



Reinventar en tiempos difíciles



▶ **Nelson Cabrera:**
Nunca paramos de dar créditos a nuestros clientes en Venezuela

Mientras algunas transnacionales miran hacia fuera aturridas por la crisis venezolana, la empresa consolidadora de carga Lilly + Associates International no se siente intimidada y apuesta a mantener y consolidar sus operaciones en el país.

“Hemos aprendido la historia de Latinoamérica de que uno no debe abandonar el país donde está operando, que en buenos momentos le ha dado muy buenos frutos y en malos momentos uno tiene que reinventarse, pero lo importante para nosotros es quedarnos en el país”, dijo en entrevista con DINERO el presidente de Lilly and Associates, Nelson Cabrera.

Lilly es una empresa de transporte y logística global con sede en Miami, con un centro de distribución de 40.000 metros en Colón, en Panamá, y que se dedica a distribuir lo que son las marcas globales a toda Latinoamérica y El Caribe desde Panamá. También moviliza materias primas desde Latinoamérica y el Caribe hacia Norteamérica y Europa. Y de la misma manera posee oficinas propias en China, que a su vez se dedican a exportar hacia la región.

Cabrera explicó que algunas empresas en su ramo y en otros sectores tienden a desaparecer en situaciones difíciles que enfrentan determinados países, dado que responden a intereses de una gran cantidad de accionistas. Y es una situación que no sólo se ha visto en Venezuela, sino en muchos naciones de América Latina durante los años 70-80.

“Todo el mundo abandonó la región porque Latinoamérica estaba pasando una situación muy delicada económicamente como la que estamos viendo hoy en Venezuela. Ya el resto de Latinoamérica ha pasado por esto, entonces las multinacionales tienden a abandonar la región cuando las cosas están muy malas y tienden a sobreexponerse en la región cuando las cosas están muy buenas”, expresó el empresario tras destacar que no es el caso de la empresa.

Lilly –explicó– no sólo está ofreciendo el servicio de logística a las empresas, sino que incluso está otorgando “importantes figura de crédito” a sus clientes en Venezuela. La empresa de logística también financia operaciones de fletes, y en “los peores momentos”, apoyan en lo financiero las compras en el exterior.

El directivo dijo que la baja del petróleo ha hecho que las importaciones se reduzcan, sin embargo, ven con buenos ojos el apoyo que está dando el Gobierno del presidente Nicolás Maduro para apuntalar las exportaciones.

“Allí vemos muchísimas oportunidades y a un típico exportador venezolano, le hacemos la exportación desde Venezuela, a la ciudad más remota en Estados Unidos porque sabemos operar muy bien en Estados Unidos”, agregó Cabrera.

Afirmó que su empresa es una opción para las compañías que buscan entrar en el mercado estadounidense dado que entienden ambos mercados.

¿Qué porcentaje del mercado manejan?

En verdad, hemos concentrado un porcentaje importante en Venezuela donde tenemos cinco oficinas. Cuando la empresa se fundó hace 20 años, ya teníamos una presencia importante en Venezuela y hemos visto crecer la marca y lo que hemos aprendido de otros países como Perú que en los 80 tuvo una hiperinflación de 10.000 por ciento, es seguir constante en el país o los países. No abandonarlos si la posición se pone muy difícil, sino renovarnos, reinventarnos para seguir los negocios a términos largos.

¿Cuándo habla de reinventar su presencia en Venezuela a qué se refiere?

Para quedarnos en Venezuela tenemos que reinventarnos hasta cierto punto y también tenemos que ofrecer más servicios, muchos productos, más que las transnacionales que han abandonado el país, y nosotros eso lo vemos como una oportunidad ya que

otros países que están en crecimiento hay más competencia. Tengo competidores que son transnacionales que son muchísimos más fuertes que nosotros y nos hace más difícil competir.

Un país como Venezuela todavía le ofrece muchas más oportunidades para empresas como nosotros y también para empresarios venezolanos. Nos gusta estar en Venezuela.

¿Cómo ve al cliente venezolano?

Muchas de nuestras empresas y nuestros clientes son muy fuertes en el ramo de electrodomésticos y marcas.

¿Desde cuándo está Lilly en Venezuela?

En Venezuela nuestras oficinas tienen 10 años, pero operando diría 25 años. El mercado cambió y vimos la necesidad de abrir oficinas en Venezuela hace 10 años para poder dar un servicio hasta la puerta a muchos de los importadores que también piden servicios más extensos como la entrega de la mercadería.

¿Piensan expandir operaciones?

