

Las fases de una “startup” desde el punto de vista de la financiación (IV)

1 de noviembre 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 20/09/2021.

Este es el último artículo de la serie sobre financiación de ‘startups’, y en él se va a abordar la fase final por la que pasan este tipo de compañías. Se trata de la llamada “fase de expansión”, que se caracteriza porque el negocio de la ‘startup’ ya está consolidado y cuenta con una presencia destacada en su mercado de origen. No obstante, que la presencia esté consolidada no quiere decir que la empresa no siga experimentando rápidos crecimientos, como suele ocurrir en la mayoría de los casos, tanto a nivel de ingresos como de generación de caja.

Sin embargo, estos crecimientos pueden llegar a tener un efecto contraproducente, en el sentido de que es importante no “bajar la guardia” y seguir buscando nuevas oportunidades, ya que una vez que la expansión comienza a decelerar también lo suele hacer la valoración que el negocio puede llegar a alcanzar, impactando de lleno en el grado de accesibilidad y el coste con el que se puede encontrar financiación.

Por tanto, si el negocio está bien establecido y hay que seguir creciendo, quedarán dos vías para conseguirlo: bien expandirse fuera del territorio o mercado de origen, bien diversificar el negocio a otros productos y servicios.

En el caso de la expansión, quizás la forma más rápida de hacerlo es mediante crecimiento inorgánico, lo que consiste en la adquisición de otra ‘startup’ que esté operando en la geografía o mercado de destino. En el caso de acometer esta expansión mediante crecimiento orgánico, que, básicamente, consiste en la creación de agencias o de una filial partiendo desde cero, llevará mucho más tiempo establecerse, pero el riesgo será menor.

En cualquier caso, de optar por la vía inorgánica, la planificación es fundamental, y no sólo en la vertiente económica (coste, perfil financiero de la empresa tras la adquisición, generación de posibles sinergias, etc.), sino también desde la comercial, en el sentido de que los productos y servicios ofrecidos en la nueva geografía o mercado deben seguir la propuesta de valor de la empresa pero, al mismo tiempo, han de adaptarse a los requerimientos específicos.

Y, para llevar a cabo todo lo anterior, la financiación se antoja de nuevo como imprescindible. En esta etapa de expansión, además de los fondos de *venture capital* y de capital riesgo, podrán llegar a encontrarse nuevos tipos de inversores como son los *hedge funds* y los bancos de inversión, sobre todo si la expansión es internacional.

Las ‘startups’ se suelen financiar en esta etapa mediante rondas de inversión que reciben el nombre de “series C” y que normalmente suelen constituir la última ronda de financiación para incrementar la valoración antes de preparar a la empresa para su posible salida a bolsa (OPV). Si la empresa funciona adecuadamente, la OPV representará la última captación de fondos de carácter interno que se realice, ya que los inversores participan en el capital de la empresa. No obstante, es preciso señalar que las empresas, después de salir a bolsa, siguen financiándose, aunque lo suelen hacer en su gran mayoría mediante financiación externa en forma de emisión de valores de renta fija o de préstamos y créditos con instituciones financieras y proveedores, sin descartar las ampliaciones de capital.

No obstante, hay ‘startups’ que continúan recibiendo financiación en posteriores rondas (series D y E). Esto ocurre en los casos en los que no se han conseguido los objetivos marcados en la ronda de serie C.

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