

Bercovich, de Zeta Pricing:
Flechado por ángeles.



MIGUEL CANDIA

¿LA CRISIS LE DA ALAS?

El momento económico mundial hace que inversionistas pongan sus ojos —y su cartera— en nuevos emprendimientos con alto potencial de crecimiento. Pero la tendencia no es general.

Solange Monteiro

El negocio del ingeniero chileno Tomás Bercovich es el sueño de muchos emprendedores. En 2008, mientras se desempeñaba en su primer proyecto piloto, facturó unos US\$ 18.000. Este año, sin embargo, ya prevé multiplicar ese número por 10 y para 2010 estima llegar a unos US\$ 530.000 en ventas. El punto ganador de su empresa, Zeta Pricing, es replicar en las redes de cine el mismo concepto de venta anticipada de entradas, usado en la aviación comercial, garantizando precios más bajos para todos los cinéfilos precavidos (a un tercio del valor normal) y un aumento del índice de ocupación promedio. “Hoy la estructura rígida de compras de entradas impide que una familia de menos recursos vaya al cine; y por otro lado, el nivel medio de ocupación de las salas es bajo, en torno del 15%, 20%”, cuenta. “En apenas ocho meses, las salas que participan de nuestro proyecto piloto ya registraron un aumento del 5% sólo con la venta de entradas y de 8% con venta de alimentos”, afirma, adelantando que también ya está desarrollando ese concepto de *revenue management* para el área de *fast food* a partir de la segmentación de ventas por día, hora y producto.

Para perfeccionar el software que diseñó y ganar definitivamente ese mercado, Bercovich necesitó de una ayuda imprescindible: un aporte de US\$ 300.000 en un plazo de tres años, hecho por dos inversionistas que se convirtieron en socios de la empresa. “Desde el inicio, estaba claro que necesitaríamos de una inyección de dinero para impulsar el crecimiento”,

dice. Los socios – Jacques Albalgli, presidente ejecutivo de la compañía de restaurantes Unifood, y el arquitecto Axel Grossman – son parte de un aún tímido grupo en América Latina llamado “inversionistas ángeles”, que ocupan un espacio fundamental en el crecimiento de las empresas de rápido crecimiento: la brecha entre el primer subsidio y la entrada de un fondo de inversión, y sin el cual muchos negocios corren el riesgo de sucumbir. “En general esos inversionistas son empresarios que poseen un rol más pasivo dentro de la compañía que crearon, con un patrimonio líquido razonable y una experiencia interesante que puede ser usada en una nueva alternativa de negocio”, cuenta Ernesto Weber, de Gávea Angels, en Río de Janeiro. “Su intención es ayudar y aprovechar el período de mayor crecimiento, entre tres y cinco años, y después vender su participación a los dueños, a un fondo de inversión o a un jugador grande”, dice María de los Ángeles Romo, de la red Southern Angels, de la escuela de negocios Adolfo Ibáñez, en Santiago.

A pesar de que todavía son un grupo incipiente en la región, la crisis no está mermando su interés. Según Romo, para esos inversionistas, “las instancias que antes se veían más seguras para invertir, después de la crisis pasaron a ser más volátiles”, y eso los hizo revisar sus planes y optaron por alternativas en las cuales ellos tenían cierto poder de influencia en las decisiones. “En Southern Angels, cerca de dos tercios de los negocios concretados en 2008 –que totalizaron US\$ 1,5 millón– se dieron en el último trimestre del año, coincidiendo con el destape de

la crisis”, cuenta. En tres años de actividad, Southern Angels ha ayudado en la concreción de 15 asociaciones entre inversionistas y empresas emergentes, totalizando US\$ 5 millones. Y en 2009 espera mantener esa tendencia, lo que la hace proyectar que, a pesar de la crisis de crédito en general, la red cerrará negocios “en torno a los US\$ 2 millones”.

