

UNA OLA DE M&A QUE PARECE NO TENER FIN

FUSIONES Y ADQUISICIONES

Giannina Carbajal Ortiz

¿Qué sucede en el sector?

Si bien aún prevalecen a nivel nacional –y en algunos casos local– medianas empresas peruanas con porcentajes de participación relativamente considerables dentro del sector de consumo masivo, se proyecta, en base a la experiencia y al actual proceso de consolidación (a causa del incremento del consumo privado a tasas mayores del 5% y un mayor acceso a los créditos de consumo), una ola de fusiones y adquisiciones que terminarán disolviendo la presencia de estas, debido a su relativo tamaño respecto a los grandes jugadores del mercado.

Las fusiones y adquisiciones –conocidos como M&A– han cobrado importancia en los últimos años a nivel nacional.

Sin embargo, cabe señalar que dichos procesos no son exclusivos de

estrategia de expansión, compran medianas empresas que les permitan poseer aquel elemento que más ambicionan: el control de las compañías locales.

¿Quiénes quedan?

Un informe elaborado por la revista Semana Económica cita algunas empresas medianas que aún no han sucumbido a las tentadoras ofertas de la competencia. Una de ellas es Intradevco, empresa conocida por su marca estrella Sapolio. Aunque el gerente general de la empresa declara en una entrevista no estar en venta, es evidente suponer que ella sería una muy buena inversión para cualquier gran empresa del sector. La otra en el ranking es Panadería San Jorge y Galletera del Norte, dedicada a la producción de farináceos y galletas. Esta, tal como Intradevco, niega cualquier tipo de venta, pero sin

duda se muestra como una de las candidatas, ya que ocupa un posicionamiento nada reprochable en los niveles socio económicos C y D. Helados Artika también podría desfilarse en la pasarela de posibles adquisiciones, ya que, al igual que San Jorge, obtiene una demanda considerable dentro de los sectores de menores recursos. Así como ellas, también existen otras empresas que si bien su posicionamiento no es tan amplio en términos del mercado nacional, sí lo es a nivel local o regional. Un par de ejemplos que podría mencionar son Embotelladora Carnaval, presente en Tacna y en el norte de Chile, así como Casinelli e hijos en el norte del país.

nuestro país, ya que se vienen desarrollando a nivel global desde los 90, y alcanzó su punto más alto en las fechas posteriores a inicios del 2006 (el boom de fusiones y adquisiciones), según informa un paper publicado por el diario inglés The Economist.

Una prueba de ello es, tal vez, la compra de D'Onofrio por parte de Nestlé, la cual se realizó en abril de 1997. Esta adquisición es, sin duda, una de las más antiguas a nivel nacional, aunque cabe señalar que inicialmente el Grupo Gloria había adquirido tal empresa en diciembre de 1990.

Así como Nestlé, otras grandes empresas del sector dieron un paso adelante e iniciaron su proceso de consolidación. Empresas de talla internacional presentes en el mercado se lanzaron entonces a la compra. El Grupo Nacional de Colombia, SAB Miller, Alicorp y Bimbo son algunas de ellas. En el caso de Bimbo es interesante destacar que la mexicana, luego de haber adquirido Pyc en noviembre del 2000, vuelve a la carga, esta vez con la compra de la panificadora peruana Rolly's, empresa familiar que había logrado penetrar en el rubro de producción y comercialización de panes y dulces embolsados, convirtiéndose así en un potencial competidor.

Tal como se aprecia, por consiguiente, el sector de consumo masivo está siendo dominado poco a poco por los grandes jugadores del mercado, quienes, como

¿Qué les espera?

Entonces, considerando lo expuesto y basando la data en la realidad empírica, es predecible suponer que este proceso aún no acaba. Los M&A continuarán mientras existan medianas empresas que sean competencia en el sector.

Dicha posición es corroborada por Carlos Ruiz, socio de Ernst & Young, quien declaró a Semana Económica: "En algunos segmentos se esperaría que las compañías más pequeñas que compiten por una participación del mercado vayan a consolidarse, fusionarse o ser adquiridas, ya que su tamaño es una fuerte desventaja para competir rentablemente".

Por lo tanto, el futuro no es difícil vislumbrar: las medianas empresas seguirán siendo candidatas atractivas a los ojos de los grandes jugadores quienes, con la compra de ellas (a veces pagos sobrevaluados), podrán consolidar sus portafolios e incrementar su participación en diferentes categorías. Sólo nos queda esperar qué nueva compra está a punto de ser concretada y definida.