



La crisis podría hacer que muchas empresas encuentren que la única solución para la supervivencia es una fusión o venta. Shutterstock

## Negocios

# Firmas deben prepararse para eventual ola de fusiones y adquisiciones

Euromonitor International proyectó más movimientos para el 2021

Jéssica I. Montero Soto  
jessica.montero@elfinanciero.cr

Latinoamérica tiene el mayor potencial global para experimentar un crecimiento en fusiones y adquisiciones durante 2021, y este fenómeno tendría efectos en la economía de Costa Rica. Investigadores de Euromonitor International proyectaron en octubre 2020 que ese tipo de negociaciones crecerá un 13,7% durante el año que viene, frente a incrementos de un dígito en el resto del mundo.

La pandemia ha creado condiciones para que las ventas y alianzas crezcan: la crisis económica ha debilitado empresas en sectores clave, con lo que se genera una oportunidad de compra para los competidores más fuertes y para inversionistas interesados en diversificar.

Además, el crecimiento de los negocios colaborativos y el *e-commerce* puede obligar a las empresas de esos sectores a desarrollar un fortalecimiento rápido en mercados clave, y la vía más directa para lograrlo es comprar.

En el país, el impacto directo podría llegar primero por el debilitamiento de las empresas familiares en los sectores con mayores

restricciones: turismo, hotelería, restaurantes, comercio, franquicias, entretenimiento, educación y sector inmobiliario se perfilan como las áreas más sensibles en las circunstancias actuales.

Las fusiones regionales por crecimiento se reflejarían en forma indirecta, como se vio hace algunas semanas en los casos de la compra del servicio de entregas Glovo por Delivery Hero y la fusión de los portales de venta en línea OLX y Encuentra 24.

En paralelo, la Comisión para Promover la Competencia (Coprocom), del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) se encuentra en transición para aplicar las modificaciones derivadas de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (N° 7472).

Aunque especialistas consultados por EF consideran poco probable que se de un pico de M&A a corto plazo en el país, la capacidad de la Coprocom para resolver los casos será clave.

### Oportunidades

Las fusiones y adquisiciones (M&A por sus siglas en inglés), pueden ser una oportunidad para la recuperación y el crecimiento

de negocios, sin embargo, es necesario que las expectativas y los riesgos estén claros, tanto las empresas interesadas en invertir como las que están dispuestas a ceder participación o vender.

Mariano Batalla, socio de la firma Batalla, explicó que quienes reciben potenciales ofertas, deben reflexionar sobre su interés en una potencial venta y bajo qué condiciones tendrían mayor o menor interés en hacerlo.

“Si el apetito existe, es recomendable buscar el apoyo proactivo de asesores financieros y legales que puedan ayudarle a buscar potenciales compradores o reemplazar su empresa para las implicaciones de un proceso de fusión o adquisición”, enfatizó Batalla.

La asesoría resulta clave para procesos de debida diligencia,

pero también debe incluir valoraciones de entorno y coyuntura, es decir, incluso cuando la oportunidad de comprar sea evidente, tal vez haya opciones más estratégicas.

**“Empresas (familiares) serán posiblemente targets mucho más atractivos porque tienen pocas alternativas más allá de aquellas relacionadas con las posibilidades que les den los bancos”.**

Juan Manuel Godoy  
Abogado

Por lo general, en Costa Rica la actividad de M&A se da en dos vertientes: adquisiciones que hacen las empresas extranjeras entrando a Costa Rica y las consolidaciones y alianzas entre empresas del mercado local.

De los sectores más susceptibles, los de hotelería y agroindustria son atractivos en Costa Rica por la reputación del país.

Andrey Dorado, socio del área de práctica de Competencia del bufete Arias, afirmó que ya han identificado interés de grupos por adquirir empresas del sector turístico, hotelero y franquicias en

## Venta de empresas

### Riesgos de vender:

El reputacional, si se llega a conocer en el mercado que están a la venta, puede haber preocupaciones en sus proveedores y en su recurso humano. La firma de contratos de confidencialidad previo a cualquier acercamiento es clave.

El de competencia, en adquisiciones horizontales, que son aquellas donde un agente económico se combina (generalmente, adquiere) con otro dentro del mismo sector, se debe tener mucho cuidado de confirmar el interés verdadero del potencial comprador, se comparte la información sensible con un competidor.

FUENTE: ANDREY DORADO, ARIAS.

general, quienes al mismo tiempo tienen interés en encontrar un socio o aliado estratégico.

Pero otros sectores más pequeños y con proyección limitada tienen un atractivo menor, y podría resultar más estratégico dejar que concluyan su ciclo.

Existen casos donde empresas están buscando un comprador que solo tome la deuda. Una situación como esta levanta el cuestionamiento de si desde un punto de vista competitivo es mejor adquirirlo o dejarlo que termine su proceso de crisis en forma natural.

En Costa Rica esta posibilidad aumenta debido a que el mercado está en incertidumbre y los cambios estructurales que surjan de este proceso de ajuste tendrían un impacto directo en la decisión de invertir.

Juan Manuel Godoy, socio de Consortium Legal, subrayó que las oportunidades en la región podrían presentarse por que se carece de un mercado de valores desarrollado y la economía tiene un componente fuerte de empresas familiares con poco margen para refinanciarse.

“Esas empresas serán posiblemente *targets* mucho más atractivos porque tienen pocas alternativas más allá de aquellas relacionadas con las posibilidades que les den los bancos a los que de por sí ya les adeudan. Eso aunado a un posible deseo de tener liquidez puede llevar a cierto nivel de empresariado a estar abierto a abrir su capital”, proyectó Godoy.

Rodolfo Jiménez, presidente de la Coprocom, reconoció que en muchos de estos casos las transacciones están por debajo de los volúmenes que requieren supervisión. Sin embargo, la atención a las concentraciones es necesaria por cuanto una vía usual para eliminar competencia, es la de adquirir a los competidores.

“Ante una oferta de fusión, adquisición o compra de activos relevantes las empresas deben considerar si tienen la obligación legal de solicitar autorización ante la Comisión para Promover la Competencia. (...) Existen sanciones para las empresas que debiendo notificar una transacción, no soliciten esa autorización”, recordó Jiménez.

En 2020, Coprocom ha resuelto 15 solicitudes de M&A en campos como desarrollo de software, agroindustria, producción y distribución de medicamentos y dispositivos médicos y en el sector inmobiliario, entre otros. ■