



■ Un estudio hecho por el brazo de inversión de Telefónica reveló que son cada vez más las empresas apostando por la innovación en Latinoamérica.

POR J. ANTONIO ALBURQUERQUE

Las inversiones de capital de riesgo corporativo, mejor conocidas como CVC por su sigla en inglés, son cada vez más atractivas para las grandes compañías de América Latina, que buscan impulsar la innovación y diversificar sus fuentes de inversión.

Ese fue el hallazgo de un estudio elaborado por Wayra Hispam, el brazo de innovación de Telefónica, en colaboración con Global Corporate Venturing (GCV).

Según el reporte, el número de fondos activos se ha duplicado entre 2020 y 2023, convirtiendo a la región en una de las de mayor crecimiento a nivel global.

Solo el sector de capital de riesgo corporativo ha aumentado de 10% en 2020 a 15% en 2023, contrario a la tendencia mundial de contracción.

“Cuando se comparan los resultados globales, el CVC anda cerca del 25%. Entonces, ¿cuál es el mensaje como región? Venimos creciendo, pero aún tenemos una oportunidad muy grande de llegar hasta el benchmark”, comentó a DFSUD el director de Wayra Hispam, Agustín Rotondo.

En esa línea, el 80% de las inversiones en startups innovadoras está concentradas en cuatro países: Chile, Argentina, México y Colombia.

Y, si se hace un doble click a los mercados basándose en las sedes centrales de las compañías activas, Argentina es el país líder de la región, con un 25%.

Le siguen México y Chile, con un 20,8%, y luego aparece Colombia, con 10,5%.

“Hace cuatro años, el 25% de los corporate ventures que estaban en América Latina, tenían sus casas

matrices dentro de la región. Se invirtió fuerte y ahora es en torno a 78%”, explicó, en tanto, el gerente del área de innovación de Wayra en Chile, Sebastián González.

Empresas y sectores

Cuando se analizan los sectores a los que pertenecen las empresas que invierten a través de CVC, el estudio reveló que el 27% están ligadas a la industria (manufactura, químicos, agricultura, entre otros), mientras que un 24% provienen de firmas financieras, al igual que las de energía.

“Muchos de los primeros corporate ventures que se lanzaron a nivel global vienen de industrias más tecnológicas y de servicios financieros. Por eso era más natural para Telefónica, Santander, BBVA y Facebook, etc, tener un fondo de venture capital; pero para una empresa mega productiva, como CMPC o un SQM que está en la industria de la minería, tenerlo no era tan así”, detalló González.

Argentina, México y Chile lideran la región en inversión de capital de riesgo corporativo, según Wayra Hispam

El otro sector atractivo es el del área del consumidor (que incluye el e-commerce, comida, ropa) con un 22% de participación, mismo porcentaje que obtuvo la industria del transporte y logística.

Estrategia de inversión

El estudio también destacó que la mayoría de las empresas que desembolsaron capital se inclinó por startups dedicadas a los servicios financieros, transporte, movilidad y logística.

“Uno pensaría que solo los bancos invierten en fintech, pero no es así. Nosotros (Telefónica) como compañía lo hacemos, porque creemos que pueden hacer más eficientes nuestros procesos financieros, así como darle al cliente una mejor experiencia de cara a las transacciones”, señaló Rotondo.

Otros sectores que destacan son tecnología de retail (con un 45%), las foodtech (37%) y energía (37%).

Por otro lado, se reveló que el 64% de los fondos actuales son menores a US\$ 50 millones, lo que denota que las firmas prefieren invertir tickets más pequeños en startups en etapas tempranas.

También indicó que si bien la mitad de los CVC busca rendimientos financieros similares a las inversiones tradicionales, un 74% de las firmas prioriza las apuestas estratégicas, en base a información sobre sectores emergentes y oportunidades más allá de su negocio principal.

En cuanto a la madurez de los desembolsos, un 55% de las empresas están en una fase temprana con menos de cinco años, 32% tienen entre cinco y nueve años, y 14% tiene más de 10 años de haberse creado.



Agustín Rotondo, director de Wayra Hispam.

“¿Cuál es el mensaje como región? Venimos creciendo, pero aún tenemos una oportunidad muy grande de llegar al benchmark”, dijo Agustín Rotondo.