

UN HITO DE LOS NEGOCIOS

¿Qué hay tras la primera empresa uruguaya “unicornio”, valuada en US\$ 1.200 millones?

La empresa dLocal captó US\$ 200 millones en inversión en una ronda de capital donde fue valuada en US\$ 1.200 millones, con lo que se convirtió en la primera “unicornio” del país.

M. DOBAL / F. TISCORNIA

Miércoles, 16 Septiembre 2020 04:00

Compartir esta noticia



Su COO Jacobo Singer dijo a El País que haber alcanzado una valuación de US\$ 1.200 millones es un “sello de confianza”. Foto: El País.

En el mundo de los negocios, los “**unicornios**” son empresas emergentes con base tecnológica que en muy poco tiempo llegan a valuarse en US\$ 1.000 millones o más. Desde ayer, la firma **dLocal se convirtió en la primera empresa uruguaya** en lograr este hito.

“Durante mucho tiempo pareció difícil tener un **unicornio uruguayo**, felicitaciones a Sergio Fogel y Andrés Bzurovski por haberlo logrado”, comentaba ayer el presidente de Young Uruguay y Wunderman Thompson e integrante del Comité de Evaluadores de la Agencia de Investigación e Innovación, Álvaro Moré. La **fintech uruguaya dLocal** es una una spin-off de la empresa que dirigen Fogel y Bzurovski, Astropay.

Ahora dLocal pasó a integrar un grupo selecto en América Latina de empresas “unicornio” entre las que se encuentran las argentinas Mercado Libre, Globant, AuthO, Despegar, OLX, las brasileñas B2W, Nubank y 99 y la colombiana Rappi.

¿Cómo llegó la uruguaya a marcar este hito? dLocal, que ayuda a compañías internacionales a procesar pagos en **mercados emergentes**, obtuvo US\$ 200 millones en una ronda de financiamiento de capital para expandirse. Esa fondeo estuvo liderado por la empresa inversora en capital de crecimiento General Atlantic, con la participación de la firma Addition que invierte en startups en etapas tempranas o en etapa de crecimiento.

Al obtener esa expansión de capital, la uruguaya dLocal pasó a estar **valuada en US\$ 1.200 millones**. La valuación, que convierte a la empresa en un “unicornio”, le otorga un “sello de confianza”, tanto para los clientes como para los inversores, dijo en diálogo con El País Jacobo Singer, Chief Operating Officer de dLocal.

“Es un sello de validación muy importante a muchos años de trabajo y esfuerzo de todo el equipo”, remarcó.

“Lo que buscábamos con esta ronda de capital era, fundamentalmente, el calibre de los socios que se están sumando a la compañía para ir hacia el siguiente nivel. Más allá del capital, era sumar a dos socios estratégicos como General Atlantic y Addition, que han demostrado ser históricamente socios de calidad en esta industria. Estábamos buscando la experiencia y trayectoria”, explicó.

“Ellos han sido inversores en diferentes etapas de empresas como Alibaba, Facebook, Slack, y en el mundo de los pagos han tenido recorrido en los inicios de Adyen”, ejemplificó. Esta última es **competidora de dLocal**.

“En el mundo real y no digital, la contracción es muy real. En el mundo digital, no es así. Es por eso que no nos inmutamos” ante la crisis que generó en América Latina el **coronavirus**, dijo al diario estadounidense Wall Street Journal, Martín Escobari, co-presidente, director gerente y jefe para la región de General Atlantic.

La **empresa uruguaya** espera generar ingresos por US\$ 150 millones este año, desde más de US\$ 60 millones que tuvo en 2019, dijo el Chief Executive Officer de dLocal, Sebastián Kanovich al Wall Street Journal.

dLocal hoy tiene presencia en 20 mercados. Con el capital obtenido (US\$ 200 millones) busca ampliar su presencia geográfica y fortalecer la relación con sus clientes, entre los que figuran gigantes como Netflix, Spotify, Amazon, Booking, Uber y Didi Chuxing.

