

Startups

Financiamiento en franco crecimiento

ALTERNATIVAS //

Cuando una *startup* surge, lo hace básicamente con el dinero de sus socios fundadores, pero eso no basta. Llegado el momento, requiere captar financiamiento por parte de inversionistas especializados en este tipo de empresas. Una *startup* es una estructura empresarial orientada a conseguir un negocio escalable y repetible con capacidad para crecer muy rápido; normalmente esto se consigue apoyándose en la tecnología y la innovación. ¿Se ha establecido ya un mercado de capitales para las *startups* en nuestro país? ¿Qué alternativas existen?

Carlos Astuquipán

Cuando a finales de 2012 el Estado peruano creó el concurso StartUp Perú para ofrecer fondos no reembolsables a las nacientes *startups* peruanas, se empezó a desarrollar un ecosistema que ha venido creciendo consistentemente durante estos casi 10 años. En esta década, múltiples *startups* pudieron acceder a esos recursos y pasar a las siguientes etapas de crecimiento gracias a que también se comenzaron a desarrollar

incubadoras, aceleradoras e inversionistas dentro del ecosistema.

Empresas que iniciaron su vida «levantando» S/ 50 000 por parte del Estado, ahora recaudan millones de dólares de inversionistas institucionales extranjeros. El ecosistema ha crecido, pero aún queda un amplio camino por recorrer; todavía no se encuentra tan avanzado como el de nuestro eterno referente, Chile, pero ya se ha desarrollado lo suficiente como para permitir que *startups* peruanas, como por ejemplo Crehana, hayan crecido hasta tener alcance internacional (el objetivo de toda *startup*).



DOS EFECTOS

Con la pandemia se dieron dos efectos opuestos. Por un lado, la acelerada digitalización de los consumidores favoreció el crecimiento de ciertas *startups* que dirigieron sus ofertas hacia los productos que se hicieron más atractivos bajo las restricciones sanitarias; por otro lado, la necesidad de distribuir recursos entre las instituciones encargadas de combatir el Covid-19 hizo que el Estado dejara de lado, momentáneamente, sus esfuerzos para ayudar a las nacientes *startups*.

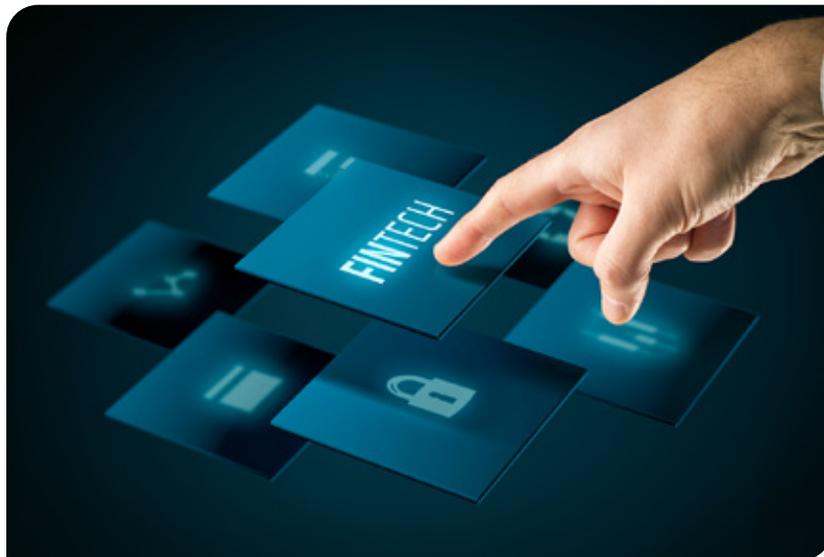
El resultado ha sido mixto, unas empresas se han fortalecido mientras que otras han tenido dificultades incluso para salir al mercado. La configuración del ecosistema se trastocó, pero ahora está retomando su camino y ofrece un futuro auspicioso si logra volver a ganar el impulso que lo caracterizaba hace tan solo un par de años.

EL INICIO DEL ECOSISTEMA

Diez años después del nacimiento del ecosistema de *startups* en el Perú, se



Fernando Thompson



aprecia un crecimiento considerable. Ahora nuestro país cuenta con *startups* que pueden salir a «levantar» capitales de inversionistas internacionales por montos que se encuentran en los millones de dólares.