Si, definitivamente. Yo pienso que nos tenemos que ir más hacia la distribución con nuestros propios almacenes (galpones) para poder distribuir marcas del exterior que quieren entrar a Venezuela y también estamos viendo muchas marcas que nos contactan y nos dicen que no saben operar en Venezuela.

¿Cuáles son sus expectativas de crecimiento?

En lo que es la logística global, el transporte siempre hay una correlación directa con el Producto Interno Bruto de un país. Si el Producto Interno Bruto de un país está creciendo las importaciones y exportaciones están creciendo y por ende tenemos más movimiento de carga. Si el Producto Interno Bruto de un país está bajando vamos a tener menos actividad de transporte logística. Como la mayoría de Venezuela, el negocio bajó para nosotros en este año 2016, pero entendemos sin involucrarnos en el tema político del país, que es una situación netamente financiera. La baja del precio del petróleo, obviamente va a bajar la actividad económica de Venezuela y eso nos impactó en 2016. Sin embargo, según las estadísticas seguimos siendo uno de los principales consolidadores de transporte en Venezuela.

¿Qué es Venezuela para Lilly?

Venezuela es un país que a nuestra empresa nos ha dado mucho y nos sentimos cómodos operar en Venezuela. Entendemos al consumidor, al empresario, al emprendedor, cuáles son las necesidades al empresario venezolano. Siempre tratamos de que sean competitivos darles el mejor servicio posible, los mejores beneficios en Venezuela. Es

muy importante para el empresario tener esos beneficios en los puertos en toda la infraestructura de transporte y logística, pero vemos un país con muchísimas oportunidades, una vez que Venezuela emprenda una corrección en cuanto a su economía y continúe diversificando su economía, es muy probable que sea el país que más crezca en los próximos 20 años en toda la región. Será un país lleno de posibilidades.

¿Qué mensaje le daría al empresariado?

Hay demasiadas oportunidades en Venezuela.

¿Cuáles son las expectativas de crecimiento en la región?

Nosotros estamos en toda Latinoamérica y El Caribe con corresponsales, con otras oficinas que no son propias sino son corresponsales que saben operar en el país y nosotros le hacemos la operación en Norteamérica, en Asia, en Europa, o en otros países de la región. Siempre hemos visto mucho potencial y va a incrementar la actividad económica intramérica donde Perú le vende a Guatemala, Guatemala le vende a Venezuela, Venezuela le vende a Nicaragua, eso tiene mucho potencial en la región. Creo que el proteccionismo aumentará en los próximos 5 ó 10 años. Si Estados Unidos incrementa el proteccionismo con las políticas que está anunciado (Donald Trump, entonces Latinoamérica va a tener que ver a Latinoamérica. □

El presidente de LILLY + Associates International, Nelson Cabrera, afirma que para la empresa es importante permanecer en Venezuela

Sueño americano

Lilly Cabrera, fundadora y directora de LILLY + Associates International, empresa consolidadora de carga, llegó a Miami en 1979 proveniente de Perú. Con tres hijos que sustentar, la Sra. Lilly (como sus empleados cariñosamente la llaman) comenzó a trabajar en cuanto pudo, dedicando largas horas a servir mesas y limpiar apartamentos y oficinas. "Cuando pensaba qué tipo de carrera seguir, recordé que mi padre me dijo: 'Transporte, siempre hay algo que enviar'".

Lilly consiguió su primer empleo en el sector de transporte internacional como recepcionista en un consolidador de carga y en sus inicios aprendió lo más que pudo. Luego de trabajar en la industria por décadas, Lilly se dio cuenta que el comercio internacional se estaba expandiendo rápidamente en Miami. Con una tremenda visión, decidió utilizar sus ahorros y habilidades en el comercio internacional para iniciar su propia empresa con su hijo Nelson R. Cabrera en 1996.

Lilly se abrió campo en una industria dominada tradicionalmente por hombres que no tenía al auge que conocemos hoy en la región del sur de la Florida. A medida que creció la ubicación de Miami como puerta a Centro y Suramérica, también crecía la demanda de logística. LILLY + Associates estaba en la posición perfecta para ofrecer una completa cartera de servicios de logística y transporte internacional.

"Aunque parece una solución simple para lograr el éxito a largo plazo, LILLY + Associates International dedica su tiempo a escuchar a sus clientes para desarrollar procedimientos, mejores prácticas, tecnologías de avanzada y nuevos servicios. He ahí lo que rige las prioridades de la empresa y fortalece el modelo comercial", se lee en su portal de internet <http://www.shiplilly.com/es/quienes-somos/>.