

## What's News—

INTERNACIONAL

**C**ABLEVISION, operadora estadounidense de televisión por cable, lanzó una oferta de US\$16.500 millones en efectivo para adquirir a su rival Adelphia. Time Warner y Comcast, las dos mayores empresas del sector en EE.UU., también participan en la subasta con una oferta combinada de US\$17.600 millones.

\* \* \*

■ **Nueve ex ejecutivos** de Parmalat, entre ellos tres directores generales de finanzas, solicitaron a un juez de Milán un acuerdo con la fiscalía, en busca de sentencias reducidas de un máximo de dos años y medio por su participación en el escándalo contable que golpeó a la italiana de lácteos.

\* \* \*

■ **Telefónica Móviles**, operadora de celulares de la española Telefónica, dijo que invertirá US\$96 millones para unificar su imagen bajo la marca Movistar en 12 países latinoamericanos y España. El cambio no se aplica a sus marcas Vivo, en Brasil, y Méditel, en Marruecos, de las que es socia pero no controladora.

\* \* \*

■ **Los mercados** de petróleo están en su peor período de presión en décadas, pero los altos precios del crudo aplacarán, al final, la demanda e impulsarán los suministros mundiales, dijo en una conferencia del sector Alan Greenspan, presidente de la Fed, banco central estadounidense.

■ **Cinco empresas** de tecnología, entre ellas IBM, Nokia y Oracle, propusieron intervenir contra Microsoft en el recurso de apelación que la fabricante de software adelanta ante la Comisión Europea. Microsoft ha sido acusada por los reguladores europeos de abusar de su posición dominante en el mercado de PC.

\* \* \*

■ **Autoridades federales** de EE.UU. dictarán una nueva norma que obliga a las automotrices a insertar sensores individuales para el control de la presión de cada neumático en todos los modelos de autos y vehículos utilitarios fabricados a partir de 2008. La medida busca prevenir fallas en los neumáticos que puedan provocar volcaduras.

\* \* \*

■ **Fujitsu**, fabricante de electrónicos de Japón, lanzó Primequest, una nueva línea de servidores que utilizan chips Itanium, de Intel. Serán decisivos para la batalla entre Fujitsu, IBM y otras fabricantes por el liderazgo en el sector de computadoras de alta capacidad.

\* \* \*

■ **El FMI** advirtió que el creciente mercado de derivados y otros instrumentos complejos de valores podrían sufrir una venta general "desordenada" si las condiciones del mercado se tornan negativas. Aparte de esa preocupación, el informe del FMI sobre la estabilidad financiera mundial fue optimista.

## REGIONAL

**C**CHEVRONTEXACO considera invertir entre US\$5.000 millones y US\$6.000 millones en un proyecto de crudo pesado en la región del Orinoco en Venezuela, dijo Ali Moshimi, director de proyectos en Latinoamérica para la empresa estadounidense.

\* \* \*

■ **Alfa**, conglomerado mexicano, aplazó la conclusión de la escisión de su siderúrgica Hylsamex y declaró que puede, en cambio, venderla, aprovechando el interés reciente de grupos internacionales por la firma.

\* \* \*

■ **La actividad económica** en Chile creció el 5,6% en febrero sobre una base anualizada, según informes del banco central. Los economistas esperaban un alza de hasta un 6,5%.

■ **El gobierno de México** espera que sus 16 puertos marítimos reciban alrededor de US\$660 millones en inversiones este año. La mayor parte saldría del sector privado.

\* \* \*

■ **Costa Rica** empezó un proyecto para ampliar en un 57% el número de líneas celulares existentes en el país. Serán instaladas 600.000 nuevas líneas, informó el ICE, entidad estatal responsable de la energía y telecomunicaciones.

\* \* \*

■ **Perú** produjo un total de 3,4 millones de barriles de crudo en marzo, un alza del 30,8% frente a un año antes, dijo Perupetro. Eso gracias al inicio de operaciones de un nuevo bloque del proyecto Camisea.

