



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO**

**“ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ESTRATÉGICA
ESTABLECIDA ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y
STARTUPS EN EL PERÚ”**

**Monografía elaborada por
ANNIE CHUMACERO POLO**

Lima – Perú

2017

DEDICATORIA

A mis padres, por su infinito amor, su esfuerzo y su sacrificio en todos estos años, sin ustedes no estaría donde estoy ahora, es un placer ser su hija y jamás mereceré todo lo que me han dado.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1	6
PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: STARTUPS	6
1.1 Definición de Startup	6
1.2 Características e importancia de una Startup	8
1.2.1 Creación o formación de una idea innovadora:	8
1.2.2 Innovación y tecnología:	9
1.2.3 Crecimiento Escalonado:	10
1.2 Objetivos de las StartUps:	11
1.3 Fuentes de financiación de inversión de las Startups:	12
1.4.1 Capital Propio:	12
1.4.2 Capital Semilla:	12
1.4.3 Family, Friends o Fools (3Fs):	13
1.4.4 Inversionistas Ángeles:	13
1.4.6 Incubadoras:	14
1.4 Iniciativa Startup Perú: Ministerio de Producción	15
1.5 Principales ubicaciones de las Startups en el Perú:	18
1.6 Modelo de negocio de Startups en el Perú: Estudio de casos	20
1.7.1 Comparabien	20
1.7.2 Mi Media Manzana:	22
CAPÍTULO 2	24
MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE DIFUNDEN TEMAS DE EMPRENDIMIENTO Y STARTUPS EN EL PERÚ	24
2.1 Importancia de los emprendimientos y startups para los medios de comunicación	24
2.2 Medios Impresos y digitales	25
2.2.1 El Comercio	26
2.2.2 La República	28
2.2.3 Perú 21:	31
2.2.4 Gestión	32
2.2.5 Trome	33
2.3 Medios Televisivos	34
2.3.1 América Televisión	35
2.3.2 Canal N	36

2.3.3 Atv y Atv+	36
2.4 Medios radiales y digitales	37
2.4.1 RPP Noticias	37
2.4.2 Capital	38
CAPÍTULO 3	40
ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ESTRATÉGICA ESTABLECIDA ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y STARTUPS EN EL PERÚ: ESTUDIO DE CASOS	40
3.1 ¿Cómo se da la relación entre medios de comunicación y Startups?	40
3.2 Startups como fuentes de información para los medios de comunicación: Estudio de casos.	41
3.2.1 Comparabien	42
3.2.2 Mi Media Manzana	46
	59
	59
	61
Bibliografía	62

INTRODUCCIÓN

Las startups, son emprendimientos innovadores que se apoyan en la tecnología para solucionar problemas de la sociedad, por lo que están tomando mucha relevancia en esta época ya que genera desarrollo económico y tecnológico en el país.

Los medios de comunicación cumplen un papel muy importante en el impulso de estas iniciativas pues difunden sus historias de éxito para motivar a otros a emprender, de la misma forma las apariciones de las startups en prensa son su única manera de generar visibilidad y confianza entre el público.

Es aquí donde surge una relación estratégica entre medios de comunicación y startups y la investigación tiene por objetivo demostrar que las startups han desarrollado una relación sirviendo como fuentes de información para lograr posicionarse y generar rentabilidad.

Este trabajo es importante porque esta estrategia establecida entre medios y startups aún no está diversificada en todo el entorno emprendedor peruano, por lo tanto no es aprovechada ni muy tomada en cuenta a la hora de establecer las estrategias de comunicación de una startup.

En el primer capítulo se explica que son las startups, sus características y como está formado en ecosistema emprendedor en el Perú, así como los modelos de negocio de las startups que son estudios de caso para esta investigación.

En el segundo capítulo se explica la importancia de los emprendimientos y las startups para los medios de comunicación y se describen cuáles son los medios que difunden temas de emprendimiento y startups en nuestro país.

Y en el último capítulo se realiza un análisis para demostrar a través de los estudios de casos como se da la relación estratégica entre medios de comunicación y las startups y de qué manera sirven como fuentes de información para generar artículos periodísticos.

“No sobrevivirán las especies más fuertes, ni más rápidas, ni más inteligentes... sino las que mejor se adaptan al cambio”

Charles Darwin

CAPÍTULO 1

PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: STARTUPS

1.1 Definición de Startup

Debemos tener en cuenta que cuando procedemos a delimitar el término Startup, no existe una definición homogénea o establecida, por lo tanto la definición aquí desarrollada es el resultado de un conjunto de fuentes revisadas.

Una Startup es una iniciativa empresarial que desarrolla productos o servicios nuevos, es decir, parten de una idea innovadora de negocio mediante la cual se busca satisfacer alguna necesidad o facilitar procesos complicados que sean requeridos por el mercado o segmento al que intentan ingresar, por ello su diseño y comercialización deben estar orientadas completamente al cliente.

Las Startups buscan cubrir exigencias insatisfechas enfocándose en la necesidad de los potenciales clientes identificados previamente. Por lo general son confundidas con

pymes o mypes pero las Startups poseen varios factores que las diferencian respecto a las clásicas empresas que existen en el mercado. (Stephanie et al., 2016)

Steve Blank afirma que todas las Startups son empresas, pero no todas las empresas son Startups (Blank, 2013) El término startup se relaciona con empresas emergentes que tienen una fuerte relación laboral con la tecnología. Se trata de negocios con ideas innovadoras y que destaquen en el mercado con ayuda de las nuevas tecnologías.(Rodríguez Halcón, 2015)

Como su nombre lo indica las startups son compañías que tienen un crecimiento más acelerado que las empresas convencionales por varias razones, una de ellas es que cuenta con apoyo económico externo, por un lado los inversores y por el otro las incubadoras. Otra razón es la fuerte capacidad de adaptación al cambio que poseen estas organizaciones debido a su factor innovador.

La innovación es el proceso de llevar a cabo una idea, una forma de pensamiento que generan un valor agregado que permite crear productos orientados a satisfacer al cliente y requeridos por el mercado y ya que tiene una estrecha relación con la tecnología es factible facilitar el apoyo que se necesita para potenciar el producto o servicio.

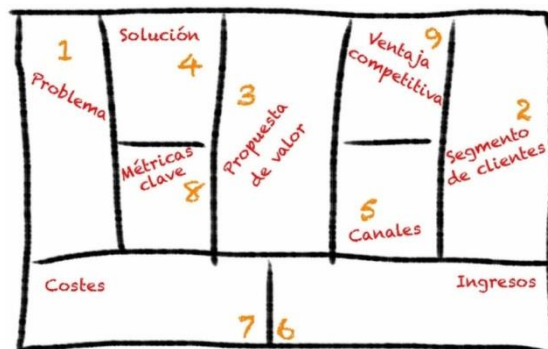


Figura N° 1: Método Lean Canvas
Fuente: www.medium.com

La imagen número 1 nos muestra el Método Lean Canvas, es una herramienta necesaria en el proceso de la creación de una startup para descubrir y definir los problemas que encontramos, como vamos a solucionarlos, que valor vamos a aportar al mercado, en que nos vamos a gastar el dinero y como lo vamos a ganar.

1.2 Características e importancia de una Startup

Después de analizar el concepto de startup se ha llegado a determinar características fundamentales, las mismas que servirán para poder desarrollar y poner en práctica dicho emprendimiento, según Gwendolyn Sánchez, deben conocerse tres principales características (Stephanie et al., 2016)

1.2.1 Creación o formación de una idea innovadora:

La creación de una idea innovadora es el punto de partida para toda creación de startups. Esta idea debe estar totalmente estructurada en la persona que llevará a cabo la realización de la startup para que pueda crear el producto o servicio que ofrecerá así como el mercado al que estará dirigido previamente identificado tras un estudio.

Es importante también reconocer el perfil del creador de la idea innovadora por ser quien posea el conocimiento, interés y compromiso por el emprendimiento a desarrollar.

Este innovador debe contar con habilidades sociales e interpersonales, además de ser muy competente pues este modelo de negocio no cuenta con una variedad de profesionales y porque debe buscar personas que aporten nuevas ideas y que consoliden un equipo altamente capacitado.

1.2.2 Innovación y tecnología:

La innovación es el elemento fundamental para el crecimiento de una startup, asimismo el desarrollo de nuevas tecnologías le generan un valor agregado al producto o servicio y ayuda a simplificar procesos, por lo tanto la innovación más el uso de la tecnología permiten que el emprendimiento empresarial se diferencie y pueda resaltar en el mercado.

Esto quiere decir que la startup estará en evolución continua, por ello las estrategias de creación que se manejan deben ser diferentes a las aplicadas por las empresas tradicionales.

