

El acceso a la financiación complica el nacimiento de 'unicornios' españoles

Hace a penas unos días, Idealista pasaba a formar parte de esa exclusiva y limitada lista de unicornios españoles. Un número muy reducido frente a otros países de Europa

Rocío Regidor. Fotos: istock

La adquisición de Idealista por más de 1.300 millones de euros ha puesto de relieve que el ecosistema emprendedor español progresa y madura a buen ritmo, pero todavía está lejos de otros países que comenzaron antes esta andadura, es uno de los factores que produce que ahora mismo haya un mayor número de inversores, proyectos y unicornios en otras regiones del Viejo Continente. Un crecimiento desigual también entre Europa y EEUU, cuna de las *startups* por excelencia.

Al margen de la tradición emprendedora, el primer punto clave es la financiación. Según la publicación especializada *Pitchbook*, en 2019 las *startups* estadounidenses



recibieron 136.500 millones de dólares (115.300 millones de euros, al cambio actual) de inversión, frente a los 25.300 millones de dólares de Europa (21.370 millones en euros) y los 721 millones que recibió España según los datos de la patronal del sector, Ascri. Más de 114.500 millones de diferencia que han servido para alimentar a las *startups* estadounidenses para que crezcan fuertes y se conviertan en unicornios. Y es que, el gran problema viene del acceso a la financiación.

“Que una *startup* se convierta en un llamado *unicornio* implica que su valoración en la última entrada de socios ha sido superior a mil millones de euros, por lo tanto, el momento actual de mucha liquidez ayuda a que cada vez haya más *startups* que adquieran el título de *unicornios*”, explica Javier Bustillo, socio de ECIJA, a *elEconomista Capital Privado*. El ejemplo lo tenemos en el portal de vivienda Idealista que pasaba hace unos días a formar parte de esa exclusiva y limitada lista de unicornios españoles que completan Cabify, Glovo, LetGo y Edreams.

“Lo de los unicornios es un tema, te lo digo como inversor, que recibe excesivo protagonismo porque para un fundador y para un inversor de *venture*, lo importante no solo es el valor final de venta sino lo que se ha invertido en la compañía”, asevera Alberto Gómez, vicepresidente de ASCRI y cofundador y managing partner de Adara Ventures, en conversación con *elEconomista Capital Privado*. A su juicio, una empresa en la que se hayan tenido que invertir 500 millones para luego vender por 1.000 es menos atractiva que una en la que se han invertido 150 para venderla en 600 millones. “Aquí ha habido empresas que se han vendido por muy buena cantidad como Idealista, lo importante es que cada vez haya más casos de éxito en España, más que el listón de los mil millones de valoración, porque eso anima a la gente a emprender, a aspirar a algo grande”, añade.

Los expertos del sector consultados coinciden en destacar que el ecosistema de *startups* en España se ha transformado radicalmente en los últimos años. Desde Écija se muestran optimistas y consideran que en España cada vez un mayor número de inversores ponen sus ojos en el capital riesgo y en la inversión de proyectos innovadores, eso está ayudando a que grandes proyectos de este país tengan el apoyo que necesitan para lograr triunfar. “Creo que nos podemos sentir orgullosos en cómo se ha

721

Es la inversión que recibió el segmento de ‘venture capital’ en 2019, según Ascri

desarrollado el ecosistema emprendedor y cuantos grandes emprendedores han ayudado a que eso ocurra”, asegura Bustillo.

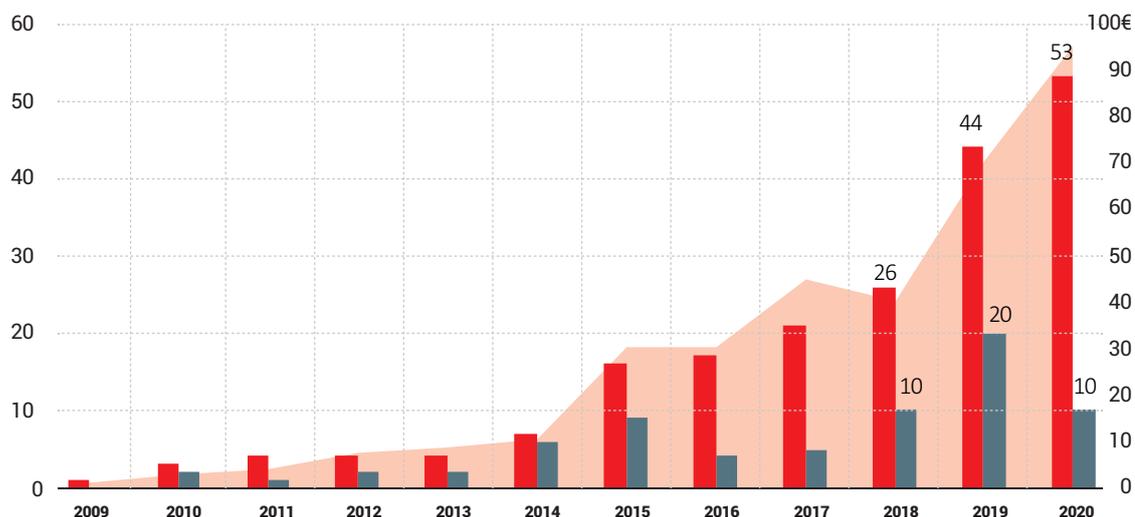
Por su parte, el vicepresidente de Ascri considera que se trata de un proceso evolutivo en el que tenemos que mantener el ritmo e incluso apretar y acelerar al tiempo que coincide en destacar que “se ha avanzado muchísimo en los últimos diez años”. El tema de Idealista tiene una connotación interesante, asegura, ya que la compra por esos elevados