“Uno de los planes que tenemos a corto o mediano plazo es sumar 13 mercados nuevos en 18 meses. El crecimiento geográfico es fundamental, acelerar la **expansión de dLocal** en mercados emergentes. Hoy tenemos mucha presencia en América Latina, África, el Sudeste Asiático y queremos seguir creciendo en Centroamérica, África y Asia. Es una de las apuestas grandes de la compañía, una meta muy ambiciosa y agresiva, pero que tenemos todas las herramientas para lograr”, señaló Singer.



Jacobo Singer, COO de dLocal. Foto: gentileza dLocal.

La empresa **desarrolla tecnología** que permite recolectar pagos en monedas locales para empresas multinacionales y cobra una comisión por cada transacción, similar a lo que hace una tarjeta de crédito. Eso ayuda a las multinacionales a ingresar en **mercados emergentes**, que suelen ser complejos de penetrar. América Latina es el mercado más grande para dLocal.

“Expandirnos en sí es desarrollar productos, porque quizás en Latinoamérica uno está acostumbrado a pagar con medios de pagos alternativos, en redes de cobranzas, por transferencia bancaria o con tarjeta de crédito en cuotas, pero en India tal vez es más popular pagar con billeteras electrónicas. Entonces, nuestro desarrollo de producto está en entender en cada mercado cuáles son las especificaciones de los sistemas de pagos y eso englobarlo en una única API”.

Mucha de esta expansión tiene que ver con necesidades de los clientes, que se potenciaron en el contexto actual.

La **pandemia del COVID-19** aceleró los **procesos de digitalización** y de comercio electrónico de las empresas.

“La demanda creció abruptamente”, dijo Singer. De hecho, en los últimos seis meses la empresa debió incorporar 70 empleados, lo que elevó la plantilla a 280 (cerca de 200 trabajan desde Uruguay).

Algunos de los argumentos de dLocal para lograr captar capital fueron, según Singer, su experiencia local (tiene presencia con sus equipos en todos los mercados donde opera), la tecnología de la que dispone, el portafolio de clientes y también sus equipos de trabajo.

Hay 63 fintech en Uruguay

El sector fintech creció exponencialmente tras la crisis global de 2008. El Banco Interamericano de Desarrollo relevó 1.166 startups de este tipo en 2018 en 11 segmentos de negocio. A su vez, la Cepal publicó en junio un informe sobre los desafíos y oportunidades del sector en Uruguay, donde identifica a 63 empresas fintech. El segmento más destacado es el de desarrollo de productos tecnológicos específicos para instituciones financieras, seguido por el de préstamos a través de una plataforma electrónica y el de pagos y remesas. El informe de Cepal consigna también que las inversiones de capital de riesgo en tecnológicas en América Latina se duplicaron en 2018 y alcanzaron una cifra cercana a US\$ 2.000 millones, con un 25% en **empresas fintech**.

LAS MÁS VISTAS



Murió el actor Hugo Asencio, galán televisivo de los ochenta, tras dar positivo de COVID-19



Jorge Rial cargó contra los famosos argentinos que se van a Uruguay: “Son exiliados conchetos”



Operación Océano: penalistas acusan a fiscal Viera de “violiar” fallos y dar información incompleta



¿Qué hay tras la primera empresa uruguaya “unicornio”, valuada en US\$ 1.200 millones?



El amor de una española y un puntesteño pudo más que el mar, el viento y la COVID-19



Auge de contactos: la mutación que la pandemia del coronavirus tuvo en Uruguay



¿Qué pasa si no voto en las departamentales? Multa, justificación y el plan B de la Corte



Autocrítica de Mujica por expresiones sobre desafuero de Manini: “Mejor no lo hubiera dicho”



¿Y la rotación? El plan de Mario Saralegui no funcionó y Peñarol regaló un insolito partido



Denuncian que Daniel Martínez viola la normativa municipal de publicidad electoral

Nuestra Comunidad



Únase a la comunidad y haga que su opinión sea importante

Comentar



AdChoices Sponsored