Aquí entra el método Lean startup, es un enfoque que ayuda a las empresas a que la creación de su negocio logre ser sostenible, pues trabaja en un enfoque de incertidumbre extrema logrando que el cambio se dé de una manera más acelerada,

El método funciona mediante la experimentación y está diseñado para medir en tiempo real el desarrollo de estrategias utilizadas y modificarlas si es necesario. (Camayo Llallico, Wendy; Vásquez Calderón, Claudia Melissa; Zavaleta Núñez, 2017)

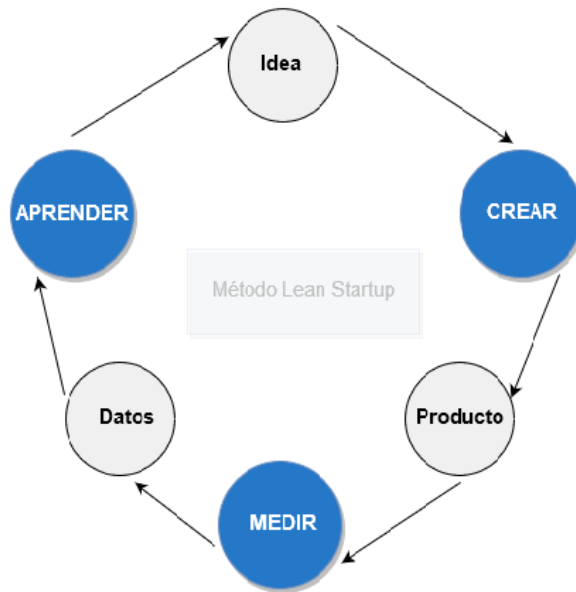


Figura N° 2: Proceso Lean Startup

Fuente: www.entreps.org

En proceso “Len Startup” fue credado por Steve Blanck, pero con el pasar de los años fue modificado y perfeccionado por Eric Rise, autor y experto en creación de startups.

1.2.3 Crecimiento Escalonado:

Para la creación y desarrollo de una startup se debe realizar una inversión valiente, por su característica innovadora, orientada al cliente y por ser un emprendimiento novedoso es papel de los inversionistas es crucial.

Por ello las startups pasan por una etapa de financiación, para muchos esta es la etapa más difícil pues los creadores deben convencer a los inversores del éxito de su idea, a su vez en esta fase las startups suelen dar cifras negativas por el entorno que cambia constantemente en el ambiente donde se desarrollan . (Rodríguez Halcón, 2015)

Una vez superado el periodo de los primeros años, las startups tienen un crecimiento exponencial y será conducida al crecimiento y a su consolidación creando para el ecosistema y para los medios de comunicación un gran historia de éxito.

1.2 Objetivos de las StartUps:

El objetivo de una startup es conseguir un gran número de seguidores o de usuarios que consuman su producto o servicio para así poder disponer de más recursos que se puedan volver a invertir y a partir de ahí conseguir más beneficios, como una inversión del extranjero. Cuando una startup alcanza esta "masa crítica" deja de ser una startup para convertirse en una empresa.

A continuación en la siguiente tabla, presentamos las cinco Startups que se convirtieron en grandes empresas en el mundo y que actualmente están valorizadas en millones de dólares y continúan creciendo:

Tabla N° 1: Startups que se convirtieron en grandes empresas en el mundo

Startup	Rubro	País	Año	Valor actual
Uber Technologic Inc.	Transporte privado	EE.UU	2009	62.500 millones de dólares
Xiaomi Inc.	Telefonía móvil	China	2010	45.000 millones de dólares
Snapchat Inc.	App social	EE.UU	2011	24.000 millones de dólares
Pinterest	Sitio web	EE.UU	2008	11.000 millones de dólares
Dropbox Inc.	Almacenamiento nube	EE.UU	2007	10.000 millones de dólares

Fuente: Elaboración propia.

1.3 Fuentes de financiación de inversión de las Startups:

Existen pocas investigaciones en nuestro país sobre el proceso de búsqueda financiera de inversiones para startups pero sí se conocen las fuentes a las que pueden recurrir los creadores de emprendimientos innovadores.

Una startup presenta grandes posibilidades de crecimiento y un modelo de negocio escalonable pero debido a que son organizaciones que van de la mano con la innovación y el desarrollo de tecnologías como el diseño web son catalogadas como empresas de capital – riesgo.

El capital – riesgo es una fórmula de financiación idóneas para empresas con un elevado potencial de crecimiento que necesiten una gran cantidad de dinero para expandirse.

Tradicionalmente estos fondos estuvieron reservados a empresas ya consolidadas, sin embargo en la actualidad son otorgados también a startups debido a su rápido y exponencial crecimiento.

Las principales fuentes de financiación para estas empresas son las siguientes:

1.4.1 Capital Propio:

Una forma frecuente de costear parte de los gastos de una startup es recurrir al capital propio de los socios, que son parte de sus ahorros personales. Los socios pueden aportar además sus conocimientos, así como recursos y patrimonio. (Rodríguez Halcón, 2015)

1.4.2 Capital Semilla:

Es un financiamiento inicial aportado por un fondo o inversionista para costear la etapa de investigación, elaborar un prototipo y desarrollar la fase inicial de un emprendimiento innovador y cuando aún no se generan ingresos significativos.

1.4.3 Family, Friends o Fools (3Fs):

En algunos casos, el financiamiento inicial y la puesta en marcha viene por recursos de familiares y amigos, estas inversiones iniciales son importantes antes de pasar a los inversionistas más grandes y más poderosos. Esto indica que el emprendedor cree en su idea y que su familia y amigos más cercanos lo apoyan, confían en él y están dispuestos a asumir el riesgo de invertir en su idea de negocio. (Para, El, Ciencia, Michael, & Cubas, 2016)

1.4.4 Inversionistas Ángeles:

Son una fuente de financiamiento de empresas en fases iniciales de gestación y de crecimiento, son personas con recursos que invierten capital en las primeras etapas de la startup, además aportan conocimientos técnicos, empresariales, experiencia y network. (Pezzini & Primi, 2015)

1.4.5 Financiamiento estatal no reembolsable:

Son fondos públicos no reembolsables que permiten llevar a cabo las actividades necesarias para establecer la viabilidad de una idea comercial, además es indispensable para crear un ecosistema emprendedor en un país, en la mayoría de casos representa una fuente importante de capital para las startups. (Blank, 2013)

Los instrumentos financieros de apoyo a las Startups en nuestro país son liderados por el Ministerio de la Producción, las más importantes son:

- **Innovate Perú:** Forma parte del Plan de Diversificación Productiva liderada por el Ministerio de la Producción, en sí tiene como finalidad principal incrementar la productividad de los diversos actores del ecosistema de innovación sean estas empresas, emprendedores y entidades de soporte. (Innovate Perú, 2016)
- **Cienciactiva:** Es el Fondo Nacional de Desarrollo Científico, Tecnológico y de Innovación Tecnológica que es una iniciativa de Concytec para manejar los recursos de cofinanciamiento a personas naturales y empresas que forman parte del ecosistema de innovación del Perú. (Cienciactiva, 2016)

1.4.6 Incubadoras:

Es una organización que ayuda al crecimiento de una startup en fase temprana brindándole distintos entornos que van desde espacios físicos, estructura y una red de contactos para que puedan conseguir financiación, muchas de ellas son creadas por los mismos inversionistas.

Las incubadoras que aceleran el crecimiento de startups en nuestro país están enfocadas en apoyar emprendimientos de carácter social y ambiental, éstas fueron creadas por universidades o empresas privadas, algunas de ellas son:

- Centro de Emprendimiento de la Universidad del Pacífico (Emprende UP)
- Oficina de Emprendimiento de la Universidad de Lima
- UTEC Ventures
- Ness Perú
- Wayra Perú (Iniciativa creada por Telefónica del Perú)
- Premio Para Quitarse el Sombrero (Iniciativa creada por el Grupo Romero)

- Premio Graña y Montero
- Bayer Young Community Innovators (Iniciativa creada por empresa Bayer)
- Cartier Women's Initiative Awards (Iniciativa dirigida a mujeres)
- Kapital Zocial
- KickStart Perú LP
- Premio Kunan

1.4 Iniciativa Startup Perú: Ministerio de Producción

Startup Perú es una iniciativa del Estado Peruano llevada a cabo por el Ministerio de la Producción, que tiene por objetivo promover el surgimiento y consolidación de nuevos emprendimientos peruanos que ofrezcan productos y servicios que vayan de la mano con la innovación y la tecnología y que se proyecten en mercados internacionales generando empleos de calidad. (Start-Up 2017)

Surgió a finales del 2012 y su maduración se da a lo largo de los años, su principal misión es crear y promover un ecosistema emprendedor en nuestro país, es decir constituye una plataforma de encuentro y colaboración para todos los miembros de la comunidad Startup del país, así como un enlace con redes de colaboración internacional. (Start-Up Perú 2017)

El objetivo de Startup Perú es El objetivo de startup Perú es apoyar con capital semilla a más de 200 emprendimientos innovadores a lo largo de 5 años desde su creación, y que la mayor parte de ellas alcance la inyección de capital privado, es decir inversionistas en sus primeros años de funcionamiento.

Además, impulsar los casos de éxito de alcance mundial, pero esencialmente que todas las empresas financiadas se posicionan y se mantengan en el mercado generando empleo y rentas al Estado y favorezcan los estándares de innovación de nuestro país.

Esta iniciativa consiste en otorgar fondos no reembolsables a los emprendimientos que logren superar todas las etapas de las convocatorias, pueden participar equipos de cualquier parte del Perú.

La iniciativa tiene tres concursos que forman parte de etapas de desarrollo de las StartUps:

- Empresas de Alto Impacto:

En esta etapa se financian hasta con S/ 500, 000 el despegue comercial soluciones tecnológicas en ámbitos que no existen, o que son sustancialmente mejores a soluciones disponibles en el país, con potencial de internacionalización de empresas en edad temprana, entre 2 a 7 años de vida. (Start-Up Perú 2017)

- Emprendimientos Dinámicos:

En esta etapa se financia hasta con S/ 150,000 el despegue comercial de empresas en edad temprana (de hasta 5 años de vida), con un producto, proceso, servicio o forma de comercialización de alto impacto. A su vez está dividido en dos categorías:

- Facturación de 10 a 29 UIT.- Financia proyectos hasta por S/ 100,000.