Esto se ha logrado gracias a que las mejores *startups* pudieron crecer arropadas por los fondos que el Estado proporcionó en su etapa inicial; fondos como los proporcionados por el concurso StartUp Perú, que permiten a una firma nueva acceder a capital que luego no tendrá que devolver. Se trata de dinero muy valioso.

APOYO ESTATAL

Entonces, el rol del Estado en el desarrollo de este sistema ha sido fundamental, pues intervino en la etapa en la que –además de familiares y amigos– nadie está dispuesto a invertir. Después de todo, al principio una *startup* no es más que una idea interesante, una posibilidad de empresa que depende de la fe que alguien tenga en ella.

«El rol del Estado ha sido crítico para catalizar el ecosistema e impulsar su desarrollo, tanto a nivel de promover las incubadoras y aceleradoras como también facilitar el financiamiento a nivel de capital semilla; además, facilita la iniciativa que apunta a fortalecer el ecosistema de fondos de capital de ries-

go», sostiene Luis Felipe Oliva, profesor del Diploma en Financiamiento para StartUps de Esan.

StartUp Perú ha sido el «caballito de batalla» de la iniciativa estatal en cuanto al financiamiento de *startups* locales. Desde su creación hasta la actualidad ha lanzado ocho generaciones –aunque la octava se encuentra con retraso debido a la pandemia– de *startups* que han cubierto diversas formas de hacer negocios en el Perú, con una perspectiva de innovación, un componente tecnológico importante y el afán de crecer incluso más allá de las fronteras nacionales.

Este concurso –StartUp Perú se lanzó como parte de Innóvate Perú– permitió que *startups* locales accedieran a un monto de S/ 50 000 para iniciar el emprendimiento, una cantidad que es un fondo no reembolsable. Es decir, la empresa no tiene que devolver el dinero, lo cual es un enorme espaldarazo para una firma que recién comienza.

INCUBADORAS Y ACELERADORAS

Por supuesto, muchos emprendedores postulan a este muy atractivo incentivo financiero; luego de ello comienzan a participar los otros actores del ecosistema: las incubadoras y las aceleradoras.



Mateu Batle

«Postulas y cuando ganas los fondos debes ir de la mano con una incubadora. Debes hacer eso para continuar con el proceso», señala Aldo Bertello, jefe de la Red de Inversionistas Ángeles del Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico (Emprende UP).

Las incubadoras y aceleradoras se han convertido en una importante parte del proceso. Como es entendible, una *startup* muy probablemente tiene una buena idea, pero no cuenta con el conocimiento necesario para tener las mayores probabilidades de éxito en lograr que esa idea se convierta en un producto atractivo para el público. Simplemente, una firma que recién nace desconoce la totalidad de procesos del negocio.

«Como los emprendimientos son innovadores, no existe un conocimiento previo, pues se trata de implementar una tecnología o un tipo de negocio nuevo. Se necesita un acompañamiento para la validación e implementación del modelo de gestión», refiere Eddie Valdiviezo, director del Hub

Udep (incubadora de la Universidad de Piura).

Estas instituciones son de mucha ayuda porque logran que los emprendedores realicen sin problemas cosas tan simples como llenar adecuadamente un formulario. O puntos tan complejos como saber valorizar su propia empresa, algo que muchos emprendedores simplemente no saben realizar.

LA VALORIZACIÓN

¿Por qué es importante valorizar la empresa? Pues, si los emprendedores no saben cuánto vale su firma, difícilmente podrán pasar exitosamente a una etapa en la que tendrán que negociar con inversionistas privados.

Estos últimos ofrecerán capital a cambio de una participación en la compañía; para saber cuánta participación otorgar, uno debe saber cuánto vale su propia empresa.

Dicho sea de paso, Bertello indica que Emprende UP ha creado una metodología (llamada Metodología Dinámica) con la cual se valoriza a las empresas en sus etapas iniciales y se ofrece un rango de valorización. Es decir, no se le dice al emprendedor que su firma vale US\$ 100 000, sino que su valor se encuentra entre US\$ 80 000 y US\$ 120 000. Al final, es el propio emprendedor el que tiene que definir el valor que mostrará públicamente, en base a este rango.

