

STARTUPS

ULIMA

001

EDICIÓN

NOVIEMBRE 2026

EN LA CIMA

EMPRENDIMIENTOS CON ADN ULIMA
QUE TRIUNFAN EN LA ESCENA NACIONAL
E INTERNACIONAL



STARTUPS ULIMA

001 EDICIÓN
Universidad de Lima
Noviembre 2026 | Lima, Perú

Director del Centro de Emprendimiento e Innovación: Jorge Eduardo Conde Yauri
Asistente editorial: Martha Sofía Mejía Valenzuela
Director del Fondo Editorial: Eduardo Lavado Gagliardi
Coordinación editorial: María José Martínez Li, Ana Paula Nalvarte
Redacción: Jomayvit Gálaga Puerta
Diseño y diagramación: Fiorella Rivero Stagnaro
Edición, diseño y carátula: Fondo Editorial de la Universidad de Lima

© Universidad de Lima
Fondo Editorial
Av. Javier Prado Este 4600
Urb. Fundo Monterrico Chico
Santiago de Surco, Lima, Perú
Código postal 15023
Teléfono (511) 437-6767,
anexo 30131
fondoeditorial@ulima.edu.pe
www.ulima.edu.pe

Correspondencia:
Fondo Editorial de
la Universidad de Lima
fondoeditorial@ulima.edu.pe

ISSN xxxxxxxxx
Hecho el depósito legal en
la Biblioteca Nacional del
Perú n.º 2026-13584

Uso de herramientas de IA
Todas las contribuciones de la IA fueron revisadas, editadas y aprobadas por autores humanos. Asimismo, algunas imágenes de esta revista fueron generadas con herramientas de IA, específicamente ChatGPT-5 (OpenAI) y Gemini 2.5 Flash (Google). Si una imagen se ha generado con una herramienta de IA, se ha dejado constancia de ello en el crédito de dicha imagen.





CONTENIDO

4 • EDITORIAL

6 • CENTRO DE EMPENDIMIENTO E INNOVACIÓN

10 • STARTUPS ULIMA

10 • FITIA

14 • ELSA

18 • CHAZKI

22 • THEHUB

26 • KHIPU

30 • JUZTINA

34 • BIO NATURAL
SOLUTIONS

38 • LÍNEA DE TIEMPO DE INNOVA ULIMA

40 • STARTUPS ULIMA

40 • MAQU

44 • AIMO

48 • HOLOS

52 • KASHIN

56 • YAVENDIÓ

60 • KAUDAL

64 • TRII

68 • UDOCZ

72 • PERFILES DE FUNDADORES



Un emprendimiento adquiere su verdadero sentido cuando se convierte en una fuerza capaz de transformar la realidad y, por ende, también a sus protagonistas. En un contexto complejo y desafiante como el nuestro, impulsar la creación de empresas innovadoras es un compromiso que la Universidad de Lima asume a través de su modelo educativo y en consonancia con la visión empresarial que nos dio origen.

Emprender no consiste únicamente en crear empresas, es un proceso transformador que cultiva la resiliencia; para ello moldea la estructura mental, potencia habilidades clave y define una forma de actuar que se convierte en un activo invaluable para cualquier rumbo profesional que se decida trazar. En esa línea, desde hace 16 años, la Universidad de Lima promueve el emprendimiento como *driver* de la innovación; ha impactado en más de 5 688 personas y entregado más de \$ 350 000 en capital semilla.

Con esa convicción nace la primera edición de esta publicación, un espacio impulsado por el Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad de Lima (Innova Ulima) para visibilizar, poner en valor y proyectar el impacto de nuestra comunidad emprendedora en el mundo; este colectivo lidera 40 de las 100 mejores *startups* peruanas (Forbes, 2025). Para esta entrega inaugural, se han seleccionado las propuestas y trayectorias de 15 *startups* Ulima, que reflejan la personalidad empresarial de nuestros alumnos y egresados para transformar el conocimiento en soluciones mediante modelos de negocio escalables.

En cada edición, los lectores podrán profundizar en la problemática que atiende cada empresa, su propuesta de valor diferenciada, su modelo de funcionamiento y los beneficios cuantificables que ofrece al mercado. Asimismo, buscamos mostrar la esencia del ecosistema que venimos construyendo: aprendizaje de *founder* a *founder*, rigurosidad técnica y visión global de los negocios, pilares del Centro de Emprendimiento e Innovación. Cada una de estas *startups* es resultado de disciplina y resiliencia, de un proceso en el cual la formación académica se conectó de manera directa con las exigencias del mercado.

Esta publicación es una invitación abierta al sector privado, los fondos de inversión, el Estado y las organizaciones de la sociedad civil a fin de que encuentren en Innova Ulima un aliado estratégico. Creemos firmemente que la verdadera innovación es fruto de la colaboración constante entre los actores para transformar el país y la región. Les presentamos con orgullo el trabajo de estos 15 empresarios que hoy ejecutan, innovan y construyen el futuro. Ese es nuestro compromiso.

JORGE CONDE
Director

Centro de Emprendimiento e Innovación (Innova Ulima)
Universidad de Lima

Centro de Emprendimiento e Innovación

Innova Ulima: conectando talento y oportunidades para crear *startups* que transforman industrias

Las *startups* no nacen solamente a partir de una buena idea. Surgen cuando se encuentra un problema real, un equipo dispuesto a resolverlo y un ecosistema capaz de acompañar el camino. Desde hace 16 años, la Universidad de Lima, a través de su Centro de Emprendimiento e Innovación (Innova Ulima), promueve una cultura de innovación y fortalece el desarrollo empresarial en el Perú. Al articular la academia con el sector privado y el ecosistema emprendedor, impulsa iniciativas que aportan de manera directa al crecimiento y bienestar del país.

En estos años, Innova Ulima ha acompañado a más de 312 equipos que han encontrado un espacio en el ecosistema para transformar sus ideas en proyectos con potencial de crecimiento. Las diversas *startups* vinculadas a estos programas han levantado más de US\$ 8 millones de capital, mientras que para impulsar su desarrollo Innova Ulima ha brindado más de US\$ 350 000 en fondos.

Una idea guía el trabajo de Innova Ulima detrás de cifras alentadoras: una *startup* requiere mucho más que financiamiento para crecer. Necesita validar un problema, entender a sus usuarios, construir un modelo de negocio, acceder

→ EXPAND Ulima es la serie de YouTube que muestra a las startups del programa de aceleración de Innova Ulima durante su participación en la competencia y su camino hacia la internacionalización.

Las 15 startups de esta revista muestran esa diversidad de sectores, soluciones y momentos de crecimiento, compartiendo un mismo origen: personas vinculadas a la Universidad de Lima que decidieron convertir una oportunidad en un proyecto con potencial de generar valor.

a conocimiento, encontrar aliados y conectarse con el mercado. Por eso articula un ecosistema que busca acompañar a los emprendedores en distintas etapas de su recorrido: desde las primeras aproximaciones a una idea hasta la validación, las primeras ventas, el crecimiento y la expansión hacia nuevos mercados.

UN ECOSISTEMA QUE CONECTA CUATRO MUNDOS

El trabajo de Innova Ulima se construye alrededor de la conexión entre cuatro actores fundamentales:

- La Universidad, como espacio de talento, conocimiento, investigación y nuevas ideas.
- Los emprendedores, que identifican problemas y convierten oportunidades en soluciones.
- Las startups, que validan esas soluciones, desarrollan modelos de negocio y buscan crecer.
- Empresas e inversionistas, que aportan desafíos reales, experiencia,

capital, conexiones y oportunidades de mercado.

El rol de Innova Ulima es generar los puentes entre estos mundos. Así, la universidad no se limita a formar emprendedores, crea espacios para que el conocimiento y el talento puedan encontrarse con las necesidades del mercado.

Esta conexión se extiende a distintas industrias. El portafolio de startups vinculadas a Innova Ulima reúne soluciones en sectores como *CleanTech*, *ConstrucTech*, *EdTech*, *FinTech*, *FoodTech*, *HealthTech*, *HR Tech*, *MineTech*, *SaaS*, *LegalTech*, *PropTech*, *E-commerce*, *Retail* y *Logistics*, entre otros. Esta diversidad refleja también la amplitud de oportunidades que pueden surgir cuando el talento universitario encuentra espacios para experimentar, validar y emprender.

DEL PRIMER PASO AL CRECIMIENTO

Para acompañar este recorrido, Innova Ulima cuenta con programas que responden a diferentes momentos del desarrollo emprendedor:

Primer Paso. Es el programa de incubación que acompaña a los equipos en la validación de sus ideas y modelos de negocio; busca que pasen de una propuesta inicial a una solución con evidencia de mercado y potencial de crecimiento.

EXPAND. Es el programa de aceleración que guía a las startups con mayor nivel de madurez en procesos de crecimiento, tracción e internacionalización; las conecta con mentores, aliados y oportunidades en nuevos mercados.

A estos programas se suman distintas iniciativas de innovación abierta, formación, mentoría y conexión con empresas, las cuales permiten que estudiantes, emprendedores, startups y organizaciones trabajen alrededor de desafíos reales.

Así, el ecosistema se construye no solo desde los programas, sino también desde las personas que lo integran: mentores, *founders*, egresados emprendedores, corporativos, inversionistas y aliados estratégicos que comparten conocimiento y generan nuevas oportunidades de colaboración.



Las startups no nacen solamente a partir de una buena idea. Surgen cuando se encuentra un problema real, un equipo dispuesto a resolverlo y un ecosistema capaz de acompañar el camino."

UNA COMUNIDAD QUE SIGUE CRECIENDO

El resultado de este trabajo se refleja tanto en las cifras como en las historias que cada emprendimiento alberga. Detrás de esos más de 312 equipos que Innova Ulima ha acompañado hay años de aprendizaje, experimentación y construcción de comunidad.

Cada startup recorre un camino diferente. Algunas nacen en las aulas, otras surgen de una experiencia profesional o de la identificación de una necesidad específica del mercado. Varias se concretan buscando validar una idea y otras llegan al ecosistema con un producto en funcionamiento. Lo que tienen en común es la posibilidad de encontrar conexiones que les permitan avanzar.

Las 15 startups que forman parte de esta revista son una muestra de esa diversidad. Representan distintos sectores, soluciones y momentos de crecimiento, compartiendo un mismo origen: personas vinculadas a la Universidad de Lima que decidieron convertir una oportunidad en un proyecto con potencial para generar valor.

Desde Innova Ulima buscamos seguir fortaleciendo ese camino. Para nosotros, impulsar el emprendimiento no significa solamente ayudar a crear nuevas empresas, implica generar las condiciones para que el talento pueda convertirse en soluciones, que estas encuentren mercado, y que las startups crezcan y contribuyan a transformar las industrias y la sociedad.

Innova ULIMA. Impulsamos soluciones que redefinen el futuro de las industrias y la sociedad.



Un plan de nutrición personalizado

Fitia es una *app* peruana de nutrición inteligente que usa IA para automatizar programas de alimentación. Es usada hoy por millones de personas en más de 20 países.