- Facturación de 30 UIT en adelante.- Financia proyectos hasta por S/ 150,000.

- Empresas de Alto Impacto:

Financia hasta con S/ 500,000 el despegue comercial de soluciones tecnológicas en ámbitos que no existen, o que son sustancialmente mejores a soluciones disponibles en el país, con potencial de internacionalización de empresas en edad temprana, entre 2 a 7 años de vida.

El ecosistema emprendedor dentro de la iniciativa es conocido como Comunidad StartUp Perú y está compuesta por las StartUps de la 1era, 2da, 3era y 4ta generación de Emprendedores Innovadores y de Alto Impacto, así como por las incubadoras que ofrecen asesoramiento y seguimiento a los proyectos seleccionados.

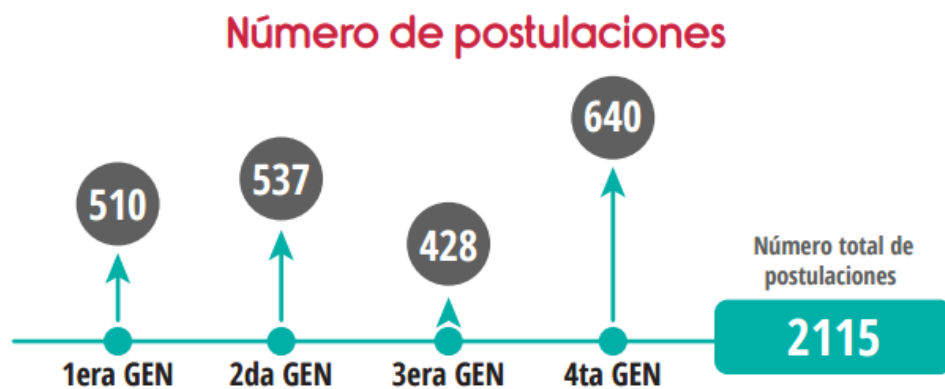


Figura N° 3: Número de postulaciones a StartUp Perú

Fuente: www.start-up.pe

A continuación presentaremos un cuadro con el número de startups pertenecientes a las 4 generaciones seleccionadas desde la creación de StartUp Perú. (Anexo)

Tabla N° 2: Número de startups por generación

Generación	N° StartUp
Primera	14
Segunda	42
Tercera	37
Cuarta	67
Total	172

Fuente: www.start-up.pe

1.5 Principales ubicaciones de las Startups en el Perú:

La comunidad de startups en nuestro país cuenta hasta ahora con 172 emprendimientos en 16 ciudades, la mayoría se encuentra en Lima (142) y los demás como se muestra en la imagen en Piura, Tumbes, Cajamarca, Lambayeque, La Libertad, Ancash, Ica, Arequipa, Loreto, San Martín, Junín, Cuzco, Apurímac, Puno y Tacna

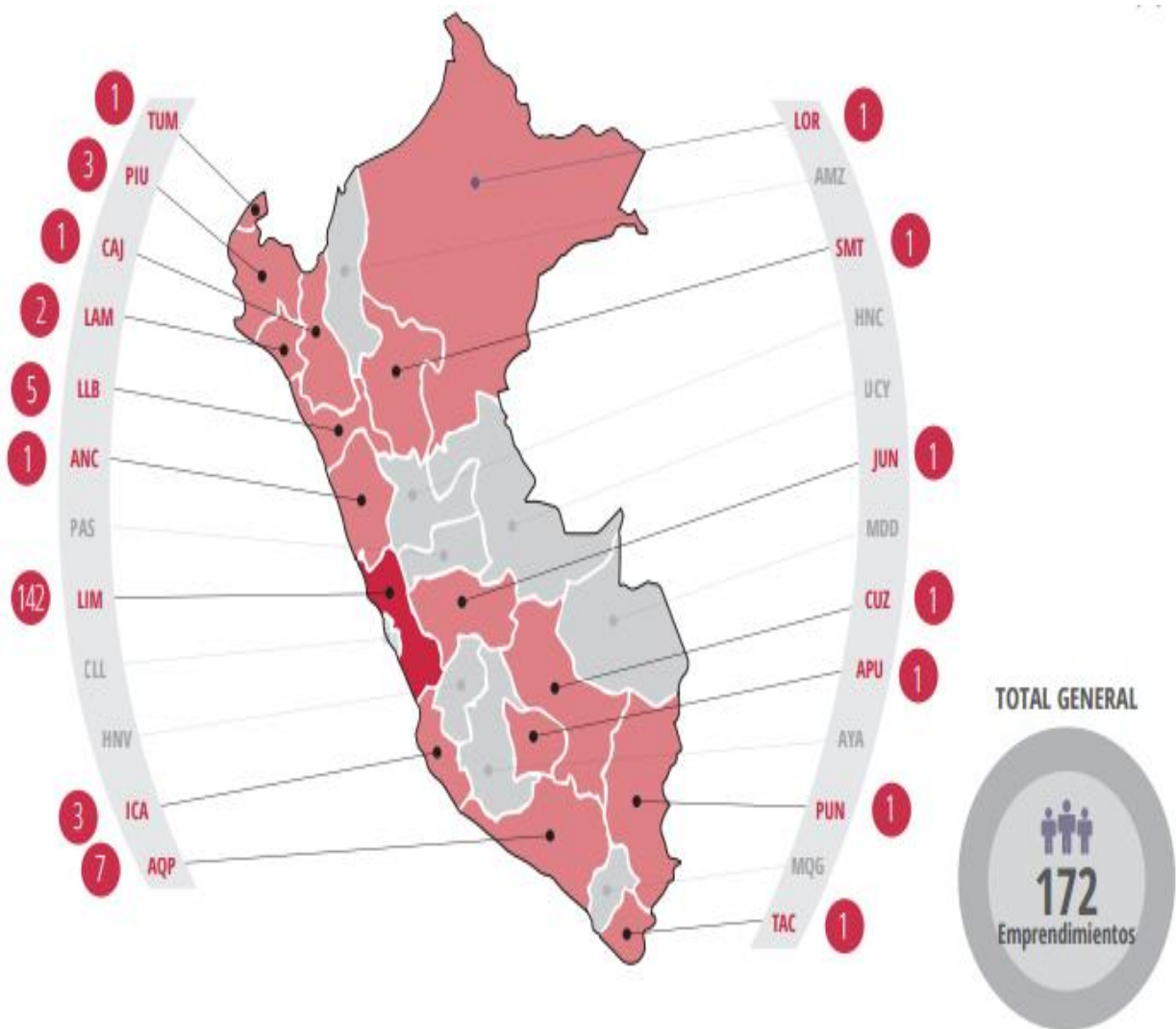


Figura N° 4: Ubicaciones de las Starups en el Perú

Fuente: www.start-up.pe

En la figura N° 4, se aprecia que en algunas ciudades aún no hay proyectos innovadores, como por ejemplo: Cerro de Pasco, Ayacucho, Moquegua, Huánuco y Amazonas. Por otro lado seguido de Lima, 7 son las startups pertenecientes a Arequipa.

1.6 Modelo de negocio de Startups en el Perú: Estudio de casos

Un modelo de negocio es una herramienta que define la forma en la que una empresa busca generar ganancias y el modo más efectivo de validarlo es teniendo clientes que paguen por el producto o servicio, por ello el modelo de negocio también debe reflejar la propuesta de valor del emprendimiento, en conclusión es una visión sistemática del negocio.

Los modelos de negocio que están funcionando en la actualidad son aquellos que establecen fuertes lazos con el cliente, es decir que tienen una propuesta de valor clara y definida y que se logren diferenciar de los demás.

Para esta investigación se han tomado a dos startups como estudios de caso, por ello para conocer cómo funcionan debemos explicar sus modelos de negocio.

1.7.1 Comparabien

Es un portal web diseñado para comparar productos y servicios financieros en internet, de manera gratuita los usuarios pueden elegir dentro de la comparación la opción que más le conviene y además pueden solicitar en línea el producto o servicio que eligieron. (Comparabien.com 2012)

El objetivo de Comparabien es otorgarle al consumidor herramientas de simulación para que con el resultado comparativo puedan realizar una adquisición más consciente y así logren un ahorro considerable. (Comparabien.com 2012)

Para realizar la comparación el usuario debe elegir el producto que desea comparar en la página principal, después debe ingresar los datos que describan su

necesidad y la página de mostrará una lista con todas las opciones disponibles en el mercado ordenadas por el factor más importante para su búsqueda.

Además de solicitar los productos que desee desde la web también puede revisar las calificaciones de otros usuarios que ya probaron el servicio, la simplificación de procesos es el valor agregado que ofrece esta startups a sus consumidores.

Los productos y servicios que se pueden comparar en el portal de Comparabien son los siguientes:

- Tarjetas de crédito
- Préstamos Personales
- Soat
- Seguros vehiculares
- Depósitos a plazo
- Créditos vehiculares
- Créditos hipotecarios
- Paquete de servicios domésticos (Cable, telefonía, internet, etc)
- Cuentas sueldo
- Fondos Mutuos
- Fondos Colectivos
- AFPs
- Ahorros
- CTS
- Seguros oncológicos

Comparabien basa su modelo de negocio en la generación de “leads”, un lead es un usuario que ha proporcionado sus datos de contacto a través de un formulario en el portal (estos datos son necesarios para realizar las comparaciones) y que se convierten en un cliente potencial para la empresa a la que se les envía los datos de ese usuario. (Comparabien.com 2012)

Es decir Comparabien se convierte en un agente comercial para las entidades consideradas en la comparación y cobra una comisión por cada cliente “referido”, también se generan ganancias a través de banners publicitarios y branding. (Comparabien.com 2012)

1.7.2 Mi Media Manzana:

Es un portal de búsqueda de pareja para personas que esperan tener una relación larga, el usuario debe registrarse sin costo alguno, completar un cuestionario de personalidad, y así podrá conocer a otras personas que cuenten con gustos similares y cumplan los requisitos solicitados por el usuario.