DISPONIBILIDAD

Volviendo a la primera etapa, la de StartUp Perú, vale la pena señalar que, aunque es el capital más «sencillo» de conseguir, en realidad no es de libre disposición. Los emprendedores deben explicar cómo invierten esos S/ 50 000 y demostrar que los están empleando en productos que van a ayudar al negocio. No lo pueden gastar en un automóvil o en costosas cenas para el personal. Además, el dinero no se entrega todo de una vez: se ofrece a medida que la firma alcanza ciertos hitos establecidos con anterioridad. De

Situación actual de América Latina

La gran mayoría de *startups* en Latinoamérica son fundeadas con capital de los mismos emprendedores. Y en marcos regulatorios poco favorables al emprendimiento, también son fundeadas por amigos y familia, así como por fondos colectivos.

Según Fernando Thompson, especialista mexicano y Premio CIO 100 - Forbes 2020, pocas *startups* son las que se ven beneficiadas por venture capitals o inversionistas ángeles. No obstante, este tipo de inversiones ha ido en aumento; y de continuar la tendencia en la región, se duplicará prácticamente cada año.

«Del total de *startups*, los fondos que van a las que se dedican a fintech son el 25% del total, lo cual no sorprende dado lo novedoso de sus esquemas y la baja bancarización que existe en Latinoamérica. Les siguen los marketplaces, que tienen 20%; comercio electrónico, con 12%; y edtech o educación, con 10%», detalla Thompson.

Las *startups* son vitales para el futuro de la región. No todas llegarán a ser unicornios, pero mientras se encuentren dentro del marco de transformación digital tendrán altas posibilidades de éxito, si están basadas en un plan de negocio que satisfaga una necesidad. Para Thompson, vale la pena aprovechar los apoyos de entidades como Endeavor o iLab, que precisamente fomentan, orientan y apoyan la generación de *startups*.

Diego Thompson, quien en nuestro país es expositor de la USMP, señala que en toda crisis hay una oportunidad.

Favorecidos, desfavorecidos y desafíos

Un sondeo de la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor indagó en 2021, entre los encuestados, por los que se consideran que fueron los sectores más favorecidos por la pandemia, los más desfavorecidos y los principales desafíos que debe afrontar el ecosistema emprendedor peruano. De acuerdo con sus respuestas, en el primer grupo se puede encontrar al sector de comercio electrónico como el más favorecido del último año, según los inversionistas (21%) y emprendedores (24%). Además, los inversionistas destacan a *healthtech* (15%) y logística (14%), mientras que los emprendedores hacen lo propio con *fintech* (18%) y *edtech* (16%).

En cuanto al segundo grupo, *agritech* es el sector más desfavorecido según los inversionistas (23%) y emprendedores (30%). Los inversionistas consideran que otros sectores desfavorecidos son turismo (18%), *fintech* (14%) y *foodtech* (14%). Por otro lado, los emprendedores coinciden con *foodtech* (20%) e incluyen a logística (14%) en este grupo.

En lo que se refiere a los principales desafíos que tiene que enfrentar el ecosistema emprendedor, la oferta de capital se presenta como el principal reto del ecosistema tanto para inversionistas (17%) como para emprendedores (15%). Además, el inversionista considera como retos adicionales la poca ambición de los emprendedores y organizaciones de soporte, el contexto político y los bajos niveles de inclusión y diversidad (todos con 15%).

Fuente: Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor

esta manera es más probable que el dinero sea adecuadamente empleado y llegue a las manos de los interesados en base a su progreso con la propuesta de negocio.

«El uso de los fondos tiene que ser justificado, no puedes pasar una factura por cualquier concepto; nosotros filtramos eso, indicamos cuáles gastos son autorizados y cuáles no son autorizados, para que al final vayan a la *startup* los S/ 50 000 completos, pues de lo contrario se tendría que hacer una devolución al Estado», precisa Aldo Bertello.

EL PRODUCTO

Por supuesto, lo fundamental para una *startup* es su producto, o mejor dicho, crear un producto que sea aceptado por el mercado. Para que esto funcione es necesario lograr el *product market fit*.