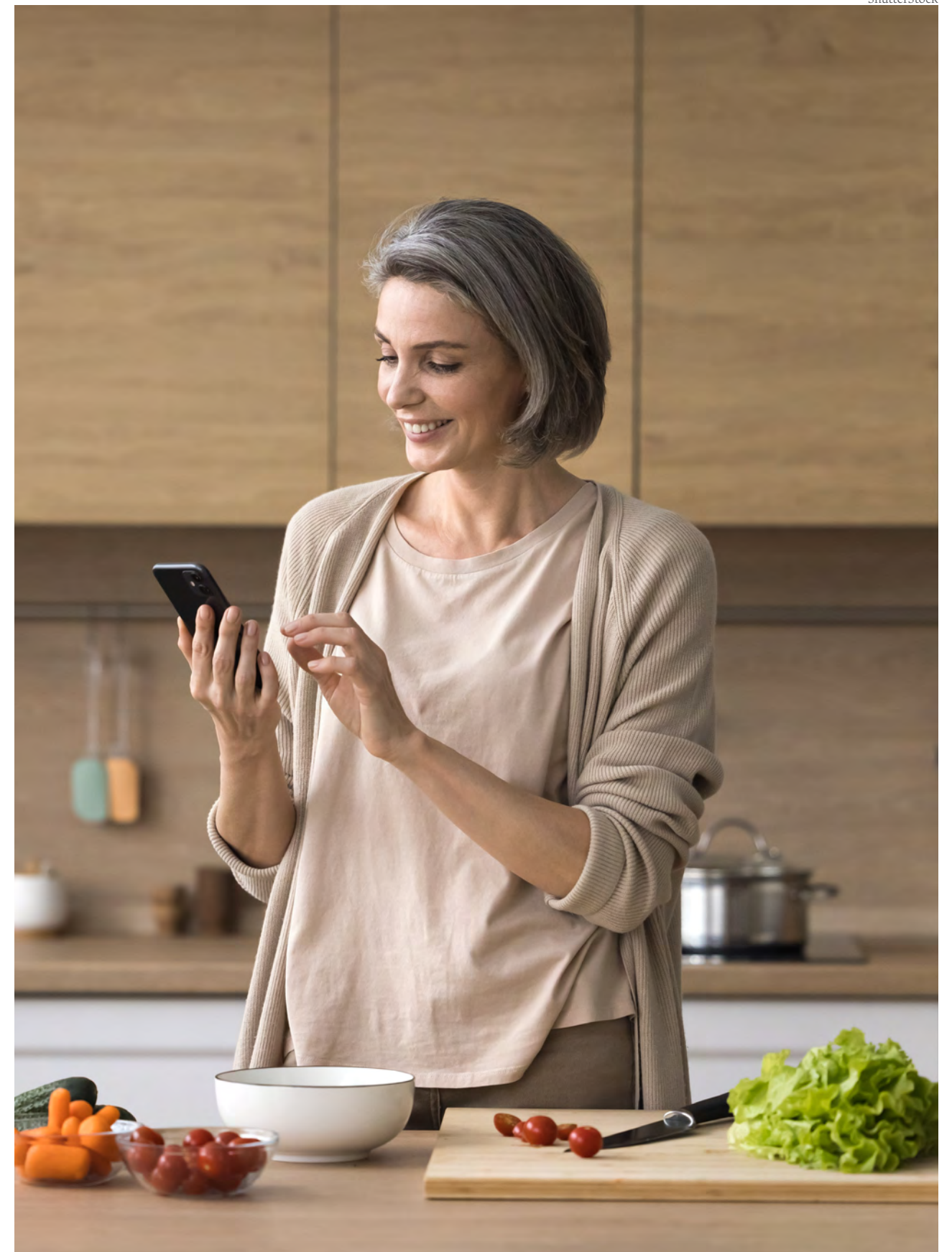
Piero Linares y Ulises Olave se conocen desde los doce años. Estudiaron en el mismo colegio y, luego, por coincidencias del destino, ambos decidieron estudiar en la Universidad de Lima. Piero se decidió por Ingeniería Industrial y Ulises por Ingeniería de Sistemas. Cada uno construyó su propio camino profesional. Piero pasó casi cuatro años en fusiones y adquisiciones dentro del Grupo Breca. Ulises empezó como practicante en el BBVA y luego pasó a Telefónica, donde terminó liderando productos digitales. A los dos les iba bien, pero algo les decía que debían crear algo propio.

La idea nació de una necesidad puntual: Ulises había empezado a en-

trenar en el gimnasio y quería ordenar también su alimentación. Buscó nutricionistas en Instagram y encontró un proceso lento: le pedían sus datos y, días después, le devolvían un plan armado en una hoja de cálculo genérica con fórmulas que ya se sentían anticuadas. Pensó que ese proceso se podía automatizar y empezó, por su cuenta, a programar los primeros esbozos de una aplicación. Casi al mismo tiempo, Piero –que llevaba media vida metido en el mundo del *fitness* al punto de completar una especialización en nutrición fuera de su propia carrera– quería emprender en algo parecido.

Piero y Ulises volvieron a cruzar caminos a finales de su etapa universitaria cuando los dos, buscando un

Cerca de 30 % de sus usuarios no entrena: la aplicación atiende desde jóvenes que buscan bajar de peso hasta personas de más de cincuenta años que solo quieren ordenar su alimentación”.





→ Piero Linares (CEO) y Ulises Olave (CTO), cofundadores de Fitia, la app peruana de nutrición inteligente que hoy tiene presencia en más de 20 países.

10 millones

de alimentos conforman la base de datos nutricional que Fitia ha construido y sigue ampliando en cada país donde opera.

1,3 millones

de usuarios usan la aplicación de manera activa cada mes, registrando lo que comen y ajustando su alimentación en tiempo real.

20 países

cuentan, hoy, con Fitia; entre estos, México, Chile, España, Argentina y Perú son los mercados más fuertes.

nicho de negocio y discutiendo problemáticas, compararon ideas y se dieron cuenta de que hablaban de lo mismo. Sumaron lo que cada uno sabía: Piero, el criterio nutricional y el ángulo de negocio; Ulises, la parte técnica. En 2019, renunciaron a sus trabajos y se lanzaron a la aventura sin un producto terminado, apostando solo por la idea.

El comienzo fue manual, casi artesanal. Antes de tener una base de datos de alimentos, los propios fundadores recorrían supermercados fotografando etiquetas nutricionales, producto por producto, para digitar la información a mano en una hoja de cálculo. El primer mes, entre los dos, vendieron apenas un puñado de suscripciones. El crecimiento no fue inmediato. El primer año casi no generó ingresos y los dos fundadores vivieron de sus ahorros. Sin embargo, la entrada a Y Combinator en 2021 cambió el rumbo: la aceleradora validó el proyecto ante inversionistas de Estados Unidos, de donde llegó una ronda que permitió contratar al primer equipo y acelerar la expansión a otros mercados.

Hoy, Fitia está disponible en más de veinte países, con México, Chile, España, Argentina y Perú como sus mercados más fuertes, y Estados Unidos entrando ya entre los seis principales. Cerca del 30% de sus usuarios ni siquiera entrena, ya que la aplicación atiende desde jóvenes que buscan bajar de peso hasta personas de más de cincuenta años que solo quieren ordenar su alimentación. El modelo de

“

La suscripción da acceso a un sistema que actúa como un asistente de nutrición personal: calcula, planifica y registra la alimentación del usuario según sus objetivos físicos

negocio es simple: suscripciones sin publicidad ni venta de datos.

La suscripción da acceso a un sistema que actúa como un asistente de nutrición personal: calcula, planifica y registra la alimentación del usuario según sus objetivos físicos (perder grasa, aumentar músculo o mantener un peso saludable). La aplicación se define como una alternativa inteligente al nutricionista tradicional, pues cualquier persona puede registrar lo que come tomándole una foto o dictándolo por voz. Luego de ello, la aplicación calcu-

la automáticamente calorías y composición nutricional a partir de una base de datos propia que hoy supera los diez millones de alimentos, y se actualiza en cada país donde opera. A partir de esa información, y de datos como alergias o condiciones médicas, genera un plan de comidas hecho a la medida de cada usuario y no una plantilla genérica.

La diferencia frente a otras apps, dicen sus fundadores, está en la limpieza de esa base de datos. Muchas plataformas de nutrición arrastran información incompleta o repetida entre productos. Fitia usa inteligencia artificial para completar los datos faltantes de miles de productos y así evitar errores que después se trasladan al cálculo final. La aplicación no compite contra modelos de inteligencia artificial de terceros: los usa como una pieza más, combinados con su propia base curada, para mantener resultados coherentes.

El vínculo con la Universidad de Lima llegó hace un par de años a través de charlas y espacios de exposición para otros estudiantes emprendedores. Piero y Ulises coinciden en algo: lo que más disfrutan de tener una empresa de consumo masivo es ver, de manera directa, el efecto de su producto en la vida de alguien. Los correos de usuarios que agradecen haber bajado veinte o treinta kilos siguen respondiéndolos ellos mismos todos los días. La meta que se han puesto para los próximos años es simple de decir y grande de cumplir: convertirse en la aplicación de nutrición más usada del mundo.

ELSA

Un seguro contra el acoso laboral

ELSA es la plataforma peruana que ayuda a las empresas a medir, prevenir y actuar frente a situaciones de crisis en el trabajo, combinando encuestas anónimas, datos propios de cada organización e inteligencia artificial.