Existen muchas páginas para encontrar parejas en la web, son conocidas como “online dating”, sin embargo no todas funcionan de la misma forma, Mi Media Manzana trabaja bajo el modelo de “Matchmaking” que es un sistema creador de uniones basados en la compatibilidad.

Entonces su modelo de negocio está basado en entregarles a sus usuarios la oportunidad de encontrar personas compatibles a sus gustos, personalidad y costumbres

apelando a la lógica de las personas con gustos similares tienen mayores posibilidades de desarrollar una relación seria y duradera.

Las ganancias se generan a partir del cobro de membresías que los usuarios realizan para gozar de más beneficios dentro de la comunidad, aunque la startup continúa modificando este modelo pues aún no obtienen la rentabilidad deseada.

Desde su lanzamiento a finales del 2013, diversos medios de comunicación tanto internacionales como locales CNN en español, El Comercio, América TV, Frecuencia Latina, Diario Gestión, La República entre otros han destacado a la startup “Mi Media Manzana” como una opción confiable, innovadora y segura para encontrar pareja.

CAPÍTULO 2

MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE DIFUNDEN TEMAS DE EMPRENDIMIENTO Y STARTUPS EN EL PERÚ

2.1 Importancia de los emprendimientos y startups para los medios de comunicación

En los últimos años el fenómeno emprendedor en nuestro país ha experimentado una importante evolución, formándose un ecosistema donde surgieron iniciativas marcadas por la innovación y la tecnología que son denominadas “startups”. (Morán, 2016)

Estas empresas innovadoras han generado tal impacto que en la actualidad muchos son los espacios, entidades y empresas privadas que se dedican examinar, analizar, y por supuesto promover el entorno emprendedor, tales como: congresos, talleres, inversionistas, incubadoras, aceleradoras entre otras. (Morán, 2016)

Las startups cumplen un papel muy importante dentro de la economía de nuestro país porque crean un alto impacto en la generación de empleos y la producción nacional, además fomentan la innovación e impulsan el desarrollo tecnológico.

En la sociedad las startups buscan mejorar la vida de las personas y a la vez motivan e impulsan a jóvenes emprendedores y profesionales con vocación emprendedora ya que se convierten en plataformas de información y herramientas.

En este contexto los medios de comunicación desempeñan una labor trascendental como agentes difusores de historias de éxito empresarial que a la vez impulsan el surgimiento y consolidación de nuevas empresas que ofrezcan productos y servicios innovadores.

Es mayor el espacio que le dedican los medios de comunicación en secciones de economía, tecnología, emprendimiento, sociedad, empresa, a las startups, no solo por el tipo de producto o servicio que brindan sino por su manera de trabajar, es decir su “modelo de negocio” o porque satisfacen necesidades impensables hace poco tiempo.

Para el diario “El Peruano” las startups son sinónimo de emprendimiento tecnológico, de negocios innovadores que surgieron con la idea de cambiar la manera de ver el mundo con resultados beneficiosos y ganancias exponenciales que sobresalen en el mercado. (elperuano.pe 2015)

Para la revista “América Economía” las startups son la nueva fuente de desarrollo económico y moderno del país ya que poseen el potencial para crear nuevas soluciones de negocio que calzan con las demandas domésticas. (americaeconomia.com 2015)

A continuación vamos a conocer los medios y los programas que contribuyen a la difusión y hacen eco de estas iniciativas innovadoras.

2.2 Medios Impresos y digitales

En nuestro país existen actualmente más de 15 diarios impresos que circulan en la capital y que cuentan con una plataforma web o versión online, así que serán

considerados como medios impresos y digitales por la relevancia que ha tomado en la actualidad las páginas web de los diarios en nuestro país y en el mundo.

2.2.1 El Comercio

Es considerado el diario más importante del país y su plataforma web es la cuarta más leída en todo el Perú, cuenta con más de veinte secciones y suplementos, tres de ellas destacan el trabajo que desarrollan las startups reflejadas en historias de éxito y consejos para futuros emprendedores innovadores.

- Día 1: Es un suplemento que se publica los domingos pero su plataforma web es actualizada todos los días, difunden temas relacionados a economía, negocios, emprendimiento, entre otros y tiene un sección de entrevistas dedicadas a startups conducidas por Jimena de la Quintana.



Figura N° 5: Entrevista a Pedro Neira, CEO de startup Mi Media Manzana.

Fuente: www.elcomercio.pe

En este espacio los CEO entrevistados comentan cuales fueron las dificultades que tuvieron que pasar para posicionarse en el mercado, si tuvieron que cambiar su modelo de negocio y cuál es la propuesta de valor que ofrece su emprendimiento.

- **Zona Ejecutiva:** Es una sección de su portal de noticias que difunde consejos, información y casos de interés para los ejecutivos peruanos, maneja temas de actualidad, negocios, emprendimientos entre otros, las startups son presentadas como herramientas para potenciar crecimiento innovador y tecnológico de nuestro país.



Figura N° 6: Nota a 6 empresas sociales que ahora son startups exitosas.

Fuente: www.elcomercio.pe

En esta nota se resaltan 6 emprendimientos sociales que en la actualidad son startups exitosas, una de ellas es Yaqua, una empresa social que a través de la venta de agua ayuda a poblaciones vulnerables a tener agua potable. (Anexo)

- **Economía y negocios:** Estas secciones del diario también difunden contenido relacionado a startups y emprendimientos innovadores.



Figura N° 7: Nota presentada sobre los 10 negocios digitales más populares.

Fuente: www.elcomercio.pe

En esta nota, se presentan en forma de ranking 10 startups peruanas más populares, figuran entre ellas: Comparabien, Cinemapaya, DevCode y Mi Media Manzana.

2.2.2 La República

Forma parte de los diarios más importantes de nuestro país, y su plataforma web es la segunda más leída superando a “El Comercio”, este diario cuenta con más de 12 secciones y podemos encontrar a los emprendimientos y startups en las secciones de

empresa, emprendedores, negocios, economía y sociedad además de entrevistas a CEO en “La Contra” (contraportada del diario impreso y plataforma online)

- Empresa:

En esta sección del diario se destacan las empresas y emprendimientos que facilitan y simplifican procesos. Se resaltan además, las funcionalidades que posean sus productos o servicios.



Figura N° 8: Nota presentada en la web del diario La República.

Fuente: www.larepublica.pe

- Sociedad: En esta sección se resalta la labor de las startups orientadas a responsabilidad social como: Yaqua, Laboratoria, Kunan, EnseñaPerú entre otras. El alcance que logran a través de sus proyectos, su proyección y el apoyo que reciben de otras entidades.



Figura N° 9: Nota difundida en la web del diario La República.

Fuente: www.larepublica.pe

Yaqua es una startups de la segunda generación de Startup Perú que genera a partir de la venta de agua embotellada ingresos que son destinados en su totalidad a obras para llevar agua potable a zonas que no tienen acceso a ellas.

Gracias al impulso de los medios de comunicación Yaqua pudo conseguir que Industrias San Miguel se convirtiera en su aliado estratégico, quien se encarga de proveer el agua al costo de producción y sin percibir ganancias para que de esta manera se pueda apoyar los proyectos de esta empresa social.

- La Contra: Es la contraportada del diario impreso y también una sección de la web, en ella se entrevista todos los días a un personaje que resalte por su obra, emprendimiento o algo que haya realizado y que tiene valor para la sociedad.

2.2.3 Perú 21:

Este diario difunde el desarrollo de startups sus secciones de economía, tecnología y además “Emprendedores” y “Emprendedor 21” son secciones donde se resaltan la relevancia y el alcance de las ideas innovadoras en nuestro país. Los temas relacionados a startups son con un enfoque más social, resaltan los problemas y que resuelven y la relevancia que tienen en la sociedad.



Figura N° 8: Nota sobre startup TuRuta.

Fuente: www.peru21.pe

2.2.4 Gestión

Este diario forma parte del grupo “El Comercio” y es el diario económico y de negocio más importante del Perú, por ello las startups reciben un análisis mucho más profundo enfocado no solo en conocer qué problema resuelven sino en la productividad, las inversiones que realiza el Estado en ellas, la proyección, las condiciones del ecosistema emprendedor peruano entre otros.

Su plataforma web cuenta con transmisiones en vivo a través de sus redes sociales enfocadas a temas de negocio y emprendimiento.

Gestión cuenta con 12 secciones, en 4 de ellas resaltan temas de emprendimiento y startups:

- **Economía:** Aquí se analizan los modelos empresariales de las startups que tienen mayor alcance, la productividad que generan y el desarrollo del ecosistema emprendedor, así como las inversiones tanto del Ministerio de la Producción como de otros países.