La evolución de los 'unicornios' europeos

Datos en billones de €

■ Valoración de los unicornios agregada ■ Unicornios acumulados ■ Nuevos unicornios



Fuente: Pitchbook (30/06/2020).

elEconomista

valores ha sido por un fondo de *private equity* europeo. "Eso es nuevo y es interesante. Y esto es bueno, esto anima también a que el mercado se anime y vaya siguiendo los pasos que marcan los americanos", asegura.

La economía está inmersa en un profundo cambio cultural en el que lo único que se sabe del incierto futuro es que primará la innovación y lo digital. Una estrategia, y más en medio de la pandemia, que la Administración Pública quiere fomentar a través del ICO. "La apuesta de Fond-ICO en esta convocatoria es clara y decidida para apoyar a la innovación en todas sus fases, desde el momento más embrionario hasta el crecimiento y la expansión. Esta ayuda continuada y de gran calado ayuda a acelerar la maduración de nuestro ecosistema emprendedor", señala Bustillo.

Un programa de apoyo a las empresas que ha sido "francamente fantástico", según el vice-

presidente de Ascri. "Incluso en esta reciente convocatoria que se presenta en estos días, el ICO ha hecho un esfuerzo por ampliar la cantidad de fondos que podrían salir seleccionados, el ICO lo está haciendo fenomenal y poniendo todo de su parte. Eso es muy bueno para el ecosistema", añade. Y es que, la mayoría de fondos en España cuentan de una forma u otra con financiación del ICO o del Fondo Europeo de Inversiones, por lo que el empujón público es clave.

¿Barreras al crecimiento en España?

El aspecto complicado en el acceso a la financiación está en el sector industrial privado. "Hay un tema que es el institucional, me refiero a fondos de pensiones, empresas de seguros, carteras grandes, etc., en esto en España la inversión que tienen en alternativos es ínfima, es que casi no hay", explica Gómez. "El ICO hace mucho, pero puede apalancar con fondos públicos la inversión privada. Lo que hace falta es inversión privada", añade. Además del



Capital Privado

elEconomista.es

acceso a la financiación, las barreras legales y el entorno también dificultan el crecimiento de las *startups* en España. Para crecer rápidamente, necesitas que tu entorno esté adaptado a ese crecimiento y a lo rápido que se mueven las empresas tecnológicas, empezando desde las leyes que incentivan fiscalmente la inversión en empresas tecnológicas -si eran pocas, además ahora se ha tratado de acotar el flujo de inversión extranjera en España a sectores estratégicos- hasta la carga social que tienen las pequeñas empresas para afrontar la contratación de personal para crecer, explican desde Écija. "En España, sigue pesando más la inversión en ladrillo y es lo que se incentiva desde las políticas fiscales. Hasta que no cambie esa cultura, difícil ver ese crecimiento aquí", explica Oliver von Schiller, socio de ECIJA Advisory.

Finalmente, hay una serie de barreras "como la fragmentación del mercado, el favorecimiento de las empresas de los sectores tradicionales, poca cultura de cooperación e innovación" que son difíciles de medir, pero que confía en que "irán cayendo por su propio peso".

¿Cómo ser un unicornio?

Dicho todo esto, ¿qué tiene que hacer una empresa de base tecnológica para conseguir una valoración superior a los 1.000 millones de euros? Pues no es fácil, lo fundamental, destacan los expertos, es ser conscientes de que debe estar enfocada a un mer-

Los expertos apuntan a que hace falta inversión privada en el sector para crecer

cado a escala global. Nuestro competidor ya no es el del pueblo de al lado, es cualquiera en cualquier país y más nos vale ganar tamaño y *know-how* si queremos competir.

La mayor clave para un unicornio es el potencial tras haber contrastado el modelo de negocio y sus posibilidades de expansión. "En España hemos adolecido de una falta de ambición global en los proyectos empresariales y eso ha limitado mucho el tamaño de las compañías, que en el mejor de los casos tienen modelos de negocio muy sanos, pero muy locales y no quieren o no saben cómo expandirlos internacionalmente", explica Von Schiller.

Otra recomendación fundamental es que el emprendedor debe estar dispuesto a reclutar a un equipo de gestión de muy alta calidad. "Esto no se hace con tus amiguetes del colegio", apunta el vicepresidente de Ascri. "Tienes que estar dispuesto a fichar a la gente que es mejor en donde esté. El egocentrismo es muy difícil que funcione".



Wallapop, uno de los unicornios españoles.



Cabify, uno de los unicornios españoles.

Por último, y no por ello menos importante, es clave la financiación. Es clave buscar inversores potentes, hacer un buen *fundraising*... Además de un grupo humano que ayude a desarrollar la organización, el emprendedor tiene que saber buscarse los apoyos, los recursos de aquellas fuentes "que no solamente tienen dinero, sino que tienen contactos para crecer, esto es importante y es necesario moverte fuera de tu entorno más íntimo", explica el vicepresidente de Ascri.