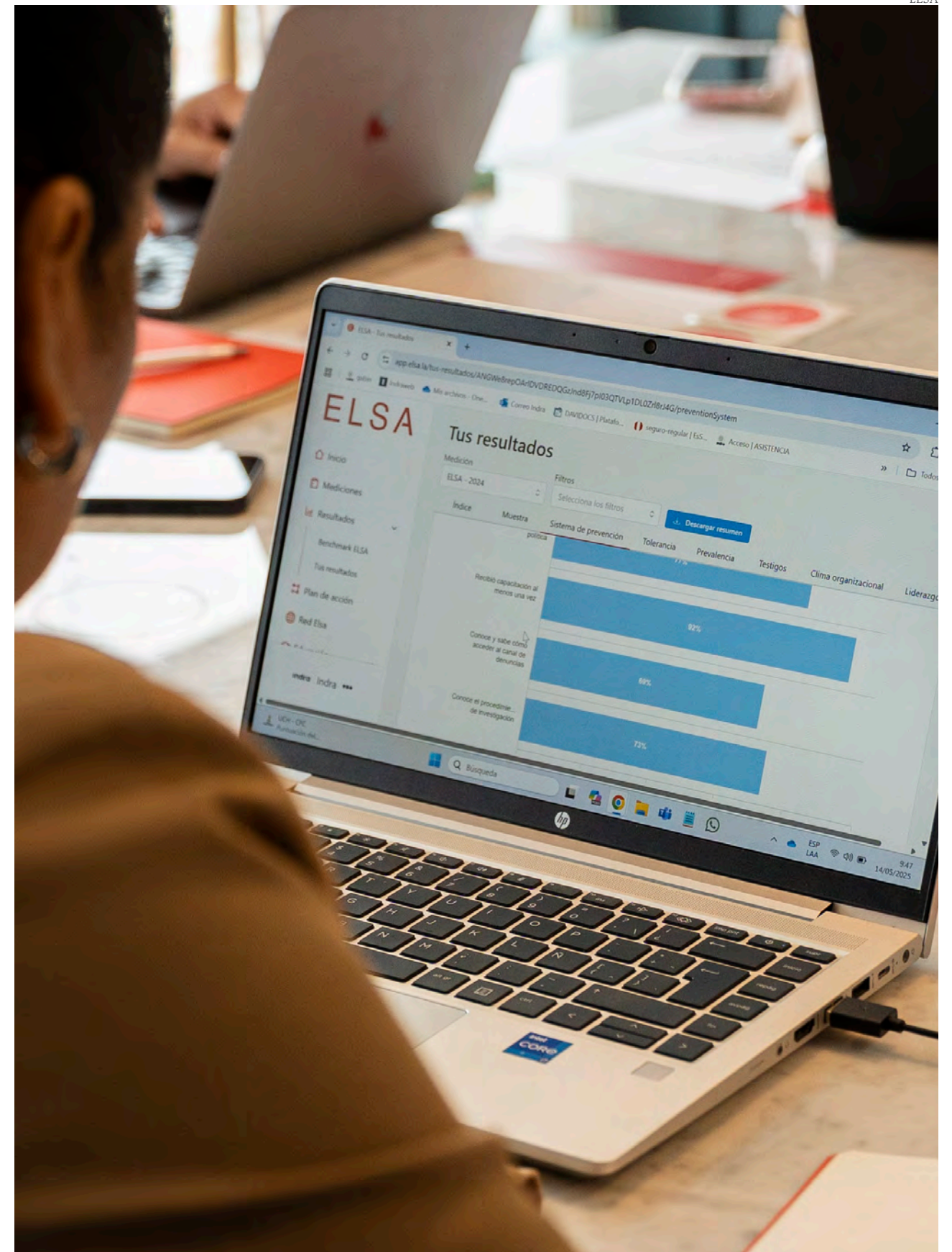
Los trabajadores responden encuestas anónimas y la empresa entrega sus propios datos internos. Luego, al cruzar ambas fuentes, la plataforma señala en qué áreas existe un mayor riesgo y arma un plan de acción. Ello surgió de la metodología que sus cofundadoras desarrollaron mientras trabajaban en GenderLab, una consultora de género, y hoy funciona como una startup independiente.

En promedio, solo el 5 % de los casos de acoso laboral en las empresas termina en una denuncia formal, asegura Ivonne Quiñones. ELSA calcula que el número real de personas que lo viven es mucho más alto: cerca del 30 %. La brecha no se debe solo a la falta de canales para denunciar, sino que las personas ni siquiera saben que lo que viven tiene nombre.

¿Qué se entiende por acoso laboral? A veces es un chiste que incomoda y se repite. En otras ocasiones, un comentario de doble sentido, o alguien que se acerca más de lo necesario y no entiende un no por respuesta. La mayoría de personas que lo experimenta ni siquiera lo nombra así, solo siente que algo no está bien. Ivonne Quiñones analizó este problema de cerca —antes de convertirlo en empresa— en grupos de mujeres donde se conversaba sobre cómo crecer profesionalmente en el trabajo y sus obstáculos, entre ellos, el acoso.

Ivonne Quiñones es ingeniera industrial de la Universidad de Lima, con años de experiencia en tecnología de producto. Conoció a Marlene Molero Suárez, abogada que había dejado un estudio jurídico para asesorar a empresas en temas de género, en un grupo de run-

ELSA opera en tres etapas: diagnóstico, estrategia e implementación. Identifica las áreas de mayor riesgo y genera un plan de acción con apoyo de IA



ning en el distrito limeño de Barranco. Por esos días, el auto de Ivonne se magló y Marlene se ofreció a llevarla al trabajo durante varias semanas. En esos viajes compartieron algo en común: las dos querían impulsar proyectos que contribuyan al crecimiento laboral de las mujeres. Con esa conexión fundaron GenderLab en 2018, una consultora que empezó como un aula virtual para diagnosticar acoso sexual laboral y ofrecer talleres y entrenamientos.

Ivonne no llegó a ELSA desde cero. Antes había trabajado siempre del lado técnico de distintas startups. Esa experiencia le sirvió para construir la plataforma con lógica de producto digital desde el inicio, y llevarlo más allá de la consultoría en la que nació la idea. Marlene, por su parte, encontró un patrón entre las empresas que asesoraba: casi ninguna tenía datos sobre acoso sexual laboral ni podía compararse con otras. Ahí apareció la oportunidad. Antes de que existiera ELSA, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), abrió un fondo de cien mil dólares para crear una metodología que midiera este tipo de riesgo. Ivonne y Marlene postularon juntas y ganaron.

Con ese dinero probaron de forma gratuita la metodología en un grupo de cuarenta empresas en países de América Latina, entre ellos, Bolivia, Colombia y Perú. Ocho meses después, esas mismas empresas empezaron a pagar por el servicio. Ahí fue cuando nació la plataforma digital ELSA, sigla de Espacios Laborales Sin Acoso.

El servicio de esta startup funciona a través de tres etapas: diagnóstico, diseño de la estrategia y puesta en práctica. El diagnóstico combina dos fuentes: encuestas anónimas a los trabajadores y datos internos que la propia empresa entrega. Al cruzar ambas fuentes, la plataforma identifica las áreas o los equipos específicos de la organización donde existe riesgo de acoso y elabora automáticamente un plan de acción. Este plan puede incluir, por ejemplo, capacitaciones dirigidas a un área específica con mayor riesgo detectado, cambios en la política interna de denuncias o ajustes en los canales de reporte para los trabajadores.

La suscripción dura un año. Incluye



→ Marlene Molero (CEO) e Ivonne Quiñones (CTO), cofundadoras de ELSA, la plataforma peruana que ayuda a las empresas a prevenir, diagnosticar y erradicar el acoso laboral.

HITOS CLAVE

FONDO DEL BID

Ganaron un fondo de cien mil dólares del Banco Interamericano de Desarrollo para crear una metodología que midiera el riesgo de acoso laboral. Ese dinero les permitió probar la idea sin cobrar a las empresas.

PRIMEROS CLIENTES PAGADOS

Ocho meses después de probar la metodología gratis con 40 empresas en varios países, estas empezaron a pagar por el servicio. Así nació ELSA como plataforma.

SPIN-OFF EN 2020

ELSA se separó de GenderLab, la consultora donde nació la idea, y se convirtió en un producto independiente.

la medición inicial, las capacitaciones y la implementación del plan. Todo se apoya en inteligencia artificial: la clasificación de las empresas por sector, la detección de patrones comunes y la personalización de cada plan de acción según la realidad del cliente.

ELSA cuenta hoy con una de las bases de datos más grandes de la región sobre acoso laboral, construida a partir de las encuestas que ha aplicado en cada empresa cliente. Esa base es la que alimenta a la inteligencia artificial: cuantas más empresas completan el diagnóstico, mejor se identifican los patrones y se puede comparar a cada organización con otras de su mismo sector para determinar si su situación es mejor o peor que la del resto, algo que antes no era posible.

Uno de los últimos lanzamientos se llama Hola ELSA, un asistente al que cualquier colaborador puede escribirle si tiene dudas sobre las políticas de su empresa contra el acoso, antes incluso de decidir si presenta una denuncia formal. La idea es que la persona llegue informada al momento de reportar su caso.

El otro lanzamiento reciente es un módulo que se enfoca en la gestión de la denuncia misma. Una vez que una persona decide reportar un caso, la plataforma ayuda a darle un segui-

miento ordenado, desde que se recibe hasta que se resuelve. Ello deja un registro con el que muchas empresas antes no contaban.

ELSA se independizó de GenderLab, la consultora que Marlene e Ivonne habían fundado en el 2018, y se convirtió en producto propio en el 2020. Ya como producto propio, la introducción inicial del BID les abrió puertas en gremios empresariales de Colombia y México, los primeros mercados fuera de Perú.

Ivonne compara llevar el sello ELSA con tener un seguro preventivo. El acoso ocurre en las empresas, aunque casi nunca se denuncie, y abordar el problema antes de que un caso salga a la luz protege tanto a las personas como a la reputación de la organización. Para los trabajadores, saber que su empresa mide este problema y cuenta con un canal serio de respuesta cambia cómo se sienten en su trabajo cada día.

Para Ivonne Quiñones, ELSA es su tercera startup, después de años en tecnología de producto y de dos emprendimientos más del lado técnico. Como cofundadora y CTO de ELSA, busca ir más allá de la herramienta y contribuir a un cambio cultural que permita a las personas hablar abiertamente de estas situaciones.

chazki

Vender más sin pensar en la logística

Chazki es la plataforma peruana que permite a empresas de *e-commerce* y transportistas tercerizar y efectivizar sus entregas sin mantener una flota propia.

A inicios de la década pasada, al pedir algo por internet, el producto podía tardar hasta dos semanas en llegar. Esa demora era casi normal, pues el comercio electrónico todavía era nuevo en el Perú. En esa época, las tiendas *online*, en vez de dedicarse a aumentar sus ventas, invertían grandes recursos en armar su propia flota de reparto. Esa fue la oportunidad que encontraron los fundadores de Chazki.