Figura N° 9: Nota difundida por la web del diario Gestión

Fuente: www.gestion.pe

- Tecnología: Aquí se enfocan temas relacionados al comercio electrónico, procesos de investigación y desarrollo tecnológico que desarrollan estos emprendimientos innovadores.
- Empresas: Aquí se muestran casos de éxito de startups que han recibido inversiones en rondas de financiación o donde su modelo de negocio genera rentabilidad y estabilidad, se realizan transmisiones en vivo donde entrevistan a CEO de startups.
- Blogs: En esta sección se brindan recomendaciones y consejos para las startups y para fortalecer el ecosistema emprendedor.

2.2.5 Trome

Es el diario de mayor circulación de habla hispana, vende aproximadamente 700 mil ejemplares diarios forma parte del grupo “El Comercio” y se considera la marca que lo conecta con la población emergente ya que está dirigido a los sectores populares y a la clase media emergente.

Su plataforma web cuenta con más de 20 secciones y una de ellas es “Emprende Trome” donde se resalta el éxito de las startups y los emprendimientos en el país, además brinda consejos e incentiva a crear más emprendimientos innovadores.



Figura N° 10: Nota publicada por la web del diario El Trome.

Fuente: www.trome.pe

2.3 Medios Televisivos

La televisión es considerada como uno de los medios más influyentes, por ello contar historias de éxitos de emprendimientos innovadores puede conseguir que otras personas se inspiren y emprendan.

Los programas económicos les dan un enfoque a las startups basados en sus modelos empresariales y de negocio, los programas tecnológicos enfocan la investigación y como resuelven problemas y simplifican procesos utilizando la tecnología.

Alguno de los canales que transmiten esos programas son:

2.3.1 América Televisión

- Prohibido rendirse:

Es un programa de emprendimiento y superación relatado a través de historias de éxito conducido por Fernanda Kanno, se transmitía los domingos a las 11 am, fue cancelado después de dos meses de transmisión por falta de rating.



Figura N° 11: Programa Prohibido rendirse transmitido por América Televisión.

Fuente: www.americatv.com.pe

- América noticias

El noticiero presenta a las startups como soluciones innovadoras a problemas cotidianos que tienen las personas.

Por ejemplo, presentan la alternativa para personas que desean encontrar una pareja a través de la aplicación móvil con la que cuenta la startup “Mi Media Manzana”

2.3.2 Canal N

- Mundo empresarial

Es un programa de actualidad empresarial conducido por Bruno Giuffra, se emite los sábados y domingos a las 10 pm. Aquí se resaltan los modelos de negocio y el enfoque empresarial de las startups.



Figura N° 12: Entrevista a Alfredo Ramírez CEO de Comparabien.com

Fuente: www.mundoempresarial.pe

2.3.3 Atv y Atv+

Presenta programas enfocados en tecnología e innovación donde las startups son entrevistadas para presentar el desarrollo de las investigaciones que realizan simplificar procesos y solucionar problemas cotidianos.

- Doble click

Es un programa que brinda información sobre tecnología, salud y videojuegos, es conducido por Mirtha Ibañez y se transmite de lunes a viernes a las 2pm.



Figura N°13: Entrevista a Pedro Neira, CEO Mi Media Manzana en Doble click.

Fuente: www.dobleclick.pe

2.4 Medios radiales y digitales

La radio aún se considera el medio más confiable para informarse, a pesar de la llegada de las plataformas web de noticias la radio no ha sido desplazada por el internet, por el contrario han adaptado este formato a su plataforma.

Por ello se considera ambas plataformas ya que las apariciones de las startups se reproducen tanto en la web como en la radio, los medios más importantes son:

2.4.1 RPP Noticias

Esta radioemisora es la más escuchada en todo el país y de la misma forma su plataforma web figura como la primera, en el ranking según la página “Similar Web”, también cuenta con un canal de televisión, las tres plataformas difunden

temas relacionados a startups y emprendimientos, entrevistan a CEO para conocer sus modelos de negocio y cuál es su aporte a la sociedad.



Figura N° 14: Entrevista a Pedro Neira, CEO Mi Media Manzana en RPP

Fuente: www.rpp.pe

- Emprende hoy:

Es una sección de plataforma online dedicada a emprendedores donde brinda información sobre la creación de startups, consejos y recomendaciones para personas que emprenden un negocio.

2.4.2 Capital

Al igual que Rpp noticias, esta emisora cuenta con una plataforma web y un canal de televisión, donde se enfocan de manera distinta los temas de emprendimiento y startups, se considerará un programa de cada plataforma.

- Tu Negocio tu marca (Radio Capital)

Es un programa enfocado en resolver las dudas de los emprendedores en temas empresariales y económicos, está a cargo de Roberto Altamirano y se transmite todos los sábados a las 10 am, a través de entrevistas a CEO de startups buscan motivar a más emprendedores y profesionales con vocación.

- Acceso Digital (Capital Televisión)

Es un programa donde se difunden temas relacionados a tecnología, innovación y videojuegos, se transmitía todos los días a las 3 pm, fue cancelado debido a la salida de la conductora del canal.



Figura N° 15: Nota informativa sobre startup Mi Media Manzana

Fuente: www.capital

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ESTRATÉGICA ESTABLECIDA ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y STARTUPS EN EL PERÚ: ESTUDIO DE CASOS

3.1 ¿Cómo se da la relación entre medios de comunicación y Startups?

Los medios de comunicación y las startups han desarrollado una relación de dependencia mutua, en gran parte porque la imagen de una empresa se forma por la información que llega a la opinión pública a través de los medios de comunicación. (Morán, 2016)

La información que se genera y se difunde en los medios de comunicación es muy importante para las startups, pues al ser empresas de reciente creación, necesitan visibilidad para presentarse ante el público al que quieren llegar.

Pero también se debe a que el alcance de las startups se mide por conversiones, es decir, por la cantidad de tráfico que tienen sus páginas web, entonces la única manera de generar un posicionamiento adecuado para generar leads de venta, es estar presente en los medios de comunicación.

Por otro lado los *mass media* cumplen el papel de fomentadores de una cultura emprendedora en la sociedad, ya que en la actualidad estas iniciativas empresariales, representan un factor importante en la creación de empleo, el aumento de la competitividad y el desarrollo económico y tecnológico de un país.

Para que aumenten este tipo de iniciativas hay que procurar que se cree una cultura emprendedora ligada a la innovación y a la acción, por eso es bueno proyectar la imagen de las startups que han logrado posicionarse en el mercado.

3.2 Startups como fuentes de información para los medios de comunicación: Estudio de casos.

Los emprendedores innovadores comprenden que es fundamental lograr la máxima visibilidad de su proyecto, para ello recurre a todas las herramientas posibles, una de ellas es aprovechar a los medios para transmitir sus objetivos, de ahí nace la necesidad de comunicación en las startups. (Morán, 2016)

La forma de comunicar de una startup es esencial para la obtención de resultados, se afirma incluso que una eficiente gestión de la comunicación puede marcar el éxito de la misma. (Morán, 2016) Por ello la difusión de la información en medios no se debe limitar solo al lanzamiento o a una nueva funcionalidad, debe ser permanente.

Pero permanecer en los medios de comunicación sin algo extraordinario para contar no es tarea fácil, existen en la web infinidad de consejos que deben seguir los emprendedores para lograr tener apariciones en los *mass media*, es por eso que las startups han logrado desarrollar una estrategia que es motivo de estudio en este trabajo.

La estrategia que utilizan las startups es convertirse en fuentes de información para los medios de comunicación, es decir, éstas utilizan páginas web para brindar sus productos o servicios, entonces cada computadora, Smartphone o “click” que miles de usuarios dan a diario generan una gran cantidad de información que convierten a la startup en una inmensa base de datos.

Entonces, esta variedad de datos es aprovechada por los emprendedores que a través de análisis los convierten en información útil que utilizan los medios de comunicación para la elaboración de notas de diversos temas y donde son citados como fuentes confiables y solicitadas no solo por su modelo empresarial sino por la información que les proporcionan.

De la misma forma ocurre con los voceros de las startups, por lo general son expertos en algún tema no solo de emprendimiento, sino de la rama en la que se relaciona el negocio (finanzas, comercio, tecnología, agroindustria, educación, etc.) y son utilizados como fuentes para difundir información.

Hemos tomado como estudio de casos a 3 startups que son citadas como fuentes de información en medios de comunicación, el primero es Comparabien, seguido por Mi Media Manzana.

3.2.1 Comparabien

Como sabemos Comparabien es un portal web que compara servicios financieros para ayudar al usuario a elegir la opción que más le conviene, ahorrándole

tiempo y dinero. Los datos mostrados son recopilados de los sitios web de los bancos, y otras entidades financieras, almacenados y administrados en una base de datos.

Estos datos recopilados se convierten en información que utilizaran los medios de comunicación para sintetizar temas financieros, es decir que tienen relación con el dinero y que mucha gente no comprende como: préstamos, fondos mutuos, depósitos a plazo fijo, tasas de intereses (mensuales, anuales) entre otros.

Por lo general los medios de comunicación utilizan los datos para aconsejar al usuario a que realice un buen uso del dinero, mostrándoles cuales son las entidades que les conviene para adquirir algún tipo de servicio, esto lo consiguen haciendo una comparación y comparando los resultados.

Por ejemplo, en agosto del año pasado “El Comercio” publicó una nota comparando las entidades financieras que le pueden generar importantes ahorros por adquirir un crédito hipotecario, aprovechando el tema de que los afiliados a las AFP (Administradora de Fondo de Pensiones) podían retirar el 25% de sus recursos provisionales para amortizar la compra de una vivienda. (elcomercio.pe 2017)

La nota muestra un ejemplo de la compra de una vivienda y con la información proporcionada por Comparabien, destaca a los bancos con las tasas más bajas y menores cuotas, esta información se obtuvo mediante un cuadro que proporcionó la web financiera al diario.

