

En un ecosistema de inversión en capital de riesgo apoteósico e impulsado por la caza de los míticos unicornios, startups valoradas en más de US \$1 billón, tímidamente, pero con mayor relevancia, se asoman nuevos animales. **Camellos y cebras** proponen un modelo de crecimiento realista, que no deja de lado las bases financieras de la utilidad y tampoco el impacto que genera en sus diferentes stakeholders.



Existen **dos tipos de compañías**: está el animal mitológico que crece, pero tiene un estado de resultados (balance) negativo y no entiendes cómo funciona. Por otra parte, tienes a aquellos que, si bien crecen a un paso rápido, tienen números verdes”.

Las grietas del modelo de crecimiento a toda costa (growth at all costs) ya comenzaron a aparecer. Algunos de los unicornios que eran las superapuestas del mundo privado sufrieron un golpe de realidad al salir al mercado público y su millonaria valuación se fue devaluando al exponer su bajo margen. La crisis de la pandemia las hizo perder aún más.

Ejemplos unicornios:

- WeWork pierde 3.200 millones de dólares y reintentará salir a Bolsa (2019)
- Uber reporta pérdidas netas de 1.388 millones de dólares entre enero y septiembre de 2021

Cómo sobrevivir en el desierto

En un ecosistema diseñado para criar unicornios, otros animales están tomando mayor protagonismo. Entre ellos, los camellos, compañías que **no solo buscan crecer**, sino también **asegurar utilidades para los fundadores** y para sus accionistas a largo plazo.

La característica principal de los camellos y su diferencia central con los unicornios— está en su **manejo de capital** basado en la priorización de la sostenibilidad, manejando el equilibrio entre el crecimiento rápido y flujo de caja desde su fundación. Es decir, “no quemamos dinero que no tenemos”.

Las startups camellos tienen otra característica que los diferencia de los unicornios: levantar fondos de inversión sólo cuando sea necesario. ***El dinero siempre es un mecanismo que va a ayudar, pero no siempre es óptimo recibir inversión, porque también se incrementan los posibles problemas***

Si el mantra de los **unicornios** es “crecimiento a toda costa”, el de los **camellos** es “la supervivencia es la estrategia número uno”.

Los camellos no necesitan cobrar un precio que infravalora su producto o servicio para matar la competencia o penetrar un mercado, como tampoco necesitan inversiones gigantescas para sostener su estrategia de marketing para mantenerse relevantes. De esta manera, la curva de capital de los startups camellos no cae tan profundamente como lo haría el de un unicornio, sino que la **estrategia permite mitigar este valle de la muerte**, el período en el que las compañías alcanzan el punto más negativo de su flujo de caja.

Cómo impactar positivamente en el mundo de las cebras

Luego de cinco décadas de defender la ideología de “maximizar el valor del accionista”, nace un nuevo modelo, ***las compañías ya no son un ente separado de los fenómenos mundiales que solo responde a los intereses de sus accionistas***, sino que son una parte interesada – un stakeholder – del futuro común, por lo que deben trabajar para “mejorar el estado del mundo”.

Las cebras persiguen un modelo de negocios que considera una “línea de triple impacto” – Personas, Planeta y Beneficio— extendiendo los beneficios tanto a los accionistas como a las comunidades y a los empleados.

Las cebras son startups que no solo buscan crecer y generar beneficios a sus accionistas, sino que además quieren resolver problemas reales y profundos y reparar sistemas sociales existentes. Es decir, son empresas blancas y negras.

Una fuente de desafíos e inspiración para las cebras lo podemos encontrar en los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, los cuales agruparon 17 grandes objetivos.

Si el objetivo final de un startup unicornio es el crecimiento infinito y entregar dividendos a sus accionistas, las cebras quieren impactar todas las áreas de la industria al que pertenecen. En consecuencia, toda la cultura de la compañía, estrategias para el éxito y los productos y servicios son influenciados por su propósito.

Al igual que los camellos, las cebras no sacrifican la sostenibilidad a largo plazo, por lo que tampoco infravaloran el precio de sus productos o servicios.

Ejemplos Cebras

- [Chile es el país con más empresas B](#) per cápita en el mundo. De acuerdo con [Sistema B](#), Chile hoy tiene **más de 200 empresas B**, lo que posiciona al país como el segundo con más empresas B en Latinoamérica, sólo detrás de Brasil.
- **Betterfly** se acaba de transformar en la **primera empresa social en adquirir el estatus de unicornio**
- [Trabajos con sentido](#)
- Green glass

Llamo abiertamente a no creer en programas como el de Wharton que ofrecen enseñarte cómo construir el siguiente unicornio,

<https://online-execed.wharton.upenn.edu/construir-un-unicornio>

Crear algo nuevo es una de las acciones más gratificantes que podemos experimentar. Si además nuestra creación consigue generar un impacto positivo en el mundo, sentiremos que aquello que hacemos y nuestra propia vida tienen sentido.

Herramientas:

[Purpose Launchpad](#) para construir organizaciones guiadas por su propósito

El lienzo del modelo de negocio B (by [innodriver](#))