«Creo que el emprendedor está aprendiendo de los errores. Nunca es fácil encontrar el famoso *product market fit*, que es cómo tu producto encaja en el mercado. Ese es el principal reto del emprendedor. Creo que muchos gestores están aprendiendo de la experiencia de los más grandes», señala Renzo Reyes, director de StartUPC.

Por ejemplo, alguien que quiera emprender en el rubro de tecnologías educativas sabe, más o menos, qué funciona y qué no gracias a Crehana; si alguien incursiona en logística ya sabe qué funciona o no gracias a Chazki. Y sabe cómo funciona el marketing en las aplicaciones de pedidos gracias a Rappi y PedidosYa.

Actualmente no es más fácil que antes tener éxito en el mercado, pero la probabilidad de éxito es un poco mayor por la experiencia acumulada a través de los casos de éxito y porque hay más consumidores habituados a interactuar en línea.

TRAYECTORIA DEL ECOSISTEMA

Si se observa el ecosistema emprendedor peruano, se puede identificar



Omar Azañedo

su inicio a finales de 2012 e inicios de 2013; desde entonces también se identifican las diversas etapas de crecimiento.

«Diría que se han presentado dos etapas. Una primera etapa va desde 2013 hasta 2016, en ella solamente había concursos para emprendedores. En 2016 se lanzaron los concursos para apoyar las redes de inversionistas ángeles e incubadoras; eso hizo que el ecosistema se dinamizara más rápidamente», detalla Alain Elías, director de la Red de Inversionistas Ángeles del PAD de la Universidad de Piura.

Los inversionistas ángeles aparecen cuando la *startup* crece más allá de lo que le puede brindar un concurso como StartUP Perú y para ser atractiva requiere alcanzar mayores logros. En la actualidad, el Perú cuenta con una red de inversionistas ángeles que ha dinamizado también el mercado.

«Las redes de ángeles se están fortaleciendo mucho en el Perú. De hecho, la que lidera este rubro es Angel Ventures, la red más antigua y la que



alberga a la mayor cantidad de inversionistas ángeles, con tickets de US\$ 50 000 y US\$ 100 000», explica Reyes de StartUPC.

De hecho, esta organización ingresó al Perú en 2015; se trata de una red mexicana que tiene una sede en Lima.

NÚMERO Y CANTIDADES

Con todas estas fuentes de financiamiento se ha logrado que no solo se crezca en número de las *startups*, sino también en las cantidades que año a año vienen invirtiendo este tipo de empresas.

«El año pasado, en general, una estadística señala que aumentó 2,5 veces el financiamiento respecto a 2020; es una cifra importante. También existen números que se manejan en las rondas grandes. Por ejemplo, si se toma en cuenta la serie B de Crehana, estamos hablando de US\$ 70 millones», refiere Mateu Batle, CEO y cofundador de Rextie.

La cifra a la que se refiere Batle se puede encontrar en el más reciente «Reporte de inversiones de capital emprendedor en Perú 2021», de la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (Apecap). En él se señala que mientras la inversión a lo largo de Latinoamérica llegó a los US\$ 14 800 millones en 2021, Perú rompió su propio récord al atraer más de US\$ 124,3 millones en inversiones.

Esto es casi tres veces los US\$ 46 millones «levantados» por las *startups* peruanas en 2020, que fue un año récord, pues se registró más de dos veces el monto «levantado» en 2019. Todo esto a pesar de la pandemia.

ANÁLISIS DETALLADO

El informe también señala que es importante destacar que una sola transacción representó el 56% de todo lo recaudado: la serie B de US\$ 70 millones de Crehana, la cual marcó un hito. Pero incluso si se deja de lado esa inversión, 2021 sigue siendo un año récord en el ecosistema *startup* peruano.

Entonces, ¿el sistema está en franco crecimiento? Las cifras lo muestran claramente. Cada año el monto de las inversiones crece, por lo que se podría decir que el ecosistema está pasando por un buen momento, al menos por el lado del dinero disponible para las compañías.

Sin embargo, al adentrarse en las cifras se puede descubrir algunas particularidades que brindan luces sobre los problemas que, en realidad, están afrontando los emprendedores peruanos a pesar de esta aparente bonanza.