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

# Pfizer anuncia profunda reestructuración para reducir US\$4.000 millones en costos

POR SCOTT HENSLEY Y HEATHER WON TESORIERO  
THE WALL STREET JOURNAL

En lo que constituye un reconocimiento de que su crecimiento este año se está estancando, Pfizer Inc. anunció ayer una reestructuración significativa y recortes de costos equivalentes a unos US\$4.000 millones, el doble de lo que esperaban algunos analistas.

Pfizer, la principal farmacéutica del mundo, ha tenido problemas este año con asuntos de seguridad y los vencimientos de patentes que ya han aquejado a otros laboratorios.

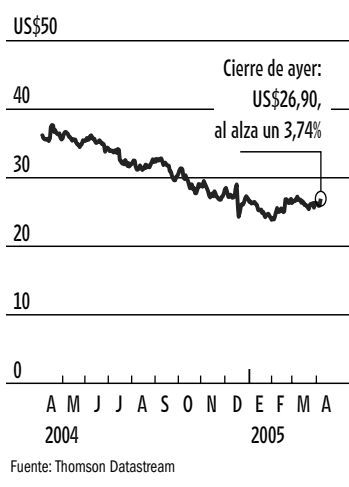
Pfizer señaló que sus ganancias netas para este año bordearán los US\$8.600 millones, US\$1,16 por acción. El año pasado, la compañía arrojó utilidades por US\$11.400 millones, US\$1,49 la acción.

Pfizer está emprendiendo un ambicioso programa de reestructuración y recortes de costos que abarca desde las fábricas donde se producen los fármacos a sus ejércitos de representantes de ventas que llaman a los médicos. Pfizer dijo que los cambios le permitirán volver a registrar un crecimiento de dos dígitos en sus ganancias en 2006.

Al igual que el resto de la industria farmacéutica, Pfizer ha sentido la presión sobre sus precios en

## Curándose

Cierre diario de la acción de Pfizer



Fuente: Thomson Datastream

medio de una oleada sin precedentes de vencimientos de patentes de fármacos.

Al anunciar sus planes de reestructuración, los ejecutivos de Pfizer dejaron claro que la compañía tiene un arduo camino por delante antes de que se pueda considerar otra vez una acción de alto crecimiento. Sin embargo, los inversionistas reaccionaron con un entusiasmo moderado. La acción de la farmacéutica subió ayer un 3,7%

# Pernod gestiona la compra de Allied Domecq

Podría ser la fase final del proceso de consolidación del sector licorero global

POR DEBORAH BALL Y JASON SINGER  
THE WALL STREET JOURNAL

La propuesta de Pernod Ricard SA para adquirir Allied Domecq PLC es la más reciente jugada de una compañía controlada por una familia que empezó produciendo el licor *pastis* en el sur de Francia y que podría convertirse en un importante competidor del gigante mundial de licores Diageo PLC.

Las empresas aún no han acordado un precio, pero los analistas estiman que la transacción podría ascender a 7.000 millones de libras esterlinas, unos US\$13.000 millones.

Pernod Ricard, entre cuyas marcas figuran el whisky Chivas Regal y el coñac Martell, anunció ayer que está considerando la adquisición de Allied Domecq, fabricante de la ginebra Beefeater y el vodka Stolichnaya. Pernod agregó que está trabajando en estrecha colaboración con Fortune Brands Inc., propietaria del *bourbon* Jim Beam, en una posible oferta.

Pernod compite mano a mano con Allied por el segundo puesto en el negocio mundial de licores, pero en términos de ventas, cada uno de ellos sólo representa un cuarto de las ventas de Diageo. Patrick Ricard, presidente ejecutivo de Pernod Ricard, no ha ocultado su ambición

de enfrentarse a Diageo. A su vez, Fortune ocupa décimo quinto lugar en ventas mundiales, según cifras de Impact Databank.

