismos para seguir eliminando costos fijos”, dice Mulally. El ejecutivo se negó a hacer comentarios sobre la posible venta de Volvo y aseguró que Ford está comprometido con la marca Mercury.

Los resultados trimestrales de Ford, que se anunciarán hoy, ofrecerán claves sobre si Mulally podrá cumplir su promesa de volver a la rentabilidad para 2009, una meta que hace un año muchos creían improbable. Los analistas esperan que Ford reporte pérdidas de

¿A buena velocidad?

Las acciones de Ford han subido 34% este mes. Hoy, la empresa reportará sus resultados del primer trimestre de 2008.

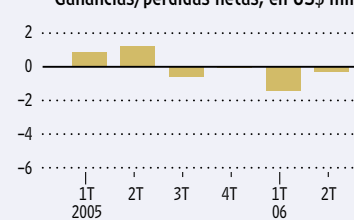
Partición de ventas de Ford en EE.UU.



Cierre diario de la acción al martes, en US\$



Ganancias/pérdidas netas, en US\$ miles de millones



US\$0,15 por acción, de acuerdo con Thomson Financial, igual que un año antes. Ejecutivos de Ford han dicho en varias ocasiones que su meta es continuar mejorando sus ganancias.

Al igual que GM y Chrysler, Ford ha recortado costos a gran y pequeña escala. En los dos últimos años, ha eliminado más de 46.000 empleos en América del Norte, alrededor de un tercio de su fuerza laboral. Asimismo, ha reducido significativamente la personalización de los vehículos, lo que elevaba mucho los costos. Por ejemplo, hasta hace poco, su modelo Lincoln Navigator ofrecía 128 opciones sólo en la consola.

A diferencia de Chrysler y GM, Ford ha recortado con rapidez la cantidad de sus marcas, para poder concentrarse en su línea principal. Mulally se deshizo de Aston Martin, Jaguar y Land Rover (adquiridas en las dos últimas décadas) para canalizar las inversiones hacia Ford y acelerar la producción de nuevos autos pequeños, cuyas ventas están en auge. Deshacerse de Volvo y Mercury podría dejar a Ford con sólo dos líneas, Ford y Lincoln, además de una participación controladora en Mazda Motor Corp. En comparación, GM mantendrá sus ocho marcas. Chrysler, una automotriz mucho más pequeña, aún está decidiendo cómo posicionar sus tres marcas.

“Este es un clásico ejemplo de cómo uno puede hacerse chico para crecer”, dice Peter Nesvold, analista de Bear Stearns. Mulally “está tomando muchas

decisiones difíciles durante un período bajo, lo cual debería beneficiar a la compañía cuando entre en un ciclo de recuperación”.

Obstáculos laborales

Aun así, la reestructuración de Ford podría perder fuerza. Los crecientes precios de los combustibles, los problemas de los mercados de deuda en Wall Street y la caída del mercado inmobiliario de EE.UU. están perjudicando las ventas de automóviles. Este año, las ventas anuales podrían alcanzar su nivel más bajo en más de una década, según J.D. Power & Associates.

Pese a que ahora a la automotriz le está yendo bien con su todoterreno pequeño Edge, el sedán Fusion y el compacto Focus, los compradores de autos pueden ser inconstantes. Además, Ford sigue necesitando la cooperación de United Auto Workers (el sindicato de trabajadores de la industria automotriz en EE.UU.) para reemplazar a los empleados con mayor tiempo en la empresa.

Sin embargo, Mulally, de 62 años, ha logrado mejorar los resultados de Ford durante la peor caída de ventas automovilísticas en EE.UU. en más de una década. Además, se ha apartado de la producción de camiones y todoterrenos devoradores de combustible. En 2004, 70% de las ventas de la firma dependían de las camionetas grandes y los todoterrenos; en marzo, el número bajó al 43%.

Mulally llegó a Ford tras marcharse del fabricante estadounidense de aviones Boeing, donde había pasado toda su carrera. Boeing lo pasó por alto dos veces para el puesto de presidente ejecutivo pese a su trabajo para rehabilitar la aquejada unidad de aviones comerciales, tras tomar prestadas ideas de eficiencia de Toyota.