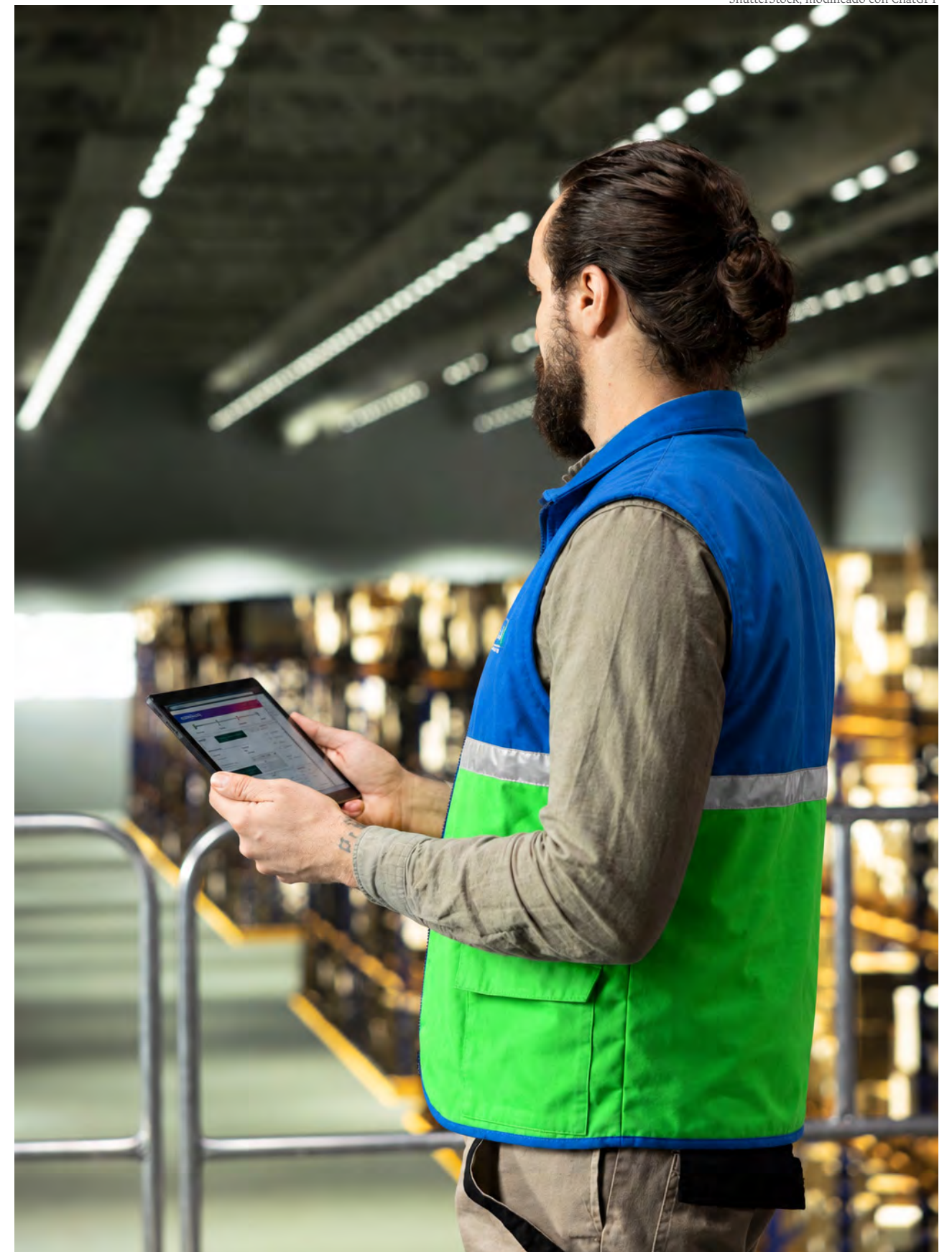
Luis Miguel Frisancho es administrador de la Universidad de Lima. Su primer trabajo, apenas salió de esa casa de estudios, fue en Radionet, una operadora de telefonía que luego se convirtió en Nextel. Entró como

uno de los primeros 40 empleados y se quedó ahí casi 16 años. En 2013, Entel Chile compró las operaciones de Nextel Perú y le ofrecieron quedarse en un área técnica, pero decidió que era el momento de emprender algo propio.

Ya venía pensando en eso desde tiempo atrás junto a dos amigos cercanos: Renzo Marrese, con quien había ido al colegio, y Gonzalo Begazo, un viejo amigo, cuyas esposas, además, eran amigas desde primaria. Los tres, a lo largo del 2011 y 2012, solían juntarse seguido a buscar qué negocio armar juntos.

La idea terminó de tomar forma en 2015, cuando el comercio electrónico ya existía, pero arrastraba dos problemas: cómo cobrar y cómo entregar. Los tres,

Para las empresas
clientes, contratar
directamente a
cada repartidor le
costaría entre 30 %
y 50 % más



Shutterstock, modificado con ChatGPT



→ Luis Miguel Frisancho, cofundador de Chazki, la plataforma peruana de logística de última milla que hoy opera en cinco países de la región.

junto a Ernesto Cuadros Vargas, entonces decano de una universidad de Arequipa, fundaron Chazki en esa ciudad. El nombre no fue casualidad, pues Chazki hace referencia a los *chasquis*, los mensajeros del Imperio incaico que corrían largas distancias para llevar noticias y encomiendas de un punto a otro.

Su propuesta para las tiendas *online* era simple: “Olvídate de la distribución, nosotros la hacemos, tú dedícate a vender”. Con tecnología propia, empezaron a ofrecer entregas el mismo día. En sus primeros años, el crecimiento dependió mucho de practicantes universitarios que ayudaron a construir desde cero la operación en cada ciudad nueva.

Para integrarse a Chazki, una empresa, primero, pasa por un piloto con un consultor de ventas. Si el resultado convence, firman un contrato y arrancan poco a poco. La parte técnica se conecta directamente con plataformas ya usadas por muchas tiendas *online* como VTEX, Shopify o Mercado Pago, de modo que la información fluye sin fricciones entre los dos sistemas. La integración tecnológica que ofrece Chazki no se limita a plataformas de *e-commerce*, también se conecta directamente con los sistemas administrativos internos de grandes distribuidoras que ya tienen flota propia. Estas deciden reducir costos mediante la tecno-

logía y red tercerizada que obtienen migrando hacia Chazki.

Para las empresas clientes, contratar directamente a cada repartidor le costaría entre 30 % a 50 % más y significaría un trabajo burocrático de gestión del nuevo personal que distraería la atención de su foco principal: la venta. Chazki no tiene una flota propia de repartidores, sino que trabaja con motorizados, autos, furgonetas y camiones de distintos tamaños, que gestionan para cumplir con los propósitos de reparto de las empresas clientes. Este modelo, además, le otorga al repartidor la libertad de trabajar para varias empresas a la vez.

La propuesta de valor de Chazki para tiendas *online* es simple: “Olvídate de la distribución, nosotros la hacemos, tú dedícate a vender”

HITOS CLAVE

FUNDACIÓN EN AREQUIPA

Luis Miguel Frisancho, Gonzalo Begazo, Renzo Marrese y Ernesto Cuadros Vargas fundan Chazki con entregas el mismo día como propuesta central.

RESPALDO TEMPRANO

Chazki gana el respaldo de Wayra, la aceleradora de Telefónica, y del fondo estatal *Startup Perú*, que le otorga capital en dos ocasiones.

RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

El Foro Económico Mundial incluye a Chazki entre las 50 mejores *startups* de América Latina y el BID la elige para recibir financiamiento y asesoría.

La inteligencia artificial es una herramienta que hoy ayuda a Chazki a diseñar y ajustar rutas de reparto de forma automática. El equipo también la usa puertas adentro para analizar información y recopilar indicadores clave para presentaciones. Un área de atención al cliente monitorea en tiempo real cómo se mueven los repartidores en cada ciudad y el indicador que más importa a largo plazo es puntual: cuánto ahorra cada empresa con Chazki frente a manejar su propia logística de reparto.

La expansión fuera de Perú empezó por Argentina. Un grupo pequeño de Chazki se mudó entre cuatro y seis meses a Buenos Aires para entender el mercado y armar un equipo desde cero. Por el camino, sumaron el respaldo de Wayra, la aceleradora de Telefónica, y ganaron dos veces *Startup Perú*, un fondo estatal para emprendimientos. En 2017, dieron el salto de Argentina a México y, hoy, Chazki opera en cinco países: Perú, Argentina, Chile, México y Colombia.

El servicio varía según el país. En

algunos, Chazki es más fuerte en la primera etapa del reparto, cuando el producto sale de la fábrica o el almacén. En otros, en la última etapa, cuando llega a la puerta de la casa. En Perú, casi todo lo que hace Chazki es la entrega final al cliente. El transporte previo es todavía una porción menor de su negocio en el país, aunque ya empezaron a moverse hacia ahí.

Ese crecimiento internacional también trajo reconocimiento, como cuando, en el 2018, el Foro Económico Mundial incluyó a Chazki entre las 50 mejores *startups* de América Latina. Un año después, el Banco Interamericano de Desarrollo la eligió para recibir financiamiento y asesoría dentro de un grupo reducido de emprendimientos de la región.

Frisancho asegura que “una empresa de transporte con tres camiones, trabajando sola, difícilmente consigue más clientes de los que ya tiene”. Esta misma empresa puede terminar operando diez camiones o más al integrarse a la red de Chazki y contar con el volumen que la plataforma le puede traer.

thehub

Tu almacén, en cualquier ciudad

The Hub es la plataforma peruana de *fulfillment* que gestiona el almacenamiento, empaquetado y envío de pedidos para marcas de *e-commerce*, acercando el inventario al cliente final.

La startup The Hub guarda, empaqueta y envía los pedidos de tiendas que venden por internet. Cuando alguien le compra a una marca en su página web o en un *marketplace*, el pedido llega a los sistemas de The Hub, esta lo prepara con el empaque correspondiente y lo despacha desde un almacén cercano al comprador: la marca no necesita bodega ni equipo logístico propio. A este servicio completo, que va desde el almacenamiento hasta la entrega, se lo conoce como *fulfillment*.

Antes de The Hub, Juan José Aguilar ya había vendido una empresa. Era un negocio de internet de las cosas (IoT, siglas en inglés de Internet of Things), la tecnología detrás de sensores conectados que recogen y analizan datos en

tiempo real. Con ese capital, y junto con su socio Oscar Wong, economista con maestría en finanzas, empezó a asesorar a otras empresas.

Aguilar tiene 39 años y estudió Ingeniería de Sistemas en la Universidad de Lima. Cuenta que, desde la mitad de la carrera, ya sabía que quería emprender. Antes del negocio de IoT pasó por varias empresas corporativas, entre ellas el laboratorio de innovación de un grupo ecuatoriano, donde llegó a liderar a unas cien personas, y por otros proyectos propios, como un negocio de flotas y otro de fabricación digital, con más de un fracaso en el camino, lo que asume como parte normal de un proceso de aprendizaje.

En esas consultorías, Aguilar y Wong notaron un problema que se repetía en casi todos sus clientes: la logística de

e-commerce no funcionaba correctamente, ya que los inventarios no estaban conformes, se despachaban productos o tallas equivocadas y muchos no tenían tecnología específica para controlarlo. Para entenderlo desde adentro, compraron una boutique virtual de ropa femenina que sufría exactamente eso: aunque las ventas crecían, con la mala gestión del *fulfillment* se extinguían los márgenes. La pandemia los encontró cuando eran dueños de esa tienda virtual, y los golpeó económicamente, pero también los obligó a repensar el negocio desde cero.

Entonces identificaron cuál era, en concreto, el problema más difícil de resolver: el *fulfillment*. Este término alude a todo lo que pasa desde que alguien hace un pedido por internet y ese pedido llega



HITOS CLAVE

• NACIMIENTO

Tras lograr éxito en una empresa de IoT y una etapa de consultoría, Juan José Aguilar y Oscar Wong lanzaron The Hub en 2022.

• ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Cierran acuerdos con Parque Arauco, firma que instala almacenes dentro de sus centros comerciales, y con Rappi para ampliar su red de distribución.

• RECONOCIMIENTO Y EXPANSIÓN

Fue elegida entre las 10 mejores startups del Perú y acompañan a PromPerú a presentar su tecnología en Colombia y Argentina.

a la puerta de su casa: guardar el producto, empacarlo, despacharlo. Lo resolvieron integrando en un solo sistema los pedidos de todos los canales de venta, el control del inventario, el armado de paquetes y la conexión con los servicios de reparto, y les funcionó tan bien para su propia tienda que se hicieron una pregunta: si ya sabían hacerlo, ¿por qué no vender ese mismo servicio a otras marcas? En 2022 dejaron la boutique virtual y se dedicaron por completo a vender ese servicio de logística.