La unión de Pernod y Allied presentaría muy poca duplicación de presencias. Geográficamente, Allied es la número 2 en Estados Unidos, con menos de la mitad del mercado que controla Diageo, y Pernod es la número 6. Pernod, a su vez, es fuerte en Asia, donde Allied tiene una presencia más esporádica. La cartera de productos tiene también pocas duplicaciones, siendo el coñac la excepción más importante.

Si la adquisición se concreta, se espera que Pernod se quede con la mayor parte de Allied, al tiempo que Fortune obtendría una parte más pequeña de la compañía con sede en Bristol, Inglaterra. De esta manera, Pernod contaría con una cartera de marcas reconocidas que le darían el peso necesario para mantenerse al corriente de los cambios que Diageo ha impulsado en el mercado mundial de licores en los últimos años.

Fuentes cercanas dicen que el precio podría hacer fracasar este arreglo. Los ejecutivos de Allied están presionando para recibir una oferta que incluya la mayor cantidad de efectivo posible, teniendo en cuenta que los accionistas británicos podrían protestar al recibir acciones francesas (Pernod cotiza en París).

Las acciones de Allied subieron un 18% ayer en Londres, donde se cotizaban a 633 peniques, lo que valora la compañía en unos 7.000 millones de libras esterlinas, cerca de

para cerrar a US\$26,90 en la Bolsa de Nueva York.

Pfizer dijo a los inversionistas que los ingresos de este año quedarán "sustancialmente sin variación" con respecto a los US\$52.500 millones de 2004.

Pero los márgenes serán peores, en gran parte debido a una menor utilización de las fábricas causada por un declive de las ventas de los medicamentos contra la artritis Celebrex (valdecoxib) y Bextra (celecoxib), además de Neurontin.

El plan de reducción de costos de la compañía, parte de una amplia reestructuración que apunta a aumentar la eficiencia, dependerá de políticas de compras más estrictas, una mayor eficiencia de los sistemas de información, la clausura de fábricas y la eliminación de redundancias.

Pfizer, de todos modos, tiene mucho espacio para reducir costos. El año pasado, la farmacéutica estadounidense tuvo gastos de ventas, generales y administrativos del orden de los US\$16.900 millones. La compañía se ha comprometido a seguir realizando inversiones importantes.

La empresa, por ejemplo, seguirá dedicando una buena cantidad de recursos a las actividades de investigación y desarrollo, unos

US\$8.000 millones planeados para este año, un aumento frente a los US\$7.680 millones de 2004.

En 2005, la compañía espera repatriar unos US\$28.000 millones en efectivo desde fuera de EE.UU., lo que podría aliviar parte de sus aprietos financieros.

Pfizer, asimismo, reveló planes para reorganizar su personal de ventas en EE.UU., que asciende a los 11.000 empleados, una medida que ha sido la fuente de especulación acalorada. De todos modos, no se esperan recortes profundos.

Henry McKinnel, presidente de Pfizer, hizo hincapié en que la compañía no tiene planes de reducir el tamaño general de su fuerza de ventas, aunque espera una reducción del 5% a través de jubilaciones anticipadas y otras medidas. "Estamos preservando la ventaja competitiva que nos otorga nuestra fuerza de ventas en terreno", aseveró.

Los ejecutivos de Pfizer "estaban mostrando su intención de empezar a atacar los males de la compañía", manifestó Larry Eakin, responsable de acciones de alto crecimiento para el fondo de inversiones Armada Funds, que hace poco compró títulos de Pfizer. Agregó que la compañía cuenta con un sólido balance y flexibilidad financiera.

## Impulso en botellas

La posible adquisición de Allied Domecq por Pernod Ricard con la ayuda de Fortune Brands reforzaría su posición entre los líderes de la industria global de bebidas alcohólicas.