Cuando llegó al puesto, el nuevo líder vio claramente cuál era uno de los grandes problemas de la compañía. Ford, al igual que GM y Chrysler, había generado muchas ganancias con las camionetas y todoterrenos durante la década de los 90, pero había cedido terreno a la competencia japonesa en el sector de autos pequeños. Ford sólo tenía un auto compacto, el Focus, mientras que Toyota tenía seis. Asimismo, Mulally se sorprendió al descubrir que las diferentes regiones globales de Ford operaban de forma independiente.

Mulally aceleró la reestructuración, reduciendo, entre otras cosas, las ventas por volumen con bajos márgenes de ganancia a empresas de alquiler de autos. La decisión fue arriesgada y la participación de mercado de Ford cayó a menos de 15%. Por primera vez, Toyota superó a Ford como segunda automotriz en EE.UU. por ventas, detrás de GM. Mulally quería que la participación de mercado de Ford llegara a su “nivel natural”, el volumen en el que los autos se venden sin grandes descuentos. El objetivo es “volver a la rentabilidad”, afirma.

Los planes del jefe de Pfizer para sobrevivir sin Lipitor

El primer año y medio de Kindler al frente de la farmacéutica ha estado lleno de problemas, pero él es optimista

POR AVERY JOHNSON

Jeffrey Kindler tenía muy poca experiencia en la industria farmacéutica cuando hace 21 meses asumió el mando de Pfizer Inc. Luego de ser nombrado se comprometió a darle un vuelco a la compañía, cuya junta directiva e inversionistas clamaban por un cambio ante una caída de 50% en la acción de la empresa.

Pero una plétora de problemas ha dificultado la recuperación. El medicamento más prometedor de Pfizer, el torcetrapib, fracasó en la etapa final de pruebas clínicas, eliminando una potencial fuente de ingresos para compensar la expiración en Estados

Unidos de la patente exclusiva de Lipitor, su exitosa medicina anticolesterol. La patente vence en 2010. Las débiles ventas del inhalador de insulina Exubera forzaron al ejecutivo a retirarlo del mercado.

Kindler ha tratado de ganarse el apoyo de los accionistas con recortes de costos agresivos, un nuevo equipo gerencial y un énfasis en la cadena de producción de drogas contra el cáncer, pero los inversionistas quieren nuevos productos exitosos e iniciativas más audaces. El presidente ejecutivo habló con THE WALL STREET JOURNAL antes de la reunión anual de accionistas de la empresa, programada para hoy:

WSJ: ¿Qué va a decirles a los accionistas para que se entusiasmen con su estrategia?

Kindler: Tenemos un plan muy claro para posicionarnos y continuar siendo una empresa fuerte, rentable y en crecimiento después de la pérdida de la exclusividad de Lipitor. Claramente, el año en el que perdimos a Lipitor, va a ser un evento importante. Es el producto farmacéutico más exitoso de la historia. Pero estamos creando e implementando estrategias que, en el período siguientes, generarán crecimiento en nuestros ingresos y nuestras ganancias.

WSJ: Wall Street está impaciente por ver los resultados. ¿Es muy pronto para exigirlos?

Kindler: Uno tiene que sentar cimientos fuertes antes de hacer cualquier cosa. Creo que sería tonto intentar lograr muchas cosas antes de tener la capacidad de hacerlas [...] Creo que estamos haciendo eso. Uno tiene que tener el equipo de liderazgo correcto, la estructura correcta y la cultura correcta y hemos hecho un progreso enorme en ello.



Immel Roldán

WSJ: Varios incidentes han arrojado dudas sobre la integridad de las pruebas clínicas de su industria. ¿Cómo maneja un ataque a algo tan fundamental para la reputación del sector?