El modelo se apoya en dos tipos de almacén. Unos son almacenes tradicionales, ubicados a las afueras de la ciudad. Desde ahí abastecen a otros más pequeños, ubicados dentro, a los que The Hub llama *dark stores*: almacenes urbanos que el público nunca ve, instalados en zonas de alto movimiento comercial, como un local dentro de Larcomar o cerca de La Molina. Esa red también permite que marcas de Argentina y Brasil, sin personal ni oficina en el Perú, envíen su inventario a los almacenes de The Hub y vendan en el mercado peruano operando por completo a través de su plataforma y su red logística.

Por pedido se requieren cuatro pasos. Primero, se conecta la página web o el *marketplace* de la marca directamente a los sistemas de The Hub, así el pedido cae solo, sin que nadie tenga que avisar. Segundo, el sistema revisa

“
Las marcas que trabajan con The Hub ahorran, en promedio, 30 % en tres frentes a la vez.

la dirección del cliente y elige el almacén más cercano con stock disponible. Por ejemplo, si alguien pide algo desde Miraflores y la *dark store* de Larcomar tiene el producto, el pedido se procesa ahí mismo. Tercero, ese almacén arma el paquete como si fuera la propia tienda de la marca: bolsa personalizada, etiquetas, stickers, todo el empaque. Cuarto, sale desde ese almacén, en la modalidad que eligió el cliente, a la dirección registrada, con entrega programada, el mismo día, *express*, o con recojo en tienda en el punto de Larcomar.

La inteligencia artificial trabaja en dos frentes principales: evita que un almacén se sature de pedidos y calcula las rutas y ventanas de entrega más eficientes. También hay agentes de IA

para atención y soporte al cliente final, es decir, al usuario que compra en la tienda de cada marca. Además, The Hub usa la información de cada pedido para entender el comportamiento de compra de los clientes de determinada marca. Arma perfiles de consumo que permiten anticipar qué podría necesitar cada persona, y hasta incluye una muestra de otro producto dentro de la misma caja, buscando que el cliente reciba algo más que su pedido.

Las marcas que trabajan con The Hub ahorran, en promedio, 30 % en tres frentes a la vez. En almacenamiento, porque se paga por metro cúbico realmente usado, no por todo el espacio contratado: si una marca empieza el mes con diez metros cúbicos de pro-

ducto y vende la mitad, al mes siguiente paga solo por los cinco que le quedaron. En personal, porque el mismo equipo de un almacén atiende a varias marcas a la vez, sin tiempos muertos. Y en transporte, porque al tener el inventario más cerca del cliente final, se reduce considerablemente el costo de la última etapa de entrega.

La demanda de entregas rápidas sigue creciendo. Ayuda sobre todo a las compras que se deciden por impulso o por una necesidad urgente de última hora. Pero no todos los pedidos necesitan llegar de inmediato, así que The Hub ofrece cinco formas de envío distintas para que cada cliente elija la que le convenga.

Esta empresa comenzó con un puñado de personas armando pedidos de

mañana y actualmente, es un equipo que cuenta con cerca de 80 colaboradores. En el camino, y de la mano de las mentorías ofrecidas por el Centro de Emprendimiento de la Universidad de Lima, sumó inversión de dos fondos de capital de riesgo extranjeros, alianzas estratégicas con Parque Arauco, que instala sus almacenes dentro de varios centros comerciales, y con la aplicación Rappi. También fue elegida entre las diez mejores startups del Perú y acompañó a PromPerú a presentar su tecnología en Colombia y Argentina.

Hoy su ambición cruza fronteras. Desean que una empresa peruana pueda vender en Colombia a través de The Hub Colombia sin enviar personal ni abrir una oficina allá. Ya funciona así con mar-

cas de Argentina y Brasil, que venden en territorio nacional sin tener un equipo presencial, envían su inventario y todo lo demás lo resuelve la plataforma.

Detrás de esa visión está Juan José Aguilar, quien al egresar de Ingeniería de Sistemas fundó varios negocios, entre ellos uno de flotas y otro de fabricación digital que daba cursos e instalaba laboratorios, hasta llegar a Global Intel Perú, la empresa de sensores con cuya venta obtuvo el capital para empezar de nuevo. Para él, el *fulfillment* es el próximo gran hito del comercio electrónico, así como en su momento lo fueron plataformas como Shopify; su meta es que América Latina funcione como un solo mercado integrado.





Rendir gastos tan fácil como tomar una foto

Khipu es la plataforma peruana que automatiza los flujos corporativos: elimina procesos manuales, reduce errores y le da a las empresas control total sobre su gestión financiera.

Khipu es una plataforma que permite a las empresas rendir gastos con una foto: el trabajador fotografía una boleta o factura desde el celular y el sistema lee los datos, valida el comprobante ante Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) y lo ubica en la categoría contable que corresponde. Luego, el gasto pasa por la aprobación del jefe y llega a Tesorería para el pago, todo desde una sola plataforma.

Alessandro Ossio abrió trece gimnasios antes de cumplir treinta años. La cadena deportiva, llamada Extreme Gym Boutique, crecía a un paso rápido, pero tenía un problema que le costaba resolver: no había forma clara de controlar

cuánto gastaba cada sede. Cada boleta terminaba guardada en una hoja suelta de Excel y cada rendición de cuentas tomaba demasiado tiempo, pues dependía de que alguien la gestionara. Cerrar el mes con cifras aterrizadas de todo el dinero que movían los gimnasios se había convertido en una tarea casi de arqueología contable. Ese fastidio cotidiano fue el origen de Khipu.

La idea nació en octubre de 2024. Ossio se juntó con Gabriel Proaño y Antonio Salinas, sus dos socios. Los dos primeros se conocieron estudiando Administración en la Universidad de Lima, mientras que Salinas, ingeniero de la Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC) y de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), se sumó cuan-

Cada boleta terminaba guardada en una hoja suelta de Excel. Cada rendición de cuentas dependía de que alguien la gestionara y tomaba demasiado tiempo.





→ De izquierda a derecha: Gabriel Proaño, Alessandro Ossio y Antonio Salinas, cofundadores de Khipu, la plataforma peruana de rendición de gastos que hoy opera también en Colombia.

90%
de tiempo

optimizado en
aprobación y rendición
de un gasto.

10
segundos

es lo que toma rendir
un gasto con Khipu.

3
horas

semanales recuperadas
al dejar de rendir gastos
manualmente

do Proaño y Ossio ya tenían una primera idea, y fue quien empujó al grupo hacia el mundo B2B (*business to business*).

Antes de fundar Khipu, Proaño trabajaba estructurando créditos en el Banco Santander. Veía operaciones de mediano plazo e, incluso, algunas de hasta cincuenta millones de dólares. Por su parte, Salinas programaba en la *startup* Helios. Cuando decidieron apostar por Khipu,

los tres dejaron sus trabajos de a pocos. Proaño fue el primero en dar el salto, cuando ya tenían la idea en etapa beta y algunas empresas dispuestas a probarla. Recuerdan que la primera oficina de Khipu fue la casa de Salinas.

Antes de sentarse y comenzar a programar lo que luego se convertiría en su emprendimiento, conversaron con más de cuarenta negocios. Querían saber si

el problema de Ossio con sus gimnasios era, en realidad, un denominador común de todos. Y lo era. Mientras más grande la empresa, más dinero se perdía en la rendición de gastos, pues este era un proceso que nadie quería hacer y que, a la vez, nadie tomaba en serio. En ese momento, aún no había ningún peruano resolviendo el problema.

Khipu es un sistema diseñado para

ordenar los gastos de una empresa. La idea detrás es simple: rendir un gasto debería ser tan fácil como tomar una foto. El trabajador fotografía una boleta o factura y, luego, la plataforma extrae los datos, valida al proveedor ante la Sunat, descarga el XML y el CDR, y ubica el gasto en su categoría correspondiente.

La aprobación de las solicitudes de gasto y de los reembolsos, como los viáticos de un viaje, también es automática. Al jefe directo le llega una notificación por la aplicación y, desde ahí, aprueba o rechaza. Una vez aprobado, el pago pasa a Tesorería, que lo gestiona. El sistema también acepta comprobantes informales que no se validan ante Sunat como, por ejemplo, boletas escritas a mano de

“

El ERP es el corazón, pero no se mueve solo. Khipu es el cuerpo que le da movimiento, el que hace que todo lo que entra ahí se mueva rápido y quede en orden”.

una farmacia o capturas de pantalla de un taxi pedido por aplicativo. Cada empresa define con sus propias reglas si los permite, pues lo que importa es que el gasto quede registrado, aunque el papel en sí no tenga validez tributaria.

Al día de hoy, ya tienen competidores como Expensify o Ramp. Frente a ellos, su diferencia se basa en el conocimiento fiscal de cada país. Khipu entiende cómo funciona Sunat en Perú, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) en Colombia, o el Servicio de Administración Tributaria (SAT) en México, algo que ninguna otra aplicación replica con la misma precisión. A eso se suma la inteligencia artificial, que es aplicada solo a tareas puntuales del proceso, como leer los datos de una boleta o categorizar el gasto, no como un chat abierto. El equipo aprendió que a un trabajador acostumbrado a tomar una foto no le sirve tener que conversar con un bot para lograr lo mismo.

Las empresas ven el beneficio al recuperar el seguimiento de su dinero. Antes, perdían un margen de crédito fiscal; hoy, evitan multas y descubren fraudes a tiempo. También se ven los beneficios en el ahorro del tiempo, pues un colaborador que rinde gastos cada semana recupera varias horas al mes que antes gastaba llenando formularios. Multiplicado por cien personas, solo ese tiempo ya justifica el costo del sistema. Khipu no cobra por cada usuario, vende paquetes según el tamaño de la empresa: *star-*

ter, business o corporate. Son conscientes de que el sistema deja de tener sentido para equipos menores a veinte personas.

El crecimiento ha sido constante y la Universidad de Lima fue la primera en abrirles la puerta. El equipo postuló a su incubadora de emprendimientos sin conocer casi nada del ecosistema y fue aceptada a comienzos de 2025. Esa entrada les dio validación, contactos y conocimiento técnico del ecosistema. Proaño la describe como uno de sus socios más constantes desde el inicio. Luego, entró UTEC Ventures como primer capital institucional. Con ese respaldo, Khipu opera en Perú y este año inició operaciones en Colombia, un mercado que eligieron antes que Chile por su tamaño y la exigencia de la DIAN a nivel fiscal.

El *pitch* de la plataforma no busca reemplazar la planificación de recursos empresariales (ERP, siglas en inglés de Enterprise Resource Planning) de una empresa, sino que busca completarlo. Proaño suele decirlo así: "la ERP es el corazón, pero no se mueve solo. Khipu es el cuerpo que le da movimiento, el que hace que todo lo que entra ahí se mueva rápido y en orden". Así, Khipu automatiza el proceso y se conecta con la ERP, ya sea por archivos exportables o por API, para que cada gasto llegue registrado sin trabajo manual.