Tabla N° 2: Comparación de entidades bancarias

BANCO	VALOR CUOTA	TASA	PAGO FINAL
Banco 1	S/ 388.74	27.63%	S/ 14,020
Banco 2	S/ 422.26	36.35%	S/ 15,321
Banco 3	S/ 426.15	37.04%	S/ 15,341
Banco 4	S/ 441.64	38.61%	S/ 15,899
Banco 5	S/ 448.33	42.40%	S/ 16,170
Banco 6	S/ 459.77	45.43%	S/ 16,592
Banco 7	S/ 473.18	48.72%	S/ 17,034
Banco 8	S/ 484.50	51.52%	S/ 17,460
Banco 9	S/ 514.29	56.44%	S/ 18,514
Banco 10	S/ 570.94	69.39%	S/ 20,754

Fuente: Elaborado por equipo Comparabien.

Para completar la información la nota presenta un ranking señalando cuales son las 10 entidades que cobran menor tasa de interés y cuotas más bajas por un crédito hipotecario, indicando como fuente al portal Comparabien. (Anexo 55)

En otro caso, en noviembre del año pasado el portal web de RPP realizó una nota sobre las tarjetas de crédito más caras de toda la región, los datos necesarios para la elaboración y el análisis de la información fueron obtenidos mediante el portal crediticio.

Como se mencionó en el capítulo anterior Comparabien está disponible en 6 países: Perú, Colombia, México, Chile, Brasil y Argentina por lo que su base de datos es más amplia y se puede aprovechar toda la información disponible.

La nota muestra que el Perú es el segundo país (Brasil ocupa en primer lugar) con las tasas de interés más altas de toda la región en comparación a Venezuela, Colombia y Chile y compara el costo de los créditos de cada país, además de costos de mantenimiento de las tarjetas de crédito.

La nota también explica a qué se debe la diferencia de costos de las tarjetas en los países de Latinoamérica; en ambos casos Comparabien sirvió como una fuente de información para elaborar análisis rápidos y precisos que facilitaron la elaboración de notas periodísticas.

Una forma de obtener apariciones en los medios de comunicación es brindando entrevistas a través de un vocero sobre temas de la startup, su modelo de negocio, tipo de tecnología que aplica, problemas de la vida cotidiana que nos ayuda a solucionar, la historia del emprendimiento entre otros.

Comparabien aplica esta estrategia pero le da un valor agregado, al ser una “fintech”, trabaja con expertos en el rubro que brindan opiniones especializadas de temas relacionados a finanzas personales, por ejemplo: presupuesto, ahorro, capital, inversiones, seguros, y muchos más.

Por ejemplo, uno de los voceros de Comparabien es Marcello Mundaca, economista y especialista en temas de riesgo y finanzas personales, su labor a través de los medios es informar al público sobre los beneficios de manejar de apropiadamente las finanzas para evitar las demoras en los pagos.

Mundaca como experto y vocero de Comparabien, se ha convertido en la fuente de muchos medios de comunicación, uno de ellos es el diario “Gestión”, que en agosto

del año pasado realizó una nota sobre cuál sería la mejor opción para invertir la gratificación por Fiestas Patrias: fondos mutuos o depósitos a plazo fijo.

En ella el vocero explica las implicancias de ambas opciones, la rentabilidad anualizada de cada producto y precisa las variables que deben tener en cuenta los usuarios para elegir la que más le conviene de acuerdo al perfil de cada uno.

Publimetro, es otro diario donde el experto en finanzas personales Marcello Mundaca participó como vocero brindando consejos a los lectores sobre las “deudas buenas” y “deudas malas”, en la nota explica las diferencias entre ambas y las formas de reconocerlas y evitarlas.

Comparabien se ha convertido en una fuente de información que los medios de comunicación utilizan constantemente para analizar, explicar y aconsejar temas económicos, de negocios, de finanzas, entre otros, logrando conseguir un mayor número de apariciones en ellos, lo que a su vez genera confiabilidad y cercanía con los usuarios.

3.2.2 Mi Media Manzana

Mi Media Manzana es una plataforma digital que ayuda a los usuarios a encontrar pareja y trabaja bajo el sistema de búsqueda de pareja por internet, hasta el momento tiene más un millón de usuarios activos y en consecuencia una inmensa base de datos con gustos y preferencias de miles de peruanos solteros en nuestro país y otros donde también funciona el portal.

Esta información que ha sido procesada, analizada y sintetizada por los expertos del portal web y por los medios de comunicación, ha servido como fuente para la elaboración de

diversas notas e infografías periodísticas que a su vez han mostrado interesantes resultados sobre la realidad de muchos peruanos que buscan relaciones virtuales en nuestro país.

El diario La República es uno de los medios que ha tomado como fuente a Mi Media Manzana en varias ocasiones, una de ellas fue para realizar una nota sobre el aumento de los peruanos solteros en nuestro país, en ella se explica que existen aproximadamente 4.8 millones de personas sin pareja entre los rangos de 20 a 50 años de edad y que la mayoría residen en Arequipa.

El portal también proporcionó un estudio determinando el perfil del soltero arequipeño, es decir cómo se autocalifican, para complementar la información, el diario realizó una infografía donde se mostraron todos los datos de una forma más clara y sintetizada del análisis realizado por el portal web. (Anexo 88)

Otro diario que toma como fuente de información al portal Mi Media Manzana es “Gestión”, en un primer ejemplo se realizó una nota que fue publicada el día de San Valentín del año pasado sobre el aumento de la búsqueda de parejas por internet mediante dispositivos móviles en el Perú.

En la nota se explica que el 30% de solteros en nuestro país busca parejas por internet y que el 70% de ellos lo hace por medio de una computadora, mientras que el 30% lo hace a través de sus dispositivos móviles y que además esta tendencia no solo está creciendo en nuestro país sino en Chile, Colombia y México respectivamente.

A través de análisis también se determina los perfiles de los solteros que buscan pareja por internet, ellos son personas que trabajan o que estudian o que están culminando una maestría lo que genera que su círculo social se reduzca y que por ello la web Mi Media Manzana les resulta una herramienta muy útil para la encontrar una pareja estable.

En otro ejemplo, el mismo diario elabora un informe acompañado de una infografía sobre lo que busca la soltera ejecutiva peruana en una potencial pareja, el perfil de las mujeres

que buscan pareja en la web determina que el 90% de ellas tienen estudios universitarios y el 46% con una maestría, lo que les deja poco tiempo para encontrar una pareja. La infografía muestra datos interesantes elaborados en base a un análisis que realiza el portal web.

En un último ejemplo nuevamente el diario “Gestión” muestra a través de un informe que el sueldo es crucial para el 48% de mujeres que buscan una cita digital y con ayuda de cuadros estadísticos se muestra las preferencias de los usuarios del portal web a la hora de elegir una pareja.

El portal web Mi Media Manzana continua siendo utilizado por los medios de comunicación como fuente de información para elaborar artículos, notas periodísticas, infografías incluso reportajes a partir de la base de datos que ha logrado generar en tan solo dos años desde su creación en 2015.

CONCLUSIONES

- Las startups y los medios de comunicación han logrado establecer una relación estratégica a partir de las bases de datos que poseen los emprendimientos dinámicos que utilizan los medios como fuentes de información.
- Las apariciones de las startups en los medios de comunicación les genera rentabilidad y los ayuda a posicionar su marca en el mercado.
- Comparabien es una startup que se ha convertido su valor agregado en una gran fuente de información para diversos medios de comunicación que a su vez la han convertido en una fuente confiable y amigable.
- En el Perú no existe por parte de los medios de comunicación un gran impulso para las startups ya que no se han encontrado medios especializados en emprendimientos innovadores.
- Las startups han sabido aprovechar la información que les proporcionan sus bases de datos para convertirla en contenido útil que a la vez nos da un buen panorama de la realidad que vivimos respecto al uso de la tecnología.
- El programa Startup Perú debería realizar encuentros (charlas, foros, entre otros) para lograr un acercamiento entre startups y medios de comunicación.

APÉNDICES

APÉNDICE A: Cuadro con startups de primera generación de programa Startup Perú.

Primera Generación	Estado	Rubro
Bedder Empresas	Activa	TICS y servicio de software
Bio - Pitsi Organic	Activa	Agroindustria
Arte Manifiesto	Activa	TICS y servicio de software
Joinnus	Activa	Comercio Electrónico
La Boletería.pe	No activa	Comercio Electrónico
Las Traperas	Activa	Comercio Electrónico
Go Ambu	Activa	TICS y servicio de software
Laurie Energy	Activa	Construcción
IPlaySong	No activa	Telecomunicaciones
Sana Makina	Activa	Gastronomía
Rocko Tools Labs	Activa	Educación
Alo bebe	Activa	Comercio Electrónico
Química verde	Activa	Tecnología limpia
Magia Andina	Activa	Comercio Electrónico

APÉNDICE B: Cuadro con startups de segunda generación de programa Startup Perú.