Kindler: Es importante para la industria comunicarse con integridad y hacer todo lo posible para asegurar la integridad de las cifras y los datos científicos. Debido a que no soy médico ni científico, nombré a un director médico que reporta directamente a mí y cuyo trabajo es concentrarse en la seguridad del paciente y la integridad de los datos, ya sea en nuestras pruebas clínicas o en los productos que vendemos. Eso es algo a lo que le damos prioridad todo el tiempo.

WSJ: ¿Le han sorprendido las dificultades que ha enfrentado?

Kindler: Lo que sucedió con torcetrapib y Exubera no estaba en los planes. Quedó claro que la industria estaba cambiando a una velocidad mayor de la esperada.

WSJ: ¿Estos imprevistos han afectado sus planes de transformación?

Kindler: No. Tomemos a Exubera como ejemplo. Creo que el hecho de que adoptamos una medida clara y concreta de terminar con la venta de ese medicamento muestra que la nueva Pfizer actúa con decisión. [...] ¿Habría preferido que Exubera fuera un producto exitoso? Por supuesto, pero no todo funciona en esta industria. Por naturaleza es riesgosa y aquí la clave es entender cuándo es hora de seguir adelante, porque se nos ha confiado el capital de nuestros dueños y ellos no quieren que lo malgastemos.

(En la siguiente página, encuentre un artículo sobre los problemas de su rival GlaxoSmithKline)

La FED podría hacer una pausa en sus recortes

POR GREG IP

WASHINGTON—La Reserva Federal de Estados Unidos probablemente recortará la próxima semana sus tasas de interés un cuarto de punto porcentual. Pero hay signos de que la seguidilla de recortes estaría llegando a su fin.

Los directivos de la FED, que se reunirán el martes y miércoles próximos, también podrían considerar dejar las tasas intactas, dado el persistente temor a la inflación y la magnitud de los cortes y otras medidas que la FED ha implementado para restablecer la confianza de los mercados de crédito.

Si la FED opta por recortar la tasa de referencia, actualmente en 2,25%, podría usar el texto que acompaña el anuncio para sugerir que quiere hacer una pausa en los cortes, para evaluar el impacto acumulado de las reducciones —tres puntos porcentuales desde agosto— en la economía. Pero es improbable que el comunicado anule la posibilidad

de nuevas rebajas de tasas. La FED hizo eso mismo en octubre, al decir que el debilitamiento de la economía de EE.UU. y la inflación eran motivos de inquietud por igual, un diagnóstico que ya entonces parecía cuestionable. Tras unas semanas, el deterioro en las condiciones del mercado forzó a la FED a sugerir una reanudación de los recortes.

“No pueden dar una señal totalmente clara, pero pueden decir que hay una presunción en favor de una pausa” en las rebajas, dice Laurence Meyer, ex gobernador de la FED y que hoy trabaja en la empresa de pronósticos económicos Macroeconomic Advisers.

Por primera vez en meses, el panorama económico que deben enfrentar los directivos de la FED se ha mantenido casi invariable desde la reunión previa, el 18 de marzo. La economía de EE.UU. posiblemente está en recesión y, aunque la inflación es alta, la nivelación de los precios de las materias primas y el aumento del desempleo deberían reducirla.

Directivos de la FED admiten que algunos componentes clave de los mercados financieros han mejorado desde marzo. Las tasas de interés para las hipotecas de largo plazo han caído desde sus máximos de febrero, gracias, en parte, a los préstamos subsidiados de la FED a los bancos y las compañías de Wall Street, de los que a su vez acepta activos ligados a hipotecas como garantía. Pero, a esos mismos funcionarios también les preocupa que los restrictivos estándares de crédito adoptados por muchos bancos influyan negativamente en la economía.

El vicepresidente de la FED, Donald Kohn, dijo hace poco que estas condiciones de crédito más restrictivas son “necesarias”, pero que “acentúan los riesgos de enfriamiento económico en general... En algunos sectores... probablemente están yendo más lejos de lo necesario”.

Otra amenaza es el incremento en los precios del crudo, que podrían restarle medio punto porcentual al crecimiento económico en el año entrante.