

EL INFORME

Para que las pymes crezcan **necesitan algo más que ganas**. El dinero es esquivo pero cada vez más inversionistas ven potencial en ellas. **¿Qué esperan unos de otros?** Aquí un acercamiento

**49%** de las acciones de Sunshine fue adquirido por el Fondo Trasandino (FTP)

En promedio, el valor de las empresas se ha incrementado en más de 25% cada año

# Ideas y dinero: la dupla perfecta

MAYRA CASTILLO

El panorama de la agroexportadora Sunshine Export, en el 2005, no era tan brillante como su nombre. Era una empresa familiar que llevaba más de 15 años cultivando frutas y cítricos en Tambogrande (Piura) pero su verdadero éxito eran los mangos frescos. No obstante, depender de un solo producto obligó a pensar en cultivar nuevas frutas, en congelar el mango... y también en dinero. Aquí es donde la pregunta cae de madura: ¿cómo conseguir US\$2 millones para realizar estos cambios? "Con el Fondo Trasandino Perú (FTP) ingresamos a Sunshine con US\$2 millones porque teníamos proyectos y objetivos claros, con grandes perspectivas de crecimiento en el mercado. De lo contrario, no se hubiese despertado el interés", dice Gelio Ocampo, gerente de Sunshine que el FTP colocó en el directorio. Son este tipo de pequeñas y medianas empresas -con potencial de crecimiento, con elaborados planes de expansión y con experiencia en el mercado- en las que, cada vez más, los inversionistas buscan colocar su dinero. Precisamente, hace unas semanas el Instituto Invertir realizó el Venture Fórum 2008 para reunir a ambos bandos. "Sabemos que muchas empresas dinámicas del país no suelen tener acceso fácil a capital y queremos ayudar

en ese proceso", dice Jessica Soto, directora ejecutiva de Invertir. El resultado de esta rueda de exposiciones y reuniones todavía no puede medirse, pero fue una oportunidad para conocer qué sectores son los más apetecibles, quiénes requieren inversión y qué características debe tener una mediana empresa que desea acceder a esos capitales.

**SE SIENTE, CRECIENTE**

A un ritmo de crecimiento de 10% anual en la última década, las medianas empresas que han facturado por encima de los US\$5 millones y, más aún, las que sobrepasan el millón de dólares, siguen siendo el objetivo de la administradora de fondos de capital Access SaefSafi.

"Seguimos encontrando muchísimo potencial en ellas. En este segmento se nota un afán por ser cada vez más ordenadas y formales, y están buscando la competitividad agresivamente", asegura José García Herz, gerente general de Access. En concreto, el universo de empresas para invertir casi se ha duplicado desde que ellos empezaron a operar en el 2004. Tan optimista es el panorama, que este año ya colocaron US\$2,5 millones en una empresa de logística (Outsourcing) y en una de turismo (Andean Experience). "Pensamos colocar entre US\$15 millones y US\$20 millones en lo que resta del 2008, en empresas de los rubros de infra-

estructura y servicios", añade. Asimismo, han contactado a cuatro empresas de los sectores de agroindustria, servicios y manufactura luego del Venture Fórum 2008.

¿Dentro de estas empresas con posibilidades de crecer existe un sector que destaque sobre el resto? Para Marta del Río, directora de Inversiones de AC Capitales, uno de los pocos que podría destacar es el sector

inmobiliario. "Sin embargo, la verdad es que las inversiones son multisetoriales, ya que la estrategia es diversificar, buscar varias oportunidades porque el mercado es muy pequeño", agrega. AC Capitales proyecta invertir en los próximos 12 meses un mínimo de US\$50 millones, monto que podría repartirse entre 5 y 7 compañías.

¿Pero qué necesitan las pequeñas y medianas empresas

para ser atractivas a los ojos de los inversionistas? Para Jessica Soto, -que, por ser organizadora del Venture Fórum 2008, brindó 'coaching' a 19 de las 34 empresas participantes- se requiere una abierta disposición al cambio. "Esto incluye desde recibir asesoría para sus planes de expansión hasta las reformas de las prácticas de gobierno y gestión, que pueden intensificarse con la presencia de gente

del grupo inversionista en el directorio", explica.