Segunda Generación	Estado	Rubro
Vecinos 360	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Strategia	No activa	Comercio electrónico
Tupuy	Activa	Industrias Culturales
Outfie	Activa	Comercio electrónico
Crehana	Activa	Educación
Bio Futuro	Activa	Biotecnología
Power Mundo	Activa	Recursos humanos
Saxo Yo publico	Activa	Educación
Flixtio	Activa	Comercio electrónico
Altavoz	Activa	Telecomunicaciones
Next Latinoamerica	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Turismo I	Activa	Turismo
Dev Code.la	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Tullpi	Activa	Educación
Culqui	Activa	Comercio electrónico
Comparabien	Activa	Fintech
Ommm	Activa	Transporte
Bquate	Activa	Comercio electrónico
Compadre	Activa	Energía y tecnología limpia
Movi Ticket	Activa	Comercio electrónico
Quant	No activa	Comercio electrónico
Travel Done	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Uconecta	Activa	Educación
Pickapp	Activa	Comercio electrónico
Urbaner	Activa	Transporte
Plaza Pet	No activa	Comercio electrónico
Protector	No activa	Comercio electrónico
Depoperu	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Hoope	No activa	Comercio electrónico
Greentech	Activa	Energía y tecnología limpia
Dextr	No activa	Transporte
Easypet	No activa	Comercio electrónico
Evea	Activa	Energía y tecnología limpia
Iforniture	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Easypoint	No activa	Comercio electrónico
Doktuz	Activa	Salud
ChaiMinChai	No activa	Agroindustria
Agrobiotec Allpa	Activa	Agroindustria

Call 4 tenders	No activa	Comercio electrónico
Apuntate	Activa	Tecnología y Servicio de Software
DevAcademi	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Smartshop	Activa	Comercio electrónico

APÉNDICE B: Cuadro con startups de tercera generación de programa Startup Perú.

Tercera Generación	Estado	Rubro
Filmtrax	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Seguro Simple	Activa	Fintech
Karaoke Smart	Activa	Comercio electrónico
Chazki	Activa	Comercio electrónico
Restaurante Pe	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Tisend	Activa	Transporte
X Runner	Activa	Energía y tecnología limpia
Yaqua	Activa	Recursos Humanos
Gotis	No activa	Comercio electrónico
NEO Ecological	Activa	Energía y tecnología limpia
Ecas/.h	No activa	Comercio electrónico
Greener	No activa	Agroindustria
Medical Innovation	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Chat	No activa	Telecomunicaciones
Irradia Sol	No activa	Energía y tecnología limpia
Movivan	Activa	Transporte
Rikra	No activa	Comercio electrónico
Glup	No activa	Comercio electrónico
Savia Asparagus	No activa	Agroindustria
Soyla	Activa	Comercio electrónico
Yaku Tec	No activa	Tecnología y Servicio de Software
X- Shirt	Activa	Comercio electrónico
Waposat	No activa	Comercio electrónico
Yuppit.pe	Activa	Comercio electrónico
Úrea Orgánica	No activa	Agroindustria
Drop	No activa	Agroindustria
Diloo	Activa	Medios y publicidad
Diddli	Activa	Educación
Comparazon	Activa	Fintech
Cosolpo	Activa	Energía y tecnología limpia
Bioconvertin	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Asper	Activa	Comercio electrónico
The Trend Club	No activa	Medios y publicidad
Food Box	Activa	Comercio electrónico
Compendio	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Auto Diagnostico	Activa	Comercio electrónico
Cligo	No activa	Tecnología y Servicio de Software

APÉNDICE C: Cuadro con startups de tercera generación de programa Startup Perú.

Cuarta Generación	Estado	Rubro
Sporta	No activa	Comercio electrónico
Ciclo	Activa	Energía y tecnología limpia
Acelerala	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Felicidando	No activa	Comercio electrónico
Golosanas Box	No activa	Comercio electrónico
Gratel	Activa	Medios y publicidad
H2 Drones	No activa	Energía y tecnología limpia
Yupibots	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Nixden	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Standars Biokit	No activa	Comercio electrónico
Freshmart	Activa	Acuicultura
Diloo	Activa	Medios y publicidad
Simec	No activa	Comercio electrónico
Zzleep	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Zonngo	Activa	Comercio electrónico
Din Door	Activa	Gastronomía
Bio Plantones	Activa	Energía y tecnología limpia
Azuline	No activa	Comercio electrónico
Ez Plate	Activa	Gastronomía
FJ Fast	No activa	Comercio electrónico
Mandu	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Movikids	No activa	Transporte
Innova Funding	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Will	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Bio Marino	Activa	Acuicultura
Biol Max	No activa	Agroindustria
Fuzz Pass	Activa	Comercio electrónico
Ingenia Tek Bim	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Familia Saludable	No activa	Comercio electrónico
Njuz	No activa	Gastronomía
Nanda	Activa	Comercio electrónico
Innova Factory	No activa	Tecnología y Servicio de Software
HHO	No activa	Tecnología y Servicio de Software
BP Biopublicidad	No activa	Medios y publicidad
Eventus	No activa	Comercio electrónico
Bocadio	Activa	Gastronomía
Inngresa	Activa	Tecnología y Servicio de Software

Carcool	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Oculus	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Buendato	No activa	Comercio electrónico
Bosco	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Deenty	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Helpers	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Conect Agro	Activa	Agroindustria
Tulpu	Activa	Comercio electrónico
Sinba	Activa	Gastronomía
I-Print	No activa	Comercio electrónico
Paga tu deuda	Activa	Fintech
Jellyfish Biorbotics	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Taxi mama SOS	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Dayu	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Disiswork	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Eco-Conciencia	Activa	Energía y tecnología limpia
Munanqui	Activa	Agroindustria
Tannder	Activa	Educación
Weclub	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Wiwa club	Activa	Tecnología y Servicio de Software
Arboli	No activa	Energía y tecnología limpia
Qaira	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Lampara de Fotocurado	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Teknomed	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Inka Bilab	No activa	Agroindustria
Tecni Facil	Activa	Comercio electrónico
Voz 3D	No activa	Tecnología y Servicio de Software
Vet Place	Activa	Comercio electrónico
Kauysay Vodka	No activa	Comercio electrónico
Fertiriego	No activa	Agroindustria

ANEXOS

ANEXO N° 1

Startup

Yuju llevará sus recompensas a más países



Tecnología. Firma de monetización de apps ofrece una nueva alternativa de fidelización para las marcas.

Todo aquel que ha descargado un juego en su celular tiene que lidiar con la publicidad invasiva. Y, en muchos de los casos, la reacción del usuario es una: el rechazo. Pero, ¿qué pasaría si estas marcas regalaran vales o descuentos de consumo cada vez que el jugador rompe su récord o sube de nivel? ¿La respuesta sería positiva? Esta fue la idea que motivó a un grupo de jóvenes liderado por Rolando Loayza, Ismael Saldaña y Cesar Huerta a crear - con una inversión de US\$ 100 mil - Yuju, una firma de monetización de 'apps'.

Luego de un año de trabajo en la concepción del proyecto, este vio la luz en enero pasado. Hoy trabajan con seis juegos de desarrolladores locales y con cinco marcas - entre ellas La Bioteca, McDonald's y Cifut.

"Aunque al inicio algunas empresas estuvieron temerosas, los resultados han sido positivos, ya que los CRT [métrica que mide el interés y la eficiencia de un anuncio publicitario] llegan al 3%, cuando el ratio óptimo es de 0,15%", explica Loayza.

La clave de este éxito, consideran, fue usar las pausas naturales en las que el usuario alcanza un estado de alegría para premiarlos y, así, lograr la fidelización con la marca.

Tras los buenos resultados, Yuju espera llegar a Chile en setiembre próximo. Brasil, Ecuador y Vietnam también están en su radar. Pero esto no es todo. Este año también trabajarán con nuevas aplicaciones, como las deportivas, y desean sumar cinco nuevas marcas a su proyecto.

Yuju aprovecha los momentos de alegría del usuario para premiarlo y lograr la fidelización.

Este año esperan trabajar con nuevas aplicaciones como las deportivas y sumar nuevas marcas.

EL COMENTARIO

FERNANDO PONCE
Coordinador general de StartUPC

Yuju propone un nuevo formato de publicidad en móviles con el marketing por recompensas en juegos. El reto es generar un engagement con el usuario final. Por ello, el desarrollo tecnológico es muy importante para crear una campaña móvil con un formato amigable, que no solamente entregue mayor retorno a las marcas con la aceptación de sus productos, sino también disminuir la desconfianza del usuario al brindar datos personales como el correo o DNI; de tal manera que el usuario identifique a Yuju como una propuesta segura y libre de spam.

Por otro lado, la plataforma debe ayudar a las marcas a simplificar el proceso de compra de publicidad en los móviles. Generar estrategias para ambas barreras será fundamental para poder posicionarse en un mercado de publicidad competitivo, viralizar los juegos de la industria de videojuegos y ampliar el catálogo de marcas.

ANEXO N° 2

El Comercio **Zona Ejecutiva** **POSTGRADO**

Actualidad Negocios **Tendencias** Estilo de Vida Conócenos [Síguenos](#) [f](#) [t](#) [in](#) [v](#)

¿Cómo hace una startup para llegar al millón de usuarios?

Pedro Neira, fundador y CEO de Mi Media Manzana, la plataforma de dating más exitosa de la región, comparte sus secretos.

¿Cómo Hace Una Startup Para Llegar Al Mill...

Ingrese sus datos para recibir información de nuestros programas

Nombre*
Nombres
Apellidos*
Email*

ANEXO N° 3

The screenshot shows the Trome website interface. At the top, there is a navigation bar with the Trome logo and a menu icon. Below the navigation bar, there are several menu items: "EMPRENDE TROME", "CASOS DE ÉXITO", "INFORMACIÓN ÚTIL", and "TIPS PARA EMPRENDEDORES".

