

ENTREVISTA | JOSÉ SAM YUEN, presidente ejecutivo de Samcorp



Escribe
AUGUSTO TOWNSEND K.

Sorprendió a muchos en la reciente edición de la CADE cuando explicó cuán distintos son el Perú y China y cuánto podrían aprovechar el uno del otro. Por primera vez, el máximo ejecutivo de Samcorp da una entrevista exclusiva en la que cuenta los ambiciosos planes del grupo.

¿Cómo se forma Samcorp?

Lo empezó mi padre (José Sam Cam) en los setenta. Como buen chino, se dedicó al comercio, en este caso de artículos de plástico y juguetes. Migró a la industria luego de ser el mayor comerciante del sector plásticos, para así fabricar los productos que vendía. Después incursionó en bienes raíces, donde el grupo ya tiene un par de decenas de años operando. A mediados de los noventa salió una ley que motivó nuestro ingreso al negocio de entretenimiento. Y más recientemente entramos al negocio de maquinaria y buses. Lo que ahora buscamos es desarrollar negocios que integren a China con América Latina, y para ello hemos constituido un 'think tank' (centro de pensamiento) denominado Sinolatam Forum, que ya tiene oficinas en China, el Perú y Colombia. Fruto de este esfuerzo es Sinomaq.

Presumo que también su asociación con el grupo Hutchison...

Así es. Hutchison es el principal grupo asiático, el primero en puertos en el mundo, primero en telefonía, está en energía, en infraestructura, en saneamiento y en el tema inmobiliario y hotelero. El año pasado planteamos una asociación pública privada con ellos

“Estamos en sectores con gran futuro”

LEASLIE SEARLES



EL GRUPO SAM (SAMCORP) BUSCA SER LA BISAGRA ENTRE LAS ECONOMÍAS CHINA Y LATINOAMERICANAS. YA INICIÓ ESE ESFUERZO EN EL PERÚ Y SEGUIRÁ EN COLOMBIA

EL ENTREVISTADO



[NOMBRE] José Sam Yuen.
[CARGO] Presidente ejecutivo de Samcorp.
[EDAD] 41 años.
[ESTUDIOS] Filosofía y Teología. Cursó un programa para CEO en IESE, Wharton y China Europe International Business School.
[HOBBIES] Tenis, música clásica, rock de los 60 a los 80, buena comida.

para desarrollar el Muelle Norte del Callao. Era un proyecto realmente ambicioso que hubiese solucionado la situación no solo de dicho muelle sino también del resto de puertos en el Perú. Sin embargo, la propuesta pasó por el esquema de Pro Inversión y el concurso que se hizo fue mezquino y perdimos en cuarto desempate. Fue una gran frustración, pues el hombre más rico de China quería poner un 'hub' en el Perú.

¿Ese interés sigue vigente? ¿Cuán sencillo fue convencerlos en primera instancia?

Sí, pero tenemos que elaborar proyectos grandes que sean suficientemente interesantes para ellos. Mantenemos una muy buena relación. No fue sencillo convencerlos, pero nuestra oficina en Asia hace esa labor de inteligencia y de relaciones para nosotros. Llegado el momento, lo que prima es la calidad de los proyectos que podamos mostrarles, nuestra experiencia local y disposición a asumir el riesgo con ellos.

¿La estrategia de crecimiento del grupo se enfocará en conseguir socios chinos para este tipo de proyectos?

Así es, y no solo aquí sino también en Colombia, donde el déficit de infraestructu-

ra es tres veces mayor. La oficina de Colombia recién está empezando, pero pronto abriremos Sinomaq por allá.

Tienen ustedes una combinación un poco ecléctica de negocios. ¿Cómo han ido decidiendo dónde entrar?

La lógica no ha sido necesariamente crecer en negocios vinculados, o que la sinergia sea el criterio fundamental para crecer. Nos hemos enfocado, más bien, en buscar oportunidades y en tener la capacidad de concretarlas. Por ejemplo, con Sinomaq estamos entrando en sectores que tienen gran futuro en este territorio: minería, construcción, agricultura e infraestructura. La apuesta ha sido brindar soluciones novedosas que están funcionando en el país que mejor infraestructura tiene, que es China. Nuestra solución de camiones, por ejemplo, está probando ser muy eficiente para muchos sectores, que ven incrementada su productividad por el uso de nuestros equipos. Este negocio, que lo tenemos desde hace tres años, debe estar alrededor de los US\$40 millones de facturación.

¿Cuánto factura el grupo en total?

Estamos sobre los US\$225 millones.

Su página web dice que han logrado combinar las virtudes de una empresa familiar con las ventajas del gobierno corporativo. ¿Cómo lo hicieron?

Es una cuestión de equilibrios, pues son aspectos que se suelen oponer. En las escuelas de negocios dan mucha importancia a las corporaciones como si fuesen el fin o la etapa de madurez de una empresa. Yo pienso que no necesariamente es así. El mundo corporativo tiene sus cosas buenas, sus complejidades y sus ineficiencias, así como las empresas familia-