En este último punto coinciden todos los consultados: quien entrega dinero no pretende sentarse a esperar las rentas. Para que esta presencia sea bien recibida, sus funciones no deben relacionarse con "pedir reportes y duplicar las labores", acota Del Río. Tiene que ir por el lado de la crítica constructiva, de ofrecer nuevas vías y contactos.

Permitir el ingreso al accionariado suele ser muy apropiado porque se gana una mirada fresca y supone que, al finalizar el período de recuperación y rentabilidad, la compañía pueda comprar el 100% de las acciones (respetando el valor pactado en un inicio). Es más, este ingreso puede suponer la desaparición gradual de miembros de una familia en el directorio de la empre-

sa como ocurrió con Sunshine. "El cambio generacional en las empresas es un aliado, pues existe mayor flexibilidad de acuerdos y mucha más apertura que antes. Definitivamente, el perfil del empresario ha cambiado", comenta García Herz.

**LA PALANCA**

Tres años después de la inyección de US\$2 millones de



**CONVERSIÓN A GAS.** Empresa líder en el rubro automotriz en Lima busca crear un megataller de conversión a gas natural.

**SEPA MÁS**

➔ **Capital de riesgo (Ventura Capital).** Suele ser el dinero que se entrega para ideas de negocio, para convertir a los emprendedores en empresarios.

➔ **El private equity.** Proporciona capital de expansión a empresas con importante potencial de desarrollo.

➔ **Enfoca Safi.** Invertió, en agosto del 2007, US\$12 millones en Ace Home Center. El propósito fue acelerar la expansión de Maestro en provincias y desarrollar el tema de las tarjetas de crédito.

➔ Próximamente, **Invertir representará al Perú en una nueva edición del BID Challenge** (para planes de negocio). Para mayor información, escribir a [informacion@invertirperu.com](mailto:informacion@invertirperu.com) o llamar al 221-8181.

**Los participantes y sus requerimientos**

En el Venture Fórum participaron 34 medianas y pequeñas empresas, todas con requerimientos de distinta índole. Aquí están divididos por sectores: el más numeroso fue el de manufactura.

Sector	Empresa	Requerimiento (US\$)
<b>Tecnología de software</b>	Alignet SAC	*n.d.
	Global Mapping	1'800.000
	Voice & Solutions	87.800
	Halió Internacional	600.000
<b>Comercio y servicios</b>	La Viga	*n.d.
	Rosatel	*n.d.
	Eske Group	10'000.000
	Iza Motors	1'000.000
<b>Textil, confecciones y calzado</b>	El Ayni	336.000
	Caddin	142.000
	Neluba	540.000
	Calzado Modatec	530.000
<b>Restauración, hotelería y turismo</b>	Pardos Chicken	*n.d.
	Chinawok	*n.d.
	Industrias Surco	1'230.000
	Viajes Pacífico	500.000

Sector	Empresa	Requerimiento (US\$)
<b>Agroindustria y pesca</b>	Superfish SAC	*n.d.
	Perú Pez	2'475.000
	Transformadora Agrícola	4'000.000
	Cultivos Tecnificados del Pacífico	350.000
	Copeinca	n.d.

Sector	Empresa	Requerimiento (US\$)
<b>Manufactura</b>	Braedt	2'800.000
	Conductores y cables	750.000
	M & H Group	1'500.000
	Ingeniería de sistemas y fluidos	605.000
	Helados Artika	500.000
	Produ Export	5'000.000