Para 2028, la meta es escalar en varios mercados de la región y ubicarse entre los dos sistemas más importantes del rubro en Perú. Para Gabriel Proaño, CEO de Khipu, el éxito no siempre consiste en inventar la pólvora, sino en resolver un problema real. Antes de lanzarse, habló con más de cien *startups*: a muchas les gustó la idea y a otras les pareció que daban para cosas más grandes, pero él prefirió construir una empresa que ahorre dinero y dé productividad a sus clientes.

Por eso, cuando piensa en 2028, no habla de ser el más grande, sino de escalar rápido, automatizar cada vez más sus procesos y poder atender a más empresas con un equipo reducido. Si hay una forma de resumir Khipu, el equipo escoge tres palabras: control, visibilidad y productividad.



Una respuesta que ahorra semanas de trabajo

Juztina es la primera *legaltech* peruana que aplica inteligencia artificial al derecho: centraliza toda la normativa y jurisprudencia del país para resolver consultas legales en segundos sin salir de sus propios servidores.

Manuel de la Colina tiene 36 años y estudió Ingeniería Industrial en la Universidad de Lima. Trabajó un tiempo en una aseguradora y, luego, pasó varios años supervisando obras hasta que sintió que ese camino ya no le exigía nada nuevo. Entonces, empezó a tomar trabajos independientes: auditorías e inspecciones puntuales. Ahí, notó que un servicio de una semana podía pagarle lo mismo que dos o tres meses de trabajo tradicional. Ello le dio la idea de tener su propia empresa.

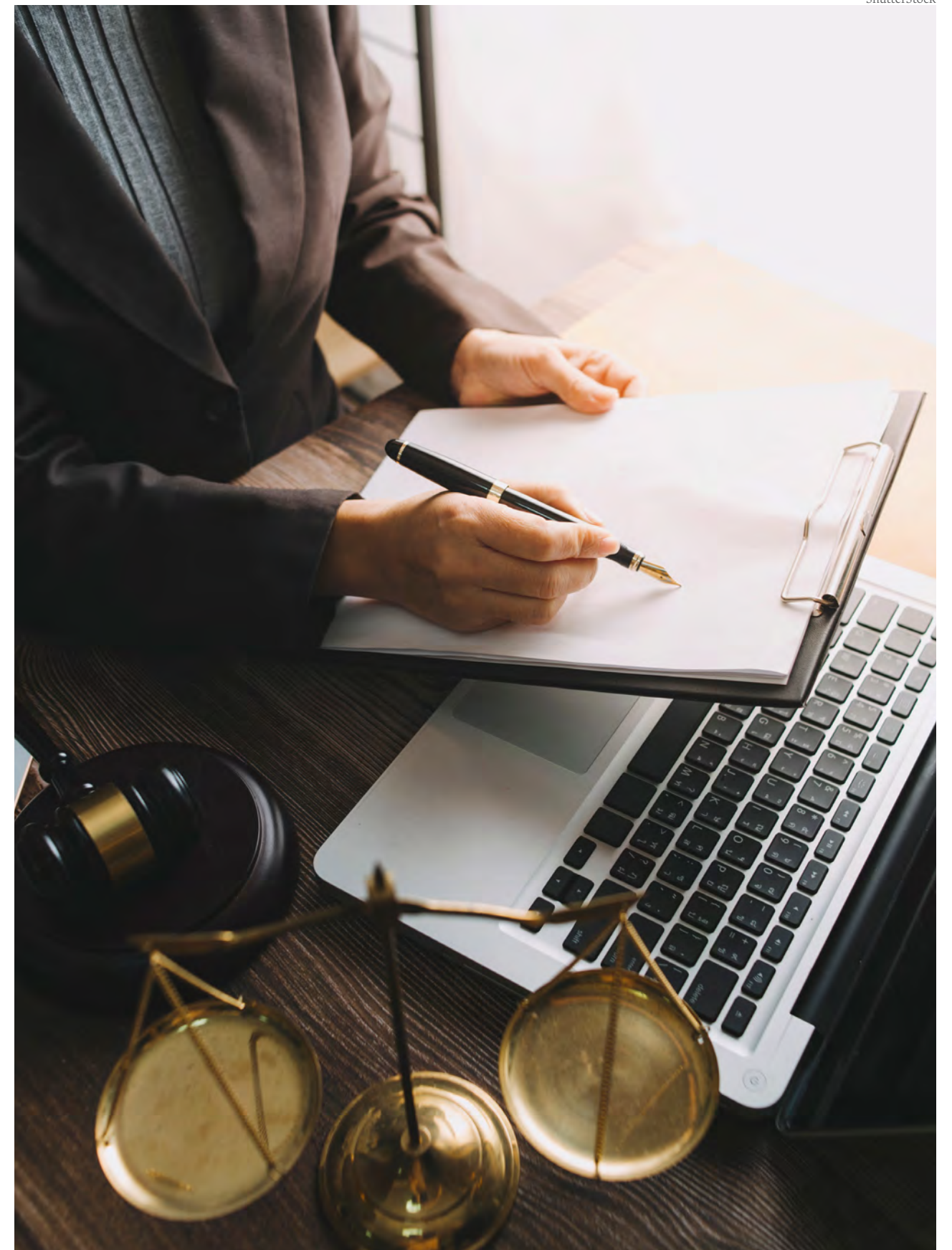
A los 25 años, un amigo que volvía de Colombia le propuso montar algo juntos. Armaron una consultora

de procesos de ingeniería con un servicio ligado a seguridad y salud ocupacional. Sin buscarlo, ese trabajo lo introdujo en el mundo legal. Luego, muchos estudios de abogados empezaron a contratarlos para tercerizar parte de su trabajo.

Sin darse cuenta, Manuel siempre fue cercano al mundo del derecho: dos tercios de su promoción del colegio La Inmaculada terminaron estudiando en la Universidad de Lima y buena parte se fue a Derecho; además, uno de sus *roommates* también era abogado. Sin proponérselo, Manuel terminó rodeado de amigos y amigas que hoy son socios y socias en estudios legales importantes.

En 2023, Rodrigo Alvarez, un amigo abogado de la Universidad de Lima,

La plataforma suma funciones como la vigilancia de marcas frente al registro de Indecopi y el apoyo a áreas legales de instituciones como Petroperú, Cofide y Senasa para uniformar criterios.





→ Manuel de la Colina, CEO de Juztina, la primera legaltech peruana que aplica inteligencia artificial al derecho.

3 millones

de documentos
construidos en la base
de datos normativa en
el Perú.

250 mil

usuarios registrados
hoy en la plataforma,
más de 30 mil pagan una
suscripción.

10 segundos

toma resolver una consulta
legal en Juztina, frente a las
horas o semanas que exige
una búsqueda tradicional.

le propuso un nuevo proyecto. La idea partía de un problema que, asegura, cualquier abogado conoce: para resolver un caso, hay que revisar qué norma está vigente y qué ha dicho antes el sistema judicial sobre asuntos parecidos. El problema es que esa información está repartida en cientos de páginas web del Estado: el Poder

Judicial, el Tribunal Constitucional, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) o cada ministerio. Así, un abogado puede pasarse horas, incluso días, buscando las fuentes necesarias para responder una sola consulta. Para solucionar ese problema, nació Juztina.

Juztina es una aplicación que reúne toda esa información en un solo lugar. Consiste en un sistema que entra diariamente a miles de fuentes oficiales y descarga lo nuevo, guardándolo en una base de datos propia. Los documentos antiguos, muchos escaneados como fotos, se convierten a texto con herramientas de reconocimiento ópti-

co. Todo eso alimenta un modelo de inteligencia artificial que responde consultas legales en segundos y utiliza como única fuente su base de datos, sin entrar al internet abierto. Cada respuesta viene acompañada del documento fuente, para que el o la abogado/a pueda revisarlo por sí mismo/a. Ese detalle no es menor, pues, a veces, las herramientas genéricas de inteligencia artificial inventan normas que no existen o mezclan información de distintos países.

Con el tiempo, Juztina sumó más funciones. Una de ellas vigila marcas: compara los signos distintivos de una empresa con el registro de Indecopi y reporta si existe un potencial conflicto de marca. Otra, ayuda a instituciones como Petroperú, la Corporación Financiera de Desarrollo S. A. (Cofide) y el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) a que sus áreas legales identifiquen patrones en casos parecidos a través de oficinas en distintas regiones del país.

Para crecer, el equipo tomó una decisión clave al inicio: dejar de intentar convencer a abogados mayores, muchos de ellos escépticos frente a la inteligencia artificial, y apostar por estudiantes y abogados jóvenes, nativos digitales, quienes adoptaron la herramienta con más naturalidad. Una vez, un estudio de abogados le escribió a Manuel para contarle que una sola respuesta les ahorró dos semanas de trabajo. Otros socios le dicen que una consulta paga la suscripción de todo el año.

Internacionalizarse no fue tan complicado como parecía. Los sistemas judiciales del mundo se dividen en dos tipos: los nacionales, donde la ley es la misma en todo el territorio, como en Perú, Colombia, Ecuador y Chile; y los federales, donde cada Estado tiene su propia normativa, como en México, Brasil o Argentina. Entendiendo esa diferencia, el equipo mapea las fuentes oficiales de cada país donde abre apoyándose en abogados internos dedicados a investigación.

Hoy, Juztina opera en Perú, Colombia, Argentina y Chile, y tienen

planes de sumar a México. Su equipo está repartido entre varios países: un grupo de desarrollo en Europa y Canadá; otro de marketing en Perú; y diversos representantes comerciales en cada uno de los mercados. Sin embargo, el crecimiento no pasó solo ahí. Los primeros dos años se financiaron con recursos propios apalancados en la consultora original de Manuel. Recién a fines del 2025, cerraron su primera ronda de inversión y llegaron casi al punto de equilibrio a mediados del 2026.

La Universidad de Lima también tuvo un rol importante en ese camino. A través de su área de innovación, los conectó con empresas y les dio una credencial que ayudó a convencer a inversionistas, pues si una entidad académica de ese prestigio respalda a esta empresa, algo deben estar haciendo bien.

Detrás de Juztina hay también una forma de trabajar que viene de casa. Su mamá, química farmacéutica dedicada a la parte regulatoria, nunca trabajó para una empresa y siempre tuvo la suya, y a Manuel le enseñó que dedicarse a algo propio es una opción válida y que, si uno se equivoca, no pasa nada. Hoy, Manuel se define como un millenial con alma de boomer: trabaja de noche, sábados y feriados, hizo un MBA en plena pandemia y, cada año, se inscribe en algún curso o diplomado aunque no lo necesite. Cree, además, que Juztina funciona justamente porque no la lidera un abogado, sino un ingeniero que ve el derecho como un proceso con reglas, estándares y etapas. Quiere dejar una huella: que se pueda decir que alguien de la Universidad de Lima logró poner una empresa en tantos países.