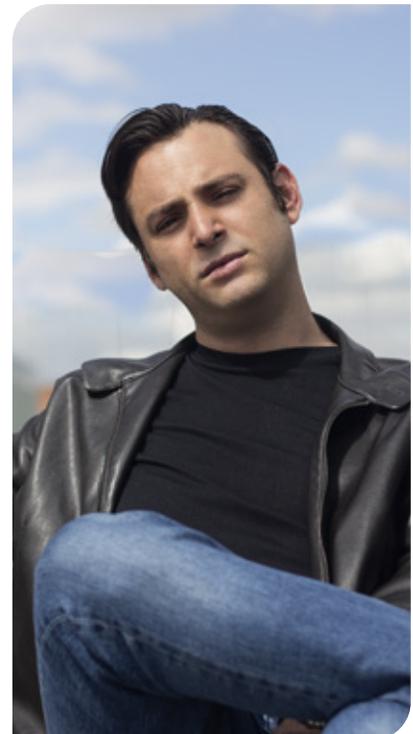
«En comparación con otros años, hay más capital», afirma Renzo Reyes. «Hay más inversión que años atrás, pero concentrada en pocos sectores. Esa es la diferencia», añade.

MÁS CIFRAS

El reporte de la Apecap sostiene que el 59% de las inversiones realizadas en el ecosistema se fueron a *edtech*; es decir, a Crehana. Ahí ya se puede detectar una enorme concentración de la inversión. Además, si se observan los otros sectores la tendencia continúa: el 22% se fue hacia el comercio electrónico, el 7% a *fintechs*, el 5% a logística y el 4% a *foodtechs*, el restante 1% se fue a todos los demás sectores.

Entonces, existe una evidente concentración de la inversión por sectores. Una explicación parcial de esta concentración se puede deber a la pandemia. Es comprensible que los inversionistas busquen *startups* que iban a prosperar en el entorno que se estuvo imponiendo desde 2020.

«La pandemia mejoró algunos negocios, que ganaron más dinero; a les fue mal. Por ejemplo, casas de cambio digitales como Rextie, han facturado muchísimo, porque toda la gente se



Andrés González-Olaechea

¿Qué tanto ha ayudado StartUp Perú?

Es evidente que el Estado, a través de StartUp Perú, ha dado un impulso muy importante al ecosistema, pero ¿qué tan decisiva ha sido la participación del Estado? En una tesis realizada para la Pontificia Universidad Católica del Perú se señala que el concurso StartUp Perú está contribuyendo a la generación de emprendimientos innovadores y al ecosistema de innovación en el Perú, ya que a partir de lo analizado se observa que las *startups* beneficiarias encuentran al concurso como una oportunidad de crecimiento y desarrollo de sus emprendimientos a temprana edad; esto puede verse sustentado a través de la existencia de un total de 133 *startups* de la categoría Emprendimientos Innovadores, pertenecientes a las cuatro primeras generaciones del concurso.

Además, en el mismo documento se señala que se valida la percepción de que el concurso StartUp Perú está influenciando en las *startups* que participan en él, tanto en su crecimiento como en su formación empresarial; es importante precisar que las *startups* beneficiarias se encuentran satisfechas con el concurso durante los 12 meses de permanencia y financiamiento; además cuentan con el apoyo estratégico por parte de las incubadoras pertenecientes al concurso. No obstante ello, estas *startups* consideran que la satisfacción percibida podría ser mayor, ya que existen varios factores que podrían brindarse con mayor dedicación.

Fuente: «El concurso StartUp Perú en la gestión de desarrollo de emprendimientos innovadores», de Lorena Alva del Solar y Claudia Cruz Núñez

vio obligada a hacer las transacciones por la vía digital. Entonces se han registrado los mejores años de su historia. Lo mismo ha ocurrido en las pasarelas de pago y *marketplaces*. Han ganado muchísimo dinero», precisa Aldo Bertello.

CONCENTRACIÓN POR TIPO

Pero no ha sido el único tipo de concentración; también se ha presentado una concentración por tipo de *startup*.

«El crecimiento se ha enfocado en las *startups* más avanzadas, más desarrolladas y que han salido al exterior. Estas *startups* han «levantado» montos muy importantes, que son los de la primera o segunda generación de los años 2013 o 2014, 2016 o 2017. Lamentablemente no existe una siguiente generación de *startups* nuevas, no han aparecido», asevera Alain Elías.