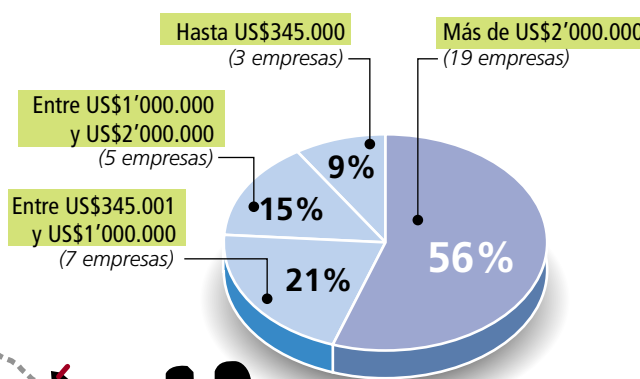
Sector	Empresa	Requerimiento (US\$)
<b>Minería</b>	Norsemont Perú SAC	*n.d.
	Vena Resourcers	*n.d.
	Minera Titán	27'100.000

Sector	Empresa	Requerimiento (US\$)
<b>Vivienda y negocio inmobiliario</b>	Los Portales	18'000.000
	Rodrigo & Asociados	15'000.000
	IMSA	500.000
	B. y Ll. Constratistas Generales	605.000

\*n.d. (no lo dice)

**Ellas facturan así**

Estos son los montos de facturación anual de las participantes. Más del 50% llega y sobrepasa los 2 millones de dólares.



dólares, Sunshine Export muestra cifras y datos que pueden dar envidia. Construyeron una planta de congelado de fruta y otra de deshidratación, incrementaron su capacidad de procesamiento en un 50%. Desde entonces, los colores de Sunshine se dejan ver en el mercado estadounidense (su principal comprador) así como en Canadá, Gran Bretaña, Italia, Francia, España, Países Bajos y Hong Kong. Su facturación pasó de US\$8 millones al año a US\$12 millones. Similares expectativas abrigan cuatro interesantes empresas, que atraviesan un momento clave para dar el impulso hacia un nuevo estatus. Una de ellas es Artika, empresa familiar que se ha convertido en la tercera productora de helados del país. Si bien el 70% de sus ventas se concentra en las paletas de crema, lo

cierto es que las cubetas de crema batida (que solo suman 7% del total) reportan un margen mucho mayor de ganancia (45%).

"Con US\$500.000 podríamos impulsar la línea de helados extruidos (más elaborados), ampliar la flota de vehículos frigoríficos para distribuir a más puntos y darle fuerza al tema de marketing y publicidad", comenta el gerente general Enrique Mejía.

Un monto cinco veces mayor es el que requiere Perú Pez, empresa pesquera que se diferencia del resto por vender anguila a Asia (China, Corea y Japón), así como todos los derivados de la pota (desde tentáculos hasta huevos), calamar, anchoveta y concha de abanico. "Queremos ampliar la producción a 50 toneladas diarias, para eso necesitamos implementar la nueva planta que tenemos en Sechura, de 14.000

metros cuadrados", dice Daniel Alvites, ingeniero pesquero y gerente de Perú Pez. La idea es dejar de alquilar equipos ajenos para adquirir los propios y garantizar el volumen que cubra la creciente demanda de mariscos.

Distinto ocurre con el plan presentado por Iza Motors, empresa que comenzó hace 11 años como mecánica automotriz y distribuidora de repuestos para vehículos. A la fecha, son también los pioneros en la conversión a gas natural pero, en sus 12 locales de Lima, tienen las labores fragmentadas.

"La idea es crear un solo megataller dedicado únicamente a la conversión de gas: desde la reparación del motor hasta la instalación del equipo a gas e incluir la parte electrónica, que no suele incluirse en un solo lugar", explica el gerente general Antonio

Camayo. Para ello, ha solicitado un millón de dólares que le permitirían aumentar los ingresos netos en un 30% (atienden 600 autos por día en todas las sucursales). Por un tema que combina la ecología con los negocios, sus chances de conseguir financiamiento son muy altas. Si bien los tres empresarios todavía escuchan y barajan propuestas de diversa índole, lo cierto es que nada sería posible sin haber tenido la actitud y el profesionalismo para presentar sus proyectos de manera articulada.

"Creo que más allá de los nuevos contactos que hagan, verse en competencia es positivo y necesario aun si no consiguen el financiamiento deseado", dice Jessica Soto, de Invertir. Tener un socio a veces no suena tan descabellado, solo es cuestión de saber hasta dónde desea llegar.

Fuente: Instituto Invertir 2008