Ese mismo optimismo es revelado por Chile Global Angels, creada a comienzos de este año. “Creemos que éste es un momento propicio para fomentar más inversiones”, dice Nils Galdo, gerente general de

de Business Angels de IAE, de la Universidad Austral, en la capital argentina. Creado a mediados de 2004, la red de Buenos Aires consiguió mediar la inversión en 19 empresas –de un total de 300 proyectos evaluados– que juntos recibieron US\$ 3 millones. A pesar de la contingencia favorable, en tanto, Carbonell apunta que en Argentina “actualmente influye mucho la situación coyuntural del país, pues hay inseguridad en cuanto a un posible cambio en las reglas del juego que podría alterar las perspectivas de rentabilidad de los proyectos”, afirma.

atraer a ese tipo de inversionista en Brasil. “En seis años de actividad de la red conseguimos cerrar cuatro negocios. Tuvimos por lo menos 23 proyectos muy buenos, pero hubo dificultad en las negociaciones. Muchas empresas al final no aceptan pasar un porcentaje de participación por el dinero ofrecido”, cuenta. “Eso es un problema recurrente, pues cuesta al empresario entender que a veces es mejor tener un porcentaje menor de un patrimonio mayor, que crecerá gracias a la experiencia del inversionista”, dice María de los Ángeles Romo.

En el caso de Bercovich, de Zheta Pricing, la participación de los socios en el negocio es menor que el 30%, como “acostumbra ser en ese tipo de negocio”, y que los socios lo han ayudado mucho. “Tengo apenas 26 años, y está claro que me falta mucha experiencia. Ellos tienen buenos contactos en el mercado, y da ‘peso’ a nuestra tarjeta de visita”, dice.

De cualquier forma, los especialistas concuerdan que el mercado latinoamericano aún se está desarrollando y que falta que los empresarios aprendan a ganarse a los inversionistas. “Muchos están acostumbrados al modelo básico de subsidios públicos y no tienen claras sus estrategias comerciales ni lo que sería una propuesta atractiva para un inversionista”, dice María de los Ángeles. Y, para la especialista, los incentivos a esos inversionistas podrían ser aún más diversos. “Estamos estudiando ejemplos de la Unión Europea de incentivos tributarios para impulsar esa actividad”, dice. Quién sabe si así se podrá multiplicar por 10 el ingreso de otros negocios que necesitan apoyo de peso. ■

EN LOS OJOS DE LOS ÁNGELES

QUÉ HACER –O EVITAR– PARA FLECHAR A UN INVERSIONISTA.

- Estar seguro de tener una idea innovadora y con potencial de crecimiento, o un producto ya probado que necesita de un impulso financiero.
- Dedicación tiempo completo: lo *part time* es visto como de mayor riesgo.
- Un buen equipo de trabajo. Es más fácil corregir una idea mediocre que un equipo mediocre.
- Tener procesos definidos, metodología de control e indicadores de desempeño.
- Definir lo que espera en términos de aporte de capital e inteligencia del futuro inversionista, teniendo una negociación más directa y objetiva.

la institución. El foco de Chile Global es buscar inversionistas de fuera del país “sobre todo chilenos expatriados que buscan ese tipo de inversión como una forma de ‘colocar un pie’ de vuelta al país”.

“Evidentemente esa situación de inestabilidad de los mercados más maduros, sobre todo de los mercados de acciones, es una situación que puede ser ventajosa para atraer la atención de los inversionistas ángeles”, concuerda Silivia Carbonell, que lidera el Club

“Por eso muchas veces los proyectos más atractivos hoy son los que menos dependen del mercado interno y de la coyuntura doméstica”.

En Brasil tampoco la crisis parece haberse reflejado tan directamente en un mayor impulso a las inversiones ángeles. “Aquí hay una tendencia a la retracción de las inversiones. Vemos muchos que no están buscando en empresas nacientes”, dice Weber, de Gavea Angels. Para él, la experiencia demuestra que es más difícil