Es más, como añade este especialista, todos los emprendimientos financiados han «levantado» fondos por encima de los US\$ 250 000, pero entre US\$ 50 000 y US\$ 250 000 –correspondientes a las etapas más tempranas de una *startup*– no se ha registrado otorgamiento de fondos.

Ese es un reto que están afrontando las actuales *startups*. Las que recién se inician tienen a fuentes como StartUp Perú para financiarse; las *startups* más antiguas y, por tanto, más grandes (como Crehana) pueden financiarse con inversionistas institucionales; las que quedan en el medio tienen dificultades para atender sus necesidades de capital a fin de crecer.

RESULTADOS DISPARES

Además, si se toma en cuenta que la pandemia ocasionó el cierre temporal del concurso StartUp Perú, se tiene un escenario en el que las grandes *startups* captaron cada vez más inversiones, pero las de menor tamaño tuvieron problemas para acceder a ellas. Los dos años de pandemia han sido buenos para ciertos sectores y tamaños de empresas emergentes, no para todas.

«Tenemos que entender que la pandemia aceleró una tendencia preexistente: por el lado del consumo, las personas estaban cambiando su forma de comprar, lo cual tenía implicancias en el *e-commerce*; por eso vimos emprendimientos de *startups* focalizadas en brindar soluciones y plataformas, unir de una manera ágil y adecuada empresas y clientes», remarca Luis Felipe Oliva.

EL FINANCIAMIENTO

Una característica del financiamiento en nuestro país es que ha sido mayoritariamente extranjero. «Lo que ha ocurrido en el Perú es algo interesante. Quienes han sido los mayores inversionistas han sido extranjeros, tanto a nivel de fondos de capital de riesgo como de inversionistas ángeles. Lo que ocurre es que los inversionistas locales están “al debe”. Son ellos los que se tienen que sumar al financiamiento de las *startups*», señala Oliva.

Esta afirmación es corroborada por las cifras del mencionado reporte



Luis Oliva



Aldo Bertello

de la Apecap. De acuerdo con este informe, de los US\$ 114 millones de inversión por fondos de inversión, el 99% fue de fuente internacional. Algo similar ocurre con las inversiones provenientes de inversionistas ángeles (donde el 64% fue de fuente internacional) y con las inversiones corporativas (100%) y de aceleradoras (98%), que fueron mayormente internacionales.

TAREA PENDIENTE

¿Qué hacer entonces? Realizar acciones para facilitar esos fondos. Como señala Aldo Bertello, «no se cuenta en la actualidad con fondos para invertir en las *startups* que se encuentran en las etapas iniciales; es muy difícil conseguir financiamiento para aquellas firmas que requieren entre US\$ 50 000 y US\$ 150 000».

Por ello, Emprende UP está coordinando con Cofide para diseñar un fondo de US\$ 20 millones para invertirlos en *startups* que quieran captar inversiones de menor monto.

Con esto se dará un paso para revertir la actual situación, que paradójicamente se produce en medio de un crecimiento sin igual de las inversiones en *startups* en el Perú.

«El acceso al financiamiento es todavía difícil. Se limita a ángeles con tickets bastante pequeños y pocos fondos de inversión que invierten en etapas tempranas; no tienen la capacidad de realizar una inversión para una *startup* que está creciendo más; por ello las *startups* que ya han adquirido cierto tamaño tienen que recurrir al exterior», asegura Mateu Batle.

De hecho, la firma de Batle tuvo que recurrir a formas distintas de financiamiento que se pueden presentar como una alternativa para otras firmas que desean crecer.

En su caso, ellos acudieron al *corporate capital*. En pocas palabras, el *corporate capital* es aquel tipo de inversión que proviene de empresas o grupos empresariales que estratégicamente deciden dedicar una parte de sus recursos a realizar inversiones en otras empresas.

Rextie recibió inversión de parte de RPP Ventures bajo la forma de *media for equity*, un tipo de inversión en el que la *startup* recibe financiamiento bajo la forma de espacios publicitarios. Para

una firma que requiere llegar a muchos consumidores esta es una eficaz forma de crecimiento.

«Consideramos a RPP como un aliado estratégico por tener a su disposición todos los canales que nos pueden ayudar a crecer mucho más», comenta Batle.

