

INFORME

# El primer unicornio charrúa abre el camino: ¿cómo lograr que más startups den el salto?

El ecosistema emprendedor y de negocios confía en que el ascenso de dLocal al club de startups valoradas en US\$ 1.000: atraiga inversiones y posicione a Uruguay como proveedor de soluciones globales

DIEGO FERREIRA  
Viernes, 18 Septiembre 2020 04:05

Compartir esta noticia



Crecimiento exponencial. Las empresas que se convierten en unicornios se caracterizan por contar con productos o servicios escalables a nivel global.

Cruzar la meta de los US\$ 1.000 millones en pocos años de trayectoria es toda una rareza en el mundo de las startups. Tanto, que en 2013 la capitalista de riesgo Aileen Lee bautizó a ese tipo inusual de compañías como «unicornios». Esta semana, **la empresa fintech dLocal se convirtió en la primera de Uruguay en lograr ese hito**, tras alcanzar una valorización de US\$ 1.200 millones en una ronda de inversión donde captó US\$ 200 millones.

En el ambiente emprendedor y tecnológico ven este suceso como una confirmación del potencial de Uruguay de ofrecer productos de escala global, y a la vez como una señal potente capaz de atraer grandes inversores que impulsen aún más al sector.

En una analogía futbolera, el éxito de dLocal es una hazaña comparable con el Maracanazo, resaltó **Sebastián Olivera, fundador de la Cámara Uruguaya de Fintech**. «Es un antes y un después en la historia del emprendedurismo uruguayo. Tenés un equipo clase A, que juega en las grandes ligas, pero en Uruguay la gente no lo ve; hasta que consiguieron la mayor gesta del deporte nacional y mundial. Es importante lo que se logró, y es muy importante también capitalizar esto en el resto del ecosistema», subrayó.

Galopar como unicornio para una startup surgida hace solo cuatro años en Uruguay parece una utopía.

En mercados desarrollados las empresas se valían por múltiples financieros como el Ebitda (siglas en inglés de beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones), mientras que para las startups no se aplica ese criterio por estar en la etapa de pre-ganancia. En esos casos se examinan métricas como el número y tasa de crecimiento de usuarios, el valor del equipo fundador, el prototipo desarrollado y las estrategias de go to market, detalló Olivera.

«En el caso de dLocal, ha manifestado que ha obtenido resultados constantes desde su fundación, así como tasas de crecimiento orgánicas sostenidas. Uruguay no es un país que esté en los radares de los grandes inversores de riesgo, por lo que para que una empresa local logre captar inversiones de grandes fondos debe desenvolverse mejor que empresas similares de jurisdicciones más activas. Es el caso de dLocal, que además de tener un equipo reconocido, ofrece una propuesta de valor diferencial sirviendo a clientes de gran porte a nivel global, como Uber, Amazon, Nike y Spotify», analizó.

## dLocal desarrolla tecnología que permite procesar pagos en monedas locales para compañías multinacionales. Hoy en día tiene como clientes a empresas globales como Uber, Amazon, Nike y Spotify, entre otras

Alcanzar el número mágico de los «1.000 millones» es una condición necesaria para ser un unicornio. Pero, a su vez, la empresa requiere otros atributos que la eleven en ese camino. «Lo primero es tener una vocación internacional, eso es fundamental», apuntó **Nicolás Jodal, CEO de Genexus**. «Lo segundo, y que me parece que dLocal ha hecho muy bien, es resolver un problema real que la gente tenga», agregó.

La compañía desarrolla tecnología que permite procesar pagos en monedas locales para compañías multinacionales. En su inicio, dLocal surgió como una solución de pago interna de la empresa Astropay, para cobrar sus servicios a los clientes de su operación en Brasil que no podían abonar por tarjeta de crédito. Para ello, se basaron en el medio de pago más popular de Brasil, Boleto Bancario, que se puede pagar con efectivo en cualquier punto del país. Hoy, la compañía opera en 20 mercados.

## En América Latina hay unas 20 startups que alcanzaron una valorización de mercado de al menos US\$ 1.000 millones

«Este hito es un certificado de que una empresa uruguaya, de uruguayos, puede proveer con éxito sus servicios a usuarios y empresas de todo el mundo», celebró **Eduardo Mangarelli, El decano de la Facultad de Ingeniería de Universidad ORT y presidente de Endeavor** cree que una startup con ambición de convertirse en un unicornio debe precisamente tener «una mirada del mercado global, con la capacidad de innovar y diferenciarse, con una visión clara pero también con la habilidad de aprender y adaptarse, y con capacidad de ejecutar persistente y disciplinadamente hacer que las cosas sucedan».

La apertura mental dice mucho sobre la escalabilidad de un proyecto. El primer escollo de una startup en su camino a un valor de 1000 millones es «la barrera mental que nos autoimponemos las empresas que nacemos en Uruguay», aseguró **Leonardo Loureiro, presidente de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI)**. A ello sumó la necesidad de trabajar mucho («el doble por estar en Uruguay»), pasión y una idea muy clara para llevar adelante.