6 lecciones de Pedro Neira para lanzar una startup exitosa

Pedro Neira, CEO de Mi Media Manzana, la web de búsqueda de pareja más exitosa de América Latina, comparte 6 lecciones para desarrollar una startup exitosa.

Below the article text, there are social sharing buttons for Facebook, Twitter, and a comment button.

mi media manzana

LO MÁS VISTO

Alemania goleó 4-1 a México y jugará la final de la Copa Confederaciones [VIDEO]

DEPORTES

Lazy Town: ¿Robbie Rotten murió? Falsa

ANEXO N° 4



Fernando Tamayo: “Nadie nos daba un sol por la idea y ahora competimos con gigantes”

Tengo 27 años. Nací en Los Olivos y soy el hermano mayor de dos mujeres. Estudié economía en la Universidad de Melbourne (Australia) y la Universidad de Pensilvania (EE.UU.), luego de ganar una beca. Viajé a la India para conocer más de las empresas sociales.

Escribe: Leydi Delgado Tiene apenas 27 años, pero ya es un empresario consolidado. Fernando Tamayo es dueño de la empresa Yaqua. La primera compañía peruana de agua de mesa que tiene un propósito social. Su abuelo y su papá fueron su inspiración para crear un negocio donde las ganancias se destinan a proyectos de agua potable en zonas de pobreza extrema.

PUEDES VER: [Juan Carlos Orderique: “Me gustaría tener un programa infantil, sería como ‘chabelo’” | VIDEO](#)
¿Cómo nace el interés de hacer una empresa con ayuda social?

Mi idea de hacer empresa nace a los 13 años. Mi papá me dio la oportunidad de viajar mucho y siempre me decía: “No compres souvenirs sino ideas”. Él nunca pudo ser el emprendedor que quiso y por eso quería que yo lo fuera. Justo en ese tiempo mi abuelo falleció, él era conductor de bus. Me quedé con la idea de que las personas trabajan hasta muy ancianas. Por más que tú les des 100 soles para ayudarlos,

INFORME

Lo que busca la soltera ejecutiva peruana en una potencial pareja

Portal Mi Media Manzana dice que la mujer profesional exige personalidad y metas claras en la relación.

DIANA MUJICA MAGUIÑA
dmujica@lanogestion.com.pe

En un café, una librería o en un bar de moda. Acochar al amor en estos escenarios daba a enamorado un margen de éxito más o menos aceptable. Ver y dejar que nos vean era la consigna.

Como si del farolero de la historia de Saint-Exupéry se tratara, la consigna para la esquivada búsqueda del amor no ha cambiado, pero sí la velocidad: el día acaba más pronto para las relaciones.

Internet es la herramienta perfecta para solucionar el poco tiempo que la jornada laboral le deja a los adultos jóvenes y ejecutivos.

El portal Mi Media Manzana.pe opera en Perú y tiene una base de 250,000 usuarios que buscan pareja, pero -ojo- esto no es Tinder, acá no se buscan roces casuales, acá

EL NÚMERO

500,000

solteras tienen registrados el portal Mi Media Manzana.pe en la región en países como Colombia, México, Chile y Perú.

se va al amor duradero y relación de largo plazo.

El principal target del portal son solteras peruanas ejecutivas. Según Pedro Neira, cofundador del site, para saber lo que quieren, se seleccionó a 2,000 usuarias de 30 a 45 años con sueldos mayores a S/ 4,500 y se investigó a fondo sus preferencias en cuanto a lo que buscan en una pareja (ver infografía).

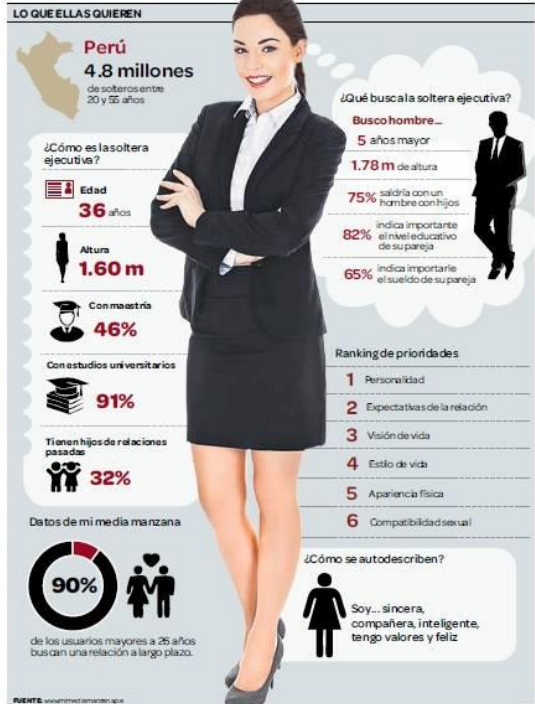
"Lo más importante para estas mujeres es la personalidad de una potencial pare-

ja, que se compartan intereses y metas comunes", explica el ejecutivo.

Las cosas claras

Otro punto decisivo es que el candidato tenga claro qué espera de una relación. "Son mujeres muy empoderadas, entonces no quieren perder tiempo revisando perfiles de hombres que quizá son atractivos, pero no quieren lo mismo que ellas".

Otro detalle que llama la atención es que dentro de sus prioridades la compatibilidad sexual es el sexto factor por debajo de estilo de vida y apariencia física. Neira explica que en el caso de los hombres, lo sexual ocupa el tercer puesto por debajo de la personalidad y las expectativas en la relación. Entre lo físico y lo actitudinal parece estar la pareja ideal.



ESTILO TECNO

VERDADES

El sueldo es crucial para 48% de mujeres que buscan cita digital

Encuesta del portal Mimediamanzana.pe muestra que ser sexy no es una exigencia para búsqueda de parejas online.

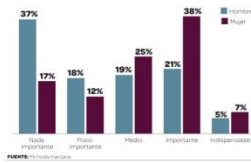
En un mes, los peruanos hacen tres millones de búsquedas relacionadas con encontrar pareja en Internet. Esta demanda, según el portal especializado en búsqueda de parejas online Mimediamanzana.pe, muestra la disposición del consumidor local de usar este medio como vehículo para el amor.

Informe
Es así que este portal elaboró un informe para mostrar las preferencias de sus usuarios en las lides amorosas. Con un universo de 7 mil usuarios de su portal que han contestado un cuestionario estándar, han sacado algunas conclusiones.

La más resaltante apunta a la importancia que los potenciales amantes le dan al tema del sueldo de su hipotética pareja: el 48% de las mujeres encuestadas considera como importante ese dato, mientras que solo el 9% de los hombres considera la información económica.

La educación es otro punto a considerar. En ese caso, son también las mujeres las que consideran más importante

Importancia de la edad
¿Qué tan importante para ti es que tu pareja tenga la edad que indicas?



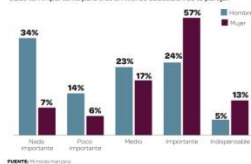
LAS CLAVES

•• **Online.** En EE.UU., una de cada cinco personas conoció a su pareja por Internet.

•• **Edades.** Los encuestados están entre los 18 y 31 años.

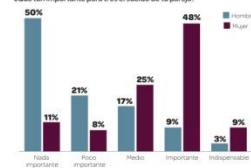
•• **Público.** El portal Mimediamanzana.pe espera captar 100 mil usuarios al año. Está en Perú desde octubre del 2013.

Importancia de la educación
¿Qué tan importante para ti es el nivel de educación de tu pareja?

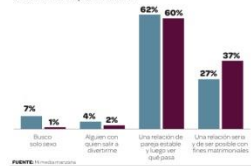


el nivel educativo de sus parejas con 57%, mientras los hombres le dan un 14% de importancia a este rubro. Pero si de rasgos esenciales en la pareja se trata, el 81% de mujeres considera un rasgo indispensable la fidelidad, seguida de sinceridad con 78% y que sea trabajador con 67%. Los hombres coinciden pero con números menores marcados. Algo que llama la atención es que el atributo sexy está lejos de los primeros puestos tanto para hombres como para mujeres.

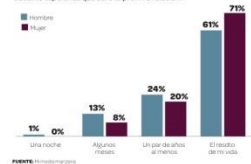
Importancia del sueldo
¿Qué tan importante para ti es el sueldo de tu pareja?



Expectativas sobre tu próxima relación
¿Qué buscas en tu próxima relación?



Duración potencial de una relación
¿Cuánto esperarías que dure tu próxima relación?



Bibliografía

Blank, S. (2013). El Manual Del Emprendedor, 640.

Camayo Llallico, Wendy; Vásquez Calderón, Claudia Melissa; Zavaleta Núñez, L. E. (2017). Análisis del ecosistema emprendedor latinoamericano y su impacto en el desarrollo de Startups. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10757/621422>

Morán, Y. R. (2016). Departamento de Derecho Internacional Público y Análisis de las estrategias de comunicación de las startups españolas . Estudio de casos.

Para, T., El, O., Ciencia, L. A., Michael, B., & Cubas, L. (2016). Análisis del proceso de financiamiento de las startups en el Perú desde la perspectiva de los emprendedores.

Pezzini, M., & Primi, A. (2015). Estudios del Centro de Desarrollo Startup América Latina. Construyendo un futuro innovador, 28.

Rodríguez Halcón, J. (2015). Instrumentos y mecanismos de financiación para Startups. Retrieved from <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/46462>

Stephanie, M., Figueroa, G., Daniela, A., Gonzales, P., Carolina, E., & Pachamango, J. (2016). Emprende Innovando : Start Up, 95–98.