PUESTO FABRICANTE	MARCAS ENTRE LAS 100 PRIMERAS		TOTAL VALOR MINORISTA EN 2004, EN MILLONES DE US\$*
	MEJORES MARCAS		
1. <b>Diageo</b>	14	Smirnoff, Johnnie Walker	12.270
2. <b>Pernod Ricard</b>	11	Chivas Regal, Ricard	4.860
3. <b>Allied Domecq</b>	9	Ballantine's	4.640
4. <b>Bacardi</b>	5	Bacardi, Dewar's	3.960
5. <b>Soyuzplodimport (SPI)</b>	3	Stolichnaya, Moskovskaya	3.590
6. <b>Brown-Forman Beverages</b>	4	Jack Daniel's	2.500
7. <b>Moët-Hennessy (LVMH)</b>	1	Hennessy	1.990
8. <b>V&amp;S Vin &amp; Sprit</b>	2	Absolut	1.840
9. <b>William Grant &amp; Sons</b>	3	Grant's	1.640
10. <b>Remy Cointreau</b>	3	Remy Martin	1.450
15. <b>Jim Beam Brands Worldwide (Fortune Brands)</b>	1	Jim Beam	790

\*Estimado

Fuente: Impact Databank

US\$13.130 millones.

Si se toman en cuenta los altos precios alcanzados en reciente adquisición de compañías de licores (como los cerca de US\$2.000 millones que Bacardi habría pagado, según estimaciones, por Grey Goose), fuentes conocedoras dicen que Allied está presionando para alcanzar los 700 peniques por acción.

Si la adquisición fructifica, se completaría una parte del rompecabezas en la consolidación del mercado de licores. Ejecutivos del sector han esperado que las compañías de segundo orden se unan para competir con la londinense Diageo, propietaria del vodka Smirnoff y del whisky Johnnie Walker, entre otras marcas. Diageo ha aumentado su gasto en marketing para hacer aparecer a los licores más atractivos y

beneficiarse de la creciente moda de los cocteles en el mundo.

La compañía también ha obligado a hacer cambios profundos en la distribución y venta de licores en Estados Unidos, rebajando costos y llegando a acuerdos con los comerciantes para destacar más sus productos en las estanterías.

En el último par años, Pernod ha reportado un crecimiento más rápido en ventas y en utilidades que el de Diageo o Allied. En 2004, Pernod registró un crecimiento del 5,8% en sus ventas, cuando sus ventas de vinos y licores ascendieron a unos US\$4.484 millones. Francia representa más o menos un 17% de estas ventas, pero la compañía es la número dos en regiones de rápido crecimiento, como Asia y Latinoamérica, además de continuar siendo la primera en Europa.

# Sequía en Malasia, buena noticia para productores de aceite de palma latinoamericanos

POR LESLIE LÓPEZ Y PAOLA SINGER  
THE WALL STREET JOURNAL

La prolongada sequía que azota actualmente a Malasia, el mayor productor global de aceite de palma, podría convertirse en una bendición para los productores de ese bien básico en América Latina. Asimismo, la reciente decisión de ese país de expulsar a cientos de miles de trabajadores ilegales podría provocar una reducción de la oferta de aceite de palma y un aumento de sus precios en el mercado mundial.

En el último mes el precio de la tonelada de aceite crudo de palma en Malasia pasó de US\$342 a US\$376 según cifras del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, un alza del 10%. El aceite se usa globalmente en la industria alimenticia para la fabricación de margarina y en el sector de confitería.

El aumento reciente es apenas

un alivio frente a la caída de US\$162 que tuvo el precio del aceite de palma desde marzo de 2004. Sin embargo, este año el alza podría ser del 14%, de acuerdo con Vince Ng, un analista de la financiera Mayban Securities, con sede en Malasia.