Es un avance; RPP es un inversionista local que ya ha incursionado en otras *startups*, como Joinnus, Turbodega y Eme, pero el esfuerzo nacional aún queda corto. Quizás una de las razones por las que existe poca presencia de inversionistas locales son las características propias de una inversión en una *startup*.

«Al ser una inversión de muy alto riesgo, pues la mortalidad de las *startups* puede llegar al 60% en los primeros dos años, el inversionista local tiene que aprender que arriesgar dinero en una *startup* no es lo mismo que hacerlo en una empresa normal. La *startup* no tiene garantías ni activos, lo que existe es un equipo al cual vas a apoyar», explica Alain Elías.

LOS INVERSIONISTAS

Si por una parte los emprendedores requieren de asistencia para saber cómo presentarse ante los inversionistas, por otro lado, los propios in-



El caso de una proptech

Las *fintechs*, las *edtechs* y las *startups* de *delivery* no son las únicas que han prosperado en estos tiempos. Al conversar con Andrés González-Olaechea, CEO de Gojom, se puede conocer la forma en que un *tech* distinta, una *proptech*, (del sector inmobiliario) también encontró financiamiento para su crecimiento.

Como relata el ejecutivo, la firma obtuvo una ronda de inversión por US\$ 1 millón, liderada por banqueros de Nueva York, Europa y Technopeak. Ellos vieron el desarrollo tecnológico e impacto de esta *startup* en la cadena de valor del mercado inmobiliario de América Latina, lo que fue un paso clave en la estrategia de la firma para convertirse en la primera plataforma inmobiliaria *one stop shop* de América Latina.

De hecho, las *proptechs* integran una vertical que ya cuenta con 22 unicornios a nivel mundial y es la cuarta área que más capital recibió en 2020; en América Latina, de acuerdo con el ejecutivo, la inversión de los capitalistas de riesgo en el sector fue de US\$ 571 millones el año pasado. Este tipo de *startups* dan liquidez inmediata a los vendedores, agilizan la búsqueda a los compradores y permiten a estos tomar mejores decisiones de inversión.

Además, Gojom ha sido acogida por Y Combinator, una de las aceleradoras de *startups* más importantes del mundo, conocida como «la fábrica de unicornios de Silicon Valley». Esta aceleradora estadounidense apunta no sólo a financiar emprendimientos en sus primeras etapas con capital semilla, sino también a aportar en el desarrollo y refinación de las ideas y modelos de negocio.

versionistas también requieren ayuda para entender esta nueva forma de inversión.

Como señala Elías, normalmente en una *startup* un inversionista no tiene la mayoría, no tiene el control, no tiene garantías y no tiene activos; eso no es fácil de procesar, por lo que la capacitación es importante a fin de entender cómo se tiene que invertir en las *startups* (cantidades pequeñas en varias firmas), cómo se tiene que coinvertir junto a otros inversionistas y entender también que las decisiones, en último término, se tienen que dejar a los fundadores de la *startup*; todo en base a un convenio de accionistas justo para las partes.

«El inversionista que participa en el financiamiento de una *startup* tiene que estar consciente de que se trata de un capital paciente, que va a ir acompañando a la *startup* en su desarrollo, que se requiere en la primera etapa mucha inversión; no va a ver flujo de dinero por un buen tiempo; quizás no va a ver flujo hasta la venta de la empresa», enfatiza Luis Felipe Oliva.

Además, no se debe ver esta inversión como el simple hecho de entregar financiamiento, sino de entregar también apoyo al desarrollo, ayuda con una red comercial y la búsqueda de talentos, a fin de que el fundador y el emprendimiento en sí tengan la capacidad de desarrollarse.

DE NUEVO EL ESTADO

Se aprecia el esfuerzo por parte del sector privado para mejorar el desarrollo del ecosistema emprendedor en el Perú, pero el Estado debe tener un papel importante. Más allá de mantener el funcionamiento de concursos como StartUp Perú, existen otras acciones que puede llevar a cabo. Por ejemplo, tomando nuevamente como referente lo que se hace en Chile: ahí el Estado participa junto con los fondos.

