

Fases de una startup: early stage.

27 de septiembre de 2021



Autor: José Antonio Díaz Campos

Economista y miembro del equipo de trabajo del Proyecto Edufinet.

Artículo publicado en el Diario Sur con fecha 19/07/2021.

En un artículo anterior se abordó la financiación en fase pre-seed y seed de una startup, identificando los principales aspectos relacionados con la financiación de una empresa de este tipo. En este artículo abordaremos las características de una startup en la siguiente fase, conocida como early stage. Una empresa en fase early stage se caracteriza por tener el producto o servicio completamente desarrollado, bien por que ha partido de un producto mínimo viable (PMV), bien por disponer de una base de ingresos o clientes lo suficientemente consistente como para convertirse en una empresa que acabe generando beneficios.

En esta etapa, la empresa se financiará principalmente a través de agentes externos y, a diferencia de lo que ocurría en la fase seed, los inversores estarán compuestos por empresas de capital riesgo, aunque también por business angels, pero con un menor protagonismo. Estos inversores buscarán, como es obvio, maximizar la rentabilidad de su inversión, para lo que es indispensable que el modelo de negocio principal de la empresa sea potencialmente rentable mediante la escalabilidad del mismo.

Para buscar esta escalabilidad habrá que invertir adicionalmente, además de contar con aliados estratégicos y con un equipo de gestión que pueda ir tomando las mejores decisiones en cada momento. Esto se traduce en que la empresa necesitará disponer de fondos para llevar a cabo las inversiones con las que financiar el crecimiento con el que eventualmente podrá conseguir llegar a la rentabilidad, que es lo que esperan los inversores de estas rondas de financiación.

Los fondos, a su vez, se obtendrán de rondas de financiación que, en la etapa early stage, reciben el nombre de "serie A", aunque también hay otras rondas llamadas "serie B y C", que están más enfocadas a empresas en fase de crecimiento (growth) y de expansión.

Las rondas de financiación "serie A" se otorgan a empresas para que, principalmente, terminen de perfilar sus productos y servicios de cara a su lanzamiento, así como para llevar dichos productos y servicios a nuevos mercados.

Y esto es lo que ocurrió, por ejemplo, en el caso de Uber, que, en febrero de 2011, accedió a su segunda ronda de financiación externa, ya en "serie A", en la que recaudó 14,6 millones de dólares. Por aquel entonces, la empresa, liderada por el equipo fundador, compuesto por Garrett Camp y Travis Kalanick, ya había desarrollado un PMV y había lanzado sus servicios al público a través de una APP.

A partir de entonces, la empresa comenzó a expandirse y a diversificarse poco a poco, lanzando en el año 2012 UberX, una opción en la que los usuarios podían contratar los servicios de transporte a un precio mucho más económico que el inicial, y que permitía usar coches personales para trabajar como conductor a través de la APP. En 2013, la empresa ya estaba operando en más de 30 ciudades. En 2014, año en el que se lanzó Uber Eats, la empresa ya había recaudado más de 1.800 millones de dólares.

Toda esta expansión fue posible gracias a la financiación externa recibida por esta empresa y a la confianza de los inversores que fueron invirtiendo en las distintas rondas de financiación. No obstante, el largo periplo

de Uber hasta su salida a bolsa en 2019 no debe hacernos perder de vista que invertir en startups tiene un riesgo elevado, y que la mayoría de ellas acaba fracasando.

(*) Edufinet es un proyecto promovido por Unicaja Banco y la Fundación Unicaja.