Manuel no vive de la nostalgia, prefiere pensar en lo que falta. Su meta es simple: que ningún abogado tenga que invertir tiempo en trabajo que no aporta valor real a su profesión. Y que Juztina, algún día, sea recordada como el punto de partida del legal tech en la región.



Mi meta es que ningún abogado tenga que invertir tiempo en trabajo que no aporta valor real a su profesión".



Una segunda vida para los residuos del agro

Bionatural Solutions es la empresa peruana de biotecnología que transforma los excedentes agrícolas en insumos capaces de reducir hasta en 70 % las pérdidas de cultivos y el uso de químicos en el campo.

Durante distintos viajes al interior del país, los fundadores de Bionatural Solutions observaron un patrón que se repetía en Chíncha, Ica y Piura: en la zona agrícola, las cáscaras y los restos de las frutas eran incinerados al lado de la carretera, sin ningún aprovechamiento posterior. Esa característica, que se repitió a lo largo de diversos viajes, dio origen a esta empresa.

Bionatural Solutions recoge residuos agrícolas, como cáscaras de cítricos, mango y palta, los procesa en su planta y los convierte en bioinsumos: productos elaborados con materia orgánica que cuidan los cultivos y permiten reducir el uso de fertilizantes y

pesticidas químicos. Su oferta reúne tres líneas: los bioinsumos, biofilm —una capa protectora que retrasa la maduración de la fruta— y un servicio de asesoría para reemplazar de forma progresiva los productos químicos que emplea cada agricultor.

Bionatural Solutions nació en el 2016 como un proyecto dentro de la Universidad de Lima. La fundaron tres amigos: Miguel Malnati y Ximena Adriazola, ambos ingenieros industriales de la Universidad de Lima que coincidieron en un curso, y Daniel Oviedo, natural de Piura y con vínculos familiares directos con el sector agrícola.

Para el primer concurso de emprendimientos al que postularon, organizado por el Centro de Emprendimiento

de la Universidad de Lima bajo el nombre Primer Paso, distribuyeron las responsabilidades según las fortalezas de cada uno: Miguel asumió el desarrollo de un recubrimiento natural a base de cáscaras que prolonga la vida útil de la fruta fresca; Ximena lideró las finanzas; y Daniel se hizo cargo del área comercial. La asesoría multidisciplinaria que recibieron, junto con el premio en efectivo, fue el primer paso para hacer viable el producto.

El planteamiento de Bionatural combina dos problemas distintos bajo una sola solución. El primero es el desperdicio de alimentos, conocido internacionalmente como food waste: toneladas de cáscaras de cítricos, mango y palta que terminan



Bio Natural Solutions

→ Miguel Malnati (CEO) y Ximena Adriazola (COO), cofundadores de Bionatural Solutions, la empresa peruana que transforma residuos agrícolas en bioinsumos que aportan a la calidad de los cultivos.



HITOS CLAVE

• NACIMIENTO

Miguel Malnati, Ximena Adriazola y Daniel Oviedo fundan Bionatural Solutions con la idea de transformar residuos agrícolas en bioinsumos.

• PATENTE INTERNACIONAL

La empresa registra más de diez patentes sobre su tecnología de transformación de residuos, protegiendo su proceso a nivel global.

• EXPANSIÓN A COLOMBIA

Bionatural abre operación propia en Colombia, su segundo mercado directo, mientras evalúa dar el salto a Brasil.

quemadas o desechadas sin ningún destino productivo.

El segundo es la dependencia de productos químicos en el agro, un problema que afecta tanto la salud de los cultivos como los márgenes de exportación. La empresa acopia esos residuos, los procesa en su planta y los transforma en bioinsumos.

El servicio se estructura en tres etapas. Primero, se realiza un diagnóstico detallado de los productos químicos que utiliza cada agricultor y de la función específica de cada uno. Segundo, se elabora un plan para sustituir progresivamente esas sustancias por productos biológicos desarrollados por Bionatural. Tercero, se mide el impacto: cuántos químicos se dejaron de usar, cómo varió la calidad del cultivo y si esas mejoras permiten acceder a mercados de exportación más exigentes.

El indicador más citado por la empresa es la reducción de mermas, es decir, de la fruta que se pierde por deficiencias en su manejo o calidad. Según Bionatural, sus productos logran reducir esas pérdidas entre un 40 % y 70 %, dependiendo del cultivo, el clima y la zona de producción.

Entre sus clientes hay agricultores de mango, palta, cítricos, piña, arándanos y fresas. Uno de sus desarrollos más importantes es biofilm, un pro-

ducto que forma una capa protectora sobre la fruta y retrasa su proceso de maduración.

Alcanzar esos resultados no fue inmediato. El primer prototipo funcionaba correctamente en el laboratorio, pero fallaba al trasladarlo a una escala industrial. Resolver ese problema tomó cerca de cuatro años y requirió una inversión próxima al millón de dólares. El desarrollo fue financiado mediante numerosas rondas de recaudación de fondos para investigación e innovación, impulsados y entrenados por las mentorías del Centro de Emprendimiento de la Universidad de Lima. Así, logró que la fórmula funcionara tanto a escala industrial como en condiciones reales de campo.

Frente a empresas químicas de mayor tamaño, Bionatural sostiene que su ventaja está en la capacidad de reacción. Por ejemplo, puede responder de manera inmediata cuando cambia una regulación y es necesario ajustar un producto, o cuando un cliente solicita una solución específica. Según la empresa, estos cambios suelen tomar más tiempo en compañías con procesos más rígidos.

La empresa calcula que, por cada 20 toneladas de fruta procesadas con su tecnología, se evita la emisión de varias toneladas de CO₂ que se habría ge-

nerado al quemar esos residuos. Cada año entrega a sus clientes una constancia que resume ese impacto, un documento simbólico que respalda el compromiso ambiental de cada marca ante sus propios consumidores.

Hoy Bionatural cuenta con operaciones propias en Perú y Colombia, país al que ingresó en el 2023, además de una red de distribuidores en México y Centroamérica. Uno de sus principales clientes es La Calera, empresa avícola peruana con la que procesa parte de los residuos generados en sus líneas de jugos y pulpa de fruta. Ambas compañías trabajan para reducir al máximo los residuos que genera este proceso. El equipo de Bionatural, que comenzó con tres personas, hoy está compuesto por 18 colaboradores.

Bionatural cuenta con más de diez patentes internacionales sobre su tecnología de transformación de residuos, lo que dificulta que otras compañías repliquen directamente su proceso. Ese respaldo llegó acompañado de reconocimientos como el Future Agro Challenge y de una mención en la revista Forbes.

A futuro, Bionatural evalúa dos líneas de negocio complementarias: continuar vendiendo bioinsumos ya elaborados —su actividad principal hasta ahora— y desarrollar una plataforma más amplia de transformación de residuos que pueda atender también a mercados mayoristas y centros de abastos, y no solo a la industria. Mientras tanto, Brasil es el siguiente mercado en la mira.

Detrás de ese recorrido está Miguel Malnati, CEO, quien creció en una familia con conciencia ambiental y espíritu emprendedor. Cuando aún era estudiante, quiso resolver los problemas de los exportadores de fruta, empezando por los arándanos, hasta que identificó una oportunidad mayor en los cítricos, las paltas y los mangos. Esa búsqueda lo llevó a integrar, en el 2022, la lista de innovadores menores de 35 de MIT Technology Review en Latinoamérica. Hoy su meta es convertir a Bionatural en una marca reconocida mundialmente.

16 AÑOS INNOVA ULIMA

2018

La Oficina pasa a denominarse Centro de Emprendimiento, igualando la estructura de los demás centros del Rectorado.



Se crea el Programa de Tutorías IN3 junto con docentes de las facultades de la universidad.

31 DE MARZO

Por designación de la rectora emérita Ilse Wisotzki, se crea la Oficina de Emprendimiento.

5 DE ABRIL

Inicio de funcionamiento de la Oficina de Emprendimiento.

2010

2012

Se coorganizó (por única vez en Perú) el Tour del Emprendimiento Extremo en la Universidad de Lima. Se trajo al ecosistema peruano a referentes globales como Jeff Hoffman, cofundador de marcas mundiales como Priceline.

Lanzamiento de la primera edición del Concurso Primer Paso, que otorga capital semilla para proyectos empresariales innovadores.

2011

Patricia Stuart, actual rectora de la Universidad de Lima, es nombrada jefa de la Oficina de Emprendimiento, con ello se impulsó el pensamiento de innovación con visión internacional.

2013

Incorporación de la Oficina de Emprendimiento al Estatuto de la Universidad.

2021

Cambio de nombre comercial a InnovaUL.

2022

PROINNÓVATE

InnovaUL recibe cofinanciamiento de PROINNÓVATE (Ministerio de la Producción).

EVOLUCIÓN A MARCA INNOVA ULIMA

El Programa de Tutorías evoluciona a Programa de Mentorías, en conjunto con la renovación de la marca.

RANKING FORBES

14 startups de egresados Ulima ingresan a la lista de las 100 mejores del Perú.

2024

Innova Ulima se afilia a la Asociación Peruana de Capital Semilla y Emprendedor (PECAP).

Es seleccionada entre las organizaciones impulsadas por Swiss EP en el Perú.

El histórico Concurso Primer Paso evoluciona al Programa de Incubación Primer Paso.

2025

El Centro cambia oficialmente su nombre a Centro de Emprendimiento e Innovación.

Se crea el Programa de Aceleración EXPAND de Innova Ulima.

RANKING FORBES

Se alcanza el récord de 40 startups de egresados Ulima entre las 100 mejores del país.

2026



+ de US\$350 MIL
brindado en capital semilla



Se organiza el Perú Innovation Summit, evento internacional con ponentes de Meta, LinkedIn, TikTok, Buk, Inovabra Bradesco, Binance y Salesforce.

Se crea la Red de Ángeles inversionistas (Business Angel) impulsando el financiamiento y capital inteligente a startups.



Vender maquinaria pesada **sin complicaciones**

MAQU es la plataforma peruana que gestiona la compra, venta y alquiler de excavadoras, cargadores y otros equipos usados.



¿Qué sucede con la maquinaria pesada cuando deja de utilizarse? Muchas empresas constructoras o mineras, por ejemplo, suelen venderlas. Sin embargo, ¿a quién se la venden? Alessia Verdi, egresada de Ingeniería Industrial en la Universidad de Lima, se topó con esa pregunta una y otra vez mientras trabajaba en Ferreyros, la distribuidora de maquinaria pesada donde hizo sus prácticas profesionales y posteriormente trabajó casi cuatro años.

Este no era un problema menor. Una excavadora nueva puede costar hasta 800 000 dólares, así que deshacerse de un equipo así —sea porque terminó su vida útil, porque cambió el proyecto o

porque simplemente falló— no es un trámite cualquiera. Las empresas que usan este tipo de maquinaria como parte de su operación compran estos equipos como un bien de capital y luego, tarde o temprano, necesitan venderlos. El problema no era la falta de demanda de maquinaria usada, que de hecho crecía con fuerza cuando Alessia se interesó en este tema, sino la falta de un canal seguro para conectar a vendedores y compradores.