Latinoamérica en conjunto produce cerca de millón y medio de toneladas de aceite de palma. Colombia es el principal productor, con 600.000 toneladas anuales, seguido por Ecuador, Costa Rica, Brasil, Honduras y Guatemala. En conjunto, la región es la segunda en producción, pero está lejos de Malasia e Indonesia, que dominan el mercado mundial con una producción conjunta de 25 millones de toneladas, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

En las últimas semanas, grandes franjas del Sudeste de Asia han sido afectadas por una sequía que

supone la posibilidad del fenómeno meteorológico conocido como El Niño, que típicamente provoca largas temporadas de calor y sequías en el Sudeste de Asia y lluvias en la costa occidental de América del Sur y del Norte. Si El Niño se materializa, la producción de aceite de palma en Malasia podría estar por debajo de las 14,2 millones de toneladas proyectadas, dice Ng.

Además de la inminente sequía, otro factor es que Malasia enfrenta una escasez de mano de obra tras la decisión del gobierno de expulsar a casi 450.000 trabajadores ilegales, en su mayoría indonesios.

"Cualquier movimiento en los precios internacionales inmediatamente repercute sobre toda nuestra economía", dice Jens Mesa-Dishington, presidente ejecutivo de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (Fedepalma), asociación que agrupa

y representa a los cultivadores y productores de Colombia. Según Mesa-Dishington, a pesar de que Colombia es el principal productor en América Latina, no fija precios, sino que se guía por los precios internacionales.

Otro factor que influye en el aumento de precios del aceite de palma es la disminución de la producción de soja, su principal competidor global. La razón es que Brasil, el segundo productor mundial de soja después de EE.UU., experimentó una sequía importante en la región sur del país, reduciendo en 11 millones de toneladas las expectativas para su cosecha de 2005, explica Amaryllis Romano, agroeconomista de la consultora Tendencias, de São Paulo. El país esperaba producir 63 millones de toneladas este año.

Sin embargo, Tim Hannagan de la firma de investigaciones de bienes básicos Alaron Trading Corp., de Chicago, advierte que el efecto sobre

precios no será drástico. "Los inventarios mundiales [de soja] todavía están en niveles récord", dice.

Marco Alfaro, del Ministerio de Agricultura de Costa Rica, explica que todos los aceites comestibles están en permanente competencia. Un consumidor mundial puede normalmente sustituir un tipo de aceite por otro, pero la soja es la referencia en términos de precios.

"El aceite de palma nunca será el motor de los precios" en la industria de grasas y aceites, dice Hannagan. Este sector alcanzó en 2004 una producción de 106,3 millones toneladas. El aceite de soja ocupó el primer lugar, con un 32,2 millones de toneladas métricas, seguido por el aceite de palma, con 31,1 millones de toneladas métricas, según el Departamento de Agricultura de EE.UU.

Pero aunque la sequía en Malasia podría ser un impulsor

## Los líderes

Pincipales productores mundiales y en América Latina de aceite de palma

Países	Producción (TM)
Malasia	13.610.000 <sup>2</sup>
Indonesia	11.400.000 <sup>2</sup>
Nigeria	910.000 <sup>1</sup>
Tailandia	680.000 <sup>1</sup>
<b>Colombia</b>	<b>600.000</b>
<b>Ecuador</b>	<b>250.000<sup>2</sup></b>
<b>Costa Rica</b>	<b>131.460<sup>1</sup></b>
<b>Brasil</b>	<b>130.000<sup>1</sup></b>
<b>Honduras</b>	<b>112.000<sup>1</sup></b>
<b>Guatemala</b>	<b>81.000<sup>1</sup></b>
<b>Venezuela</b>	<b>76.000<sup>1</sup></b>

<sup>1</sup> Estimación de la FAO <sup>2</sup> Cifra extraoficial

Fuente: FAO

temporal de los precios, existen factores más estructurales como el aumento de la demanda asiática.

"China es un gran comprador, con mil millones de personas nunca podrán producir lo suficiente para cubrir sus necesidades", añade Hannagan.