«Una de las acciones que se llevaban a cabo en el país del sur es que el gobierno igualaba la inversión que hacía un fondo. Esto era muy atractivo para



Eddie Valdiviezo

el inversor, porque en realidad duplicaba el valor de su inversión, ya que el gobierno no era accionista. Esto ha permitido que muchas *startups* tengan más financiación y crecimiento; al final es muy bueno para el sector», resalta Mateu Batle.

También existen otras medidas que se pueden tomar, como hacer más rápida la constitución de las empresas o reducir algunas tasas.

EL RUIDO POLÍTICO

Algo en lo que coincidieron prácticamente todos los entrevistados es en que el gobierno debe detener el ruido político que ralentiza el desarrollo económico en general. Con un crecimiento económico más lento es obvio que todas las empresas, incluidas las *startups*, van a tener dificultades para prosperar en el mercado local.

«El ecosistema se desarrolla dando las condiciones para ello. El primero que brinda las condiciones es el gobierno. Esta instancia tiene que establecer las leyes, el tema tributario, tiene que



ordenar el escenario para fomentar el crecimiento de un ecosistema no tradicional. Entonces, lo primero es que el Estado ponga las cosas claras y brinde tranquilidad al emprendedor y al cliente. Eso es lo primero», anota Renzo Reyes.

Probablemente la paz política no se logre en el corto plazo, pero al menos el gobierno ya ha dado otros pasos para seguir desarrollando el ecosistema emprendedor. Además de reanudar StartUp Perú, en junio del año pasado, Produce y Cofide lanzaron el Fondo de Capital para Emprendimientos Innovadores (FCEI). Este será un «fondo de fondos» constituido con recursos públicos y orientado exclusivamente a desarrollar fondos de inversión de capital de riesgo (*venture capital*).

El FCEI cuenta con un aporte inicial del Estado peruano de S/ 70 millones y se espera que en los próximos dos años los organismos multilaterales de la región también aporten dinero. El FCEI podrá participar hasta en un 49% del monto objetivo de recaudación del fondo de inversión solicitante, con un tope de S/ 20 millones por fondo.

El FCEI ha sido bien recibido en el ecosistema emprendedor peruano; de hecho, la primera inversión de este fondo se produjo en febrero de 2022. El fondo canadiense de capital de riesgo

Salkantay Exponential Fund, administrado por la gestora peruana Salkantay Capital Partners, fue el receptor de US\$ 4 millones de los dos millones que Salkantay se fijó como meta de recaudación para invertir en negocios de tecnología financiera, software como servicio (SaaS) y comercio electrónico, entre otros.

EL FUTURO

El futuro de las *startups* depende de muchos factores; algunos de ellos son estatales y otros privados, pero en ambos casos se percibe la necesidad de no dejar a la deriva un sector que ha estado creciendo a tasas sorprendentes en los últimos años. Después de todo son las *startups*, con todo su dinamismo e innovación, las que podrían contribuir en el futuro cercano al crecimiento económico del país, ahora que más lo necesita.

No es de extrañar que ya se esté hablando de que nos encontramos cerca de ver un «unicornio» peruano. El «unicornio» –una figura mítica– es el nombre que se da a una empresa que alcanza una valorización de US\$ 1000; ya hay algunos en la región latinoamericana, pero aún ninguno en nuestro país, por ahora.

Por el lado de los inversionistas locales también se espera que con el tiem-

po comprendan que este campo es nuevo, pero lleno de promesas.

«Lo que debemos tener en cuenta, como inversionistas, es que esta es una clase de activos distinta, que requiere un tratamiento y entendimiento distinto, un apoyo diferente, donde se requiere la colaboración de los inversionistas para lograr el objetivo», subraya Luis Felipe Oliva.

Además, también es necesario que otros actores sigan promoviendo la cultura del emprendimiento. Las universidades son precisamente esos actores que, a través de sus incubadoras y aceleradoras, están cambiando la forma de pensar de los jóvenes emprendedores locales.

Está presente también la tarea de cambiar la forma de pensar, el *mindset*: no evitar el riesgo, sino asumirlo y manejarlo como parte de la evolución de una nueva compañía.

«Se necesita que las universidades sigan promoviendo la prueba y el error, que el emprendedor salga más rápido al mercado a probar sus ideas, que aprenda, se retroalimente y las vuelva a lanzar», finaliza Renzo Reyes.



Renzo Reyes