

## Seis empresas peruanas entraron al club de las multilatinas

24 de Septiembre de 2014

**Las principales son las que pertenecen al sector de consumo masivo. Además, hay tres compañías que son globales**



La evolución de las compañías latinas en los últimos años no ha pasado desapercibida. Si bien México, Brasil y Chile tienen el 80% de empresas multilatinas de la región, en el Perú ya existen al menos seis empresas consideradas como tales.

Según un estudio de Deloitte, las empresas peruanas representan el 5% del total en la región, de las cuales actualmente tenemos seis multilatinas –Alicorp, Grupo Gloria, BCP, Ferreycorp, Minsur, Primax– y tres que ya dieron el salto a ser empresas globales: Aje, Belcorp y Unacem.

Omar Aguilar, socio principal de la consultora, recuerda que hace 10 años no teníamos ninguna global. “Vemos con satisfacción a empresas que han llegado a Asia y EE.UU. El reto es que potencien su presencia en estos mercados. Hace falta mayor infraestructura para ser global. Serán las multilatinas las que seguirán este camino”, agrega.

Para Aguilar, existirían alrededor de 13 compañías que han cruzado las fronteras del país.

### CATEGORÍAS

Si analizamos a las empresas peruanas que más han expandido sus imperios, las que pertenecen a las categorías de consumo masivo, agroexportación, hotelería y turismo son las que han demostrado más posibilidad de crecer. También infraestructura.

Es por ello que Francisco Revelo, socio de Deloitte, explica que –en el caso del Perú– se podrían explorar otros sectores como la minería y banca para llegar a ser firmas globales.

Resaltó que hay algunos sectores autolimitantes y que hacen factibles la expansión de multilatinas, pero que no ayudan a dar el salto al resto del mundo. Es el caso de los sectores energía, agua y telecomunicaciones.

En el caso puntual del ‘retail’ también hay multilatinas que pueden globalizarse, pero el camino es difícil. “Los modelos de distribución en la región son muy particulares”, dice.

¿Pero cómo lograr expandirse? Según Deloitte, primero una compañía tiene que ser líder local para ser competitiva, acceder a financiamiento, tener capacidad de ejecutar adquisiciones o joint ventures y mandos altos que lideren la expansión. “Para crecer en su operación tiene que ser de manera inorgánica. Se necesita infraestructura y financiamiento para ello”, explica Aguilar.

En la región, el 65% de las multilatinas usa financiamiento externo. En el Perú, los bancos no ofrecen los montos suficientes para la globalización. Por eso, dos tercios del capital vienen del exterior, lo que en muchos casos puede ser más barato.

### EN PUNTOS

**Foto latina.** En la región, 33% de las compañías son globales, 27% multilatinas y 40% locales.

**Potencial.** Los expertos indican que en el Perú hay firmas locales muy sofisticadas que apuntan a ser globales.

**Familiares.** La expansión suele complicarse en las firmas familiares por el acceso a capital. En Perú, hay varias excepciones con un granito de arena a que puedan cumplir sus sueños.