Desde San Francisco (EE.UU.), la emprendedora **Agustina Sartori** dice que en un unicornio se fusionan un buen equipo, una visión y una oportunidad de mercado grande. «El timing tiene que estar de nuestro lado también», agrega la **confundadora de la plataforma de cosmética GlamST**. «En este caso, el mercado fintech tuvo y tiene un crecimiento acelerado en los últimos años que abre las puertas a oportunidades y hay que estar ahí para tomarlas».

### Caso insignia



Inversión. El hito de dLocal puede contribuir a posicionar mejor a Uruguay en el mapa de los grandes venture capitalist. (Foto: Reuters)

En la **industria tecnológica** creen que el logro de dLocal puede ser un nuevo espaldarazo. En **América Latina** hay unos 20 unicornios, por lo que el hito de dLocal bien podría poner a Uruguay en el radar de los **venture capitalists** globales.

«Esto es como la frutilla de la torta, demuestra que no solo tenemos un altísimo nivel en tecnología sino que podemos lograr este nivel de escala, que muchas veces es lo que nos cuestionan cuando vamos afuera», señaló **Ana Inés Echavarren, CEO de la tecnológica Infocorp**. Echavarren destacó el equipo del **unicornio uruguayo**, en especial a sus fundadores, **Sergio Fogel** y **Andrés Bzurovski**, por su inteligencia, capacidad de trabajo y de imaginar un crecimiento exponencial, una posibilidad que muchos empresarios locales ven como un límite, dijo.

Para la ejecutiva, la noticia de dLocal es la mejor del año, dentro de un contexto complejo a causa de la pandemia.

Tener un unicornio es un nuevo paso para mostrar la madurez del ecosistema tecnológico, valoró en tanto Loureiro.

Sartori cree que Uruguay ya recibe mayor visibilidad y reconocimiento entre las corporaciones y fondos de inversión de EE.UU. «Ya no es raro, ya no es un riesgo enorme y no es una incógnita crear tecnología desde Uruguay al mundo. Esto se lo debemos a emprendedores que perseveran, universidades que forman el talento, e instituciones que son clave para apoyar a los emprendedores en su crecimiento», resaltó.

La historia de dLocal seguramente inspire a otros emprendedores uruguayos, anticipó Olivera. «Ahora tienen en esta fintech uruguaya un modelo nacional a seguir. En términos relativos, podría equipararse a lo que sucedió con Skype en Estonia; en dónde la compañía se convirtió en insignia de varios de los unicornios y empresas más exitosas del mundo como Transferwise, Bolt, Verifis».

Es difícil que en un plazo cercano nazcan nuevos unicornios uruguayos, matizó Mangarelli. «Pero sí hay empresas que con el foco correcto, la disciplina en la ejecución y el financiamiento necesario pueden seguir este camino. Las condiciones y el capital humano están».

### LIDERAZGO

## Las operaciones de dLocal tienen líderes jóvenes. El CEO fue uno de los 35 ganadores del concurso «Innovadores menores de 35 Latinoamérica 2018» de la revista MIT Technology Review en español.



**Sebastián Kanovich**  
30 años. Es el CEO, hoy basado en Tel Aviv, que lideró la spin-off.



**Jacobo Singer**  
29 años. Desde Montevideo es COO, pero cuando ingresó era CTO.



**Michel Gofffed**  
31 años. Es el VP de Crecimiento; teje alianzas en San Francisco.



**Sofía Ghuisolfi**  
29 años. Es abogada y lidera negocios en Shanghai (China).

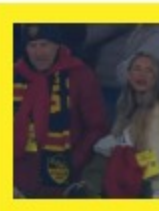
### PedidosYa, otra empresa mítica



La compañía, que pertenece a la multinacional Delivery Hero, tiene una valuación de US\$ 2.000 millones. (Foto: Gentileza PedidosYa)

**PedidosYa** (hoy propiedad de **Delivery Hero**, que cotiza en bolsa) también se convirtió en **unicornio**, de diferente forma. En noviembre, alcanzó los US\$ 1.000 millones de valuación al considerar sus volúmenes de transacción y los múltiplos de la industria. El miércoles, anunció la **compra de las operaciones de Glovo en Latinoamérica**, con lo que PedidosYa elevó su valuación a US\$ 2.000 millones, dijo **Álvaro García**, uno de sus cofundadores. «Estamos en un momento único, una oportunidad impresionante para Uruguay para desarrollar empresas y emprendedores».

### LAS MÁS VISTAS



Los viajes de Toma y una contadora, una denuncia anónima y el partido de la Roma



Mutualistas: el mayor brote del COVID-19 en Uruguay que sigue provocando contagios



Una cita con la muerte: a Federico Olivera lo ataron y él se reía, pensaba que era una broma



Victoria Rodríguez asegura que dejó el tabaco: "Es la gran batalla de mi vida"



Sorpresa de Lacalle por discurso de intendente de Maldonado



Luis Suárez aprobó el examen de italiano que duró 25 minutos



Seba Almada reveló que iba a estar en "La Culpa es de Colón" pero "lo fueron mal"



Lacalle Pou pidió "informe" sobre "grave" caso de Miguel Ángel Toma



Chats revelan acoso en Carnaval: "Sos muy nena, pero podemos tener un amor a escondidas"



"Grande, bomber!": la llegada de Luis Suárez a Perugia para dar el examen de italiano