Verdi renunció a Ferreyros y fundó Maqu junto a un pequeño grupo de cofundadores, cerca del año 2020, entre ellos Antonella Torres, economista que venía de manejar el portafolio de innovación de Credicorp. La primera versión de MAQU era apenas una

El equipo visita la máquina, toma las fotos y el contenido audiovisual, filtra a los interesados y se encarga de todo el proceso hasta que la maquinaria queda entregada, pagada y facturada a su nuevo dueño.



→ Antonella Torres (izquierda) y Alessia Verdi (derecha), co-fundadoras de MAQU, la empresa que hoy gestiona la venta de maquinaria pesada usada para algunas de las mineras y constructoras más grandes del país.



\$5 millones

mueve MAQU al año en GMV, el valor total de maquinaria que pasa por la plataforma.

\$1 millón

generados en facturación propia fue la meta superada por MAQU en 2024.

3 meses

en promedio, le toma a MAQU vender una máquina pesada de su portafolio.

plataforma de anuncios clasificados, parecida a las que existen para autos o para inmuebles, pensada solo para dar visibilidad a quien quería comprar o vender. Ese modelo murió al poco más de un año.

A diferencia de los autos, donde el ticket promedio de una venta ronda los 15 mil dólares, en maquinaria pesada ese promedio es de unos 60 mil, cuatro veces más. Además, mientras que vender un auto o una casa sue-

le ser algo que una persona resuelve sola, una empresa minera con decenas de máquinas no quiere distraerse de su negocio principal para atender compradores, la mayoría de los cuales, dice Verdi, son simplemente curiosos.

La primera venta llegó a mediados de 2021, superaron el millón de dólares de facturación en 2024 y hoy tienen su primer año rentable y solvente.

Por eso, MAQU dejó de ser una plataforma de clasificados y se convirtió en un servicio de gestión integral de venta. El equipo visita la máquina, toma las fotos y el contenido audiovisual, filtra a los interesados y se encarga de todo el proceso hasta que la maquinaria queda entregada, pagada y facturada a su nuevo dueño. También ofrecen la opción de alquiler, aunque es una porción mínima del negocio, pues la mayoría de sus clientes suelen querer vender y no quedar atados a la responsabilidad de un arrendador.

La confianza es, quizás, el mayor reto de esta industria, pues el mercado de maquinaria usada arrastra una reputación golpeada por estafas e información poco confiable. Incluso, cuenta Verdi, existen bandas organizadas que intentan hacerse pasar por compradores para robar información. Por eso, el equipo comercial de MAQU está entrenado para distinguir a un curioso de un comprador real y adoptan, además, los procesos de verificación propios de sus clientes más grandes, generalmente mineras y constructoras, con reglas estrictas sobre a quién le venden.

La tecnología de MAQU es la que

sostiene toda la operación. Con herramientas propias, el equipo gestiona su inventario, sigue de cerca los precios del mercado y conecta cada etapa de una venta, desde que la máquina entra a su portafolio hasta que se factura. Gracias a eso, apenas diez personas mueven más de 5 millones de dólares al año en maquinaria, lo que en el sector se conoce como Gross Merchandise Value (GMV), el valor total de lo que pasa por la plataforma. MAQU se queda con una comisión por cada venta.

Verdi identifica tres momentos clave en la historia de su empresa y ninguno fue rápido. El primero fue cerrar su primera venta, que demoró año y medio desde la fundación y llegó recién a mediados de 2021; esa factura ni siquiera cubría todos los costos, pero confirmó que la idea tenía valor. El segundo momento fue superar el millón de dólares de facturación, una meta que alcanzaron en 2024. El tercero, más reciente, fue lograr su primer año rentable y solvente, sostenido enteramente por sus propios resultados.

Entre sus clientes figuran empresas grandes del sector minero, como Pan American Silver y Compañía Minera Caraveli, además de otras constructoras y hasta la propia Ferreyros, que, en algún momento, le compró equipos a la empresa que fundó una de sus antiguas trabajadoras. Para Verdi, el indicador más importante no es una venta puntual, sino la recompra: que una empresa vuelva a confiarles la gestión de su flota una y otra vez.

Hoy, Verdi ya no describe a MAQU como una *startup*, sino como una empresa impulsada por tecnología. A diferencia de un negocio digital tradicional, que suele crecer multiplicando el número de transacciones, MAQU crece en el valor de cada una. La venta de ticket alto deja de ser una preocupación y se vuelve un indicador de éxito cuando la confianza es la semilla del negocio.

“

La venta de ticket alto deja de ser una preocupación y se vuelve un indicador de éxito cuando la confianza es la semilla del negocio.”



De un hobby a **cien mil** pedidos al mes

AIMO es la plataforma peruana que automatiza la gestión integral de pedidos para restaurantes y negocios de *e-commerce*. Hoy ya es un ecosistema que incluye almacenes, call center y un servicio de reparto propio.

AIMO recibe los pedidos, ya sea a través de los canales de venta del negocio o de su call center, y se encarga de todo el recorrido: preparación, asignación del repartidor, ruteo, entrega, facturación electrónica y cobro. Antes de esta automatización, el proceso entre la recepción de una orden y su entrega al cliente comprendía unos quince procesos manuales.

En un restaurante o una tienda online, despachar un pedido implica prepararlo, asignarlo a un repartidor, facturar y cobrarlo. José Bolívar Saco notó que casi ningún negocio tenía estos pasos documentados en un procedimiento que un trabajador nuevo

podiera simplemente seguir, ya que cada uno lo ejecutaba a su manera. Por ello, creó una herramienta para ayudar a unos amigos a organizar el servicio de delivery de su restaurante. Al principio, era apenas un favor que hacía los fines de semana junto con un desarrollador informático. Con la pandemia, los pedidos del negocio se multiplicaron y esa pequeña plataforma pasó a mover cerca de un millón de soles al mes. Había que pensar en grande. Así nació AIMO.

La plataforma usa inteligencia artificial para analizar datos de logística, precios, transacciones y clientes. Además, cuenta con un agente que genera diariamente observaciones sobre las variaciones en las ventas de cada

José Bolívar emprendió a los 47 años, tras estudiar en cinco países y trabajar en cuatro industrias. Para él, la IA es potentísima, pero sin saber operar, diseñar estrategia y entender al cliente, sirve de poco.





AIMO es un socio digital que ayuda a pequeñas y medianas empresas a integrar y gestionar sus operaciones de inicio a fin."

cliente. Los resultados se presentan en un *dashboard* de análisis y control dentro de la misma plataforma, en la que gestionan los pedidos. Esto permite identificar hasta los detalles más específicos: cuánto consumió un cliente determinado, cuánto tiempo tomó su entrega o si una promoción fue realmente rentable.

Desde el inicio, Bolívar Saco invirtió en un equipo de ciencia de datos a tiempo completo. Eso le permitió construir modelos capaces de predecir las ventas con un margen de error de entre 2 % y el 3 %, hasta el punto de anticipar cuántos motorizados y pedidos va a necesitar, por ejemplo, un domingo a las once de la mañana. Hoy, AIMO es, en sus palabras, un ecosistema que integra el *software* original, el centro logístico, el servicio de entrega final y el call center. Todo funciona bajo un modelo 90 % variable, en el que el cliente paga en función de lo que vende.

Hace tres años y medio, Bolívar Saco, quien estudió Derecho en la Universidad de Lima, renunció a su trabajo corporativo para dedicarse a tiempo completo a AIMO. En el camino, incorporó servicios complementarios, como un call center de unas cien personas, una empresa propia de motorizados y un almacén logístico de 3 500 metros cuadrados para atender pedidos de *e-commerce*.

Pese a ello, Bolívar Saco asegura

→ José Bolívar Saco, abogado de la Universidad de Lima, convirtió una herramienta que programó para ayudar a unos amigos con su restaurante en AIMO, el ecosistema tecnológico que hoy procesa cien mil pedidos al mes para restaurantes y negocios de *e-commerce* en el Perú.

que la gestión manual tiene un límite. Un negocio puede llevar el control de mil pedidos al mes en una hoja de cálculo, pero la gestión se complejiza cuando se trata de cien mil pedidos al mes, el volumen que AIMO procesa hoy de principio a fin: desde que recibe una orden, por canales digitales o por call center, hasta que la prepara, la entrega, la factura y cobra.

Su ventaja frente a otras soluciones está en integrar todos los servicios. La plataforma reúne canales de venta, gestión de pedidos, logística, reparto propio, call center, pasarelas de pago, facturación electrónica ante la Sunat y hasta siete proveedores logísticos distintos. Todo está conectado y la información de cada cliente está encriptada y es de uso exclusivo de su titular.

El equipo ha crecido hasta alcanzar las 50 personas, y sus propios desarrolladores ya casi no escriben código desde cero. Bolívar Saco los llama AI Developers, porque su trabajo se concentra hoy en afinar cada solución con apoyo de la inteligencia artificial, más que en programar líneas manualmente.

A estas alturas, el creador de AIMO

define la plataforma como un socio digital que ayuda a pequeñas y medianas empresas a integrar y gestionar sus operaciones de inicio a fin.

Bolívar Saco emprendió a los 47 años, tras estudiar en cinco países y trabajar en cuatro industrias. Para él, la tecnología por sí sola no basta. Al terminar su MBA, tardó ocho meses en conseguir empleo: era un aboga-

100 000

órdenes es lo que procesa hoy la plataforma entre restaurantes y negocios de *e-commerce*, frente a las mil órdenes mensuales que un negocio podría manejar de forma manual.

50 personas

conforman hoy el equipo de AIMO, emprendimiento que inició operaciones manejada por una sola persona.

2% a 3%

margen de error para predecir cuántos pedidos y repartidores va a necesitar un negocio en un momento específico

holos your wellness
journey

Bienestar en un solo clic

Holos es una aplicación peruana que pone a disposición de los trabajadores de distintas empresas gimnasios, psicólogos, nutricionistas y otros especialistas del bienestar en Perú, México y Colombia

La plataforma Holos permite hoy, con un solo clic, que miles de colaboradores de distintas empresas del Perú, México y Colombia puedan reservar una sesión en un gimnasio, una hora con un nutricionista o una consulta con un profesional de psicología. Hace diez años, esto parecía imposible.

Después de un mes de viaje por Grecia, tres hermanas se hicieron una pregunta: ¿por qué no existía un lugar donde, en cualquier parte del mundo, pudieran reservar una clase y entrenar juntas en el gimnasio que quisieran?

Alicia, Brenda y Mónica Vivanco crecieron en una familia de tenistas. Pasado el tiempo, el trabajo corporativo les dejaba poco tiempo para el deporte. Esa pregunta dio pie a Fitness Pass, una aplicación para reservar clases al ritmo de cada persona en distintos gimnasios, y sin atarse a una sola membresía.

En el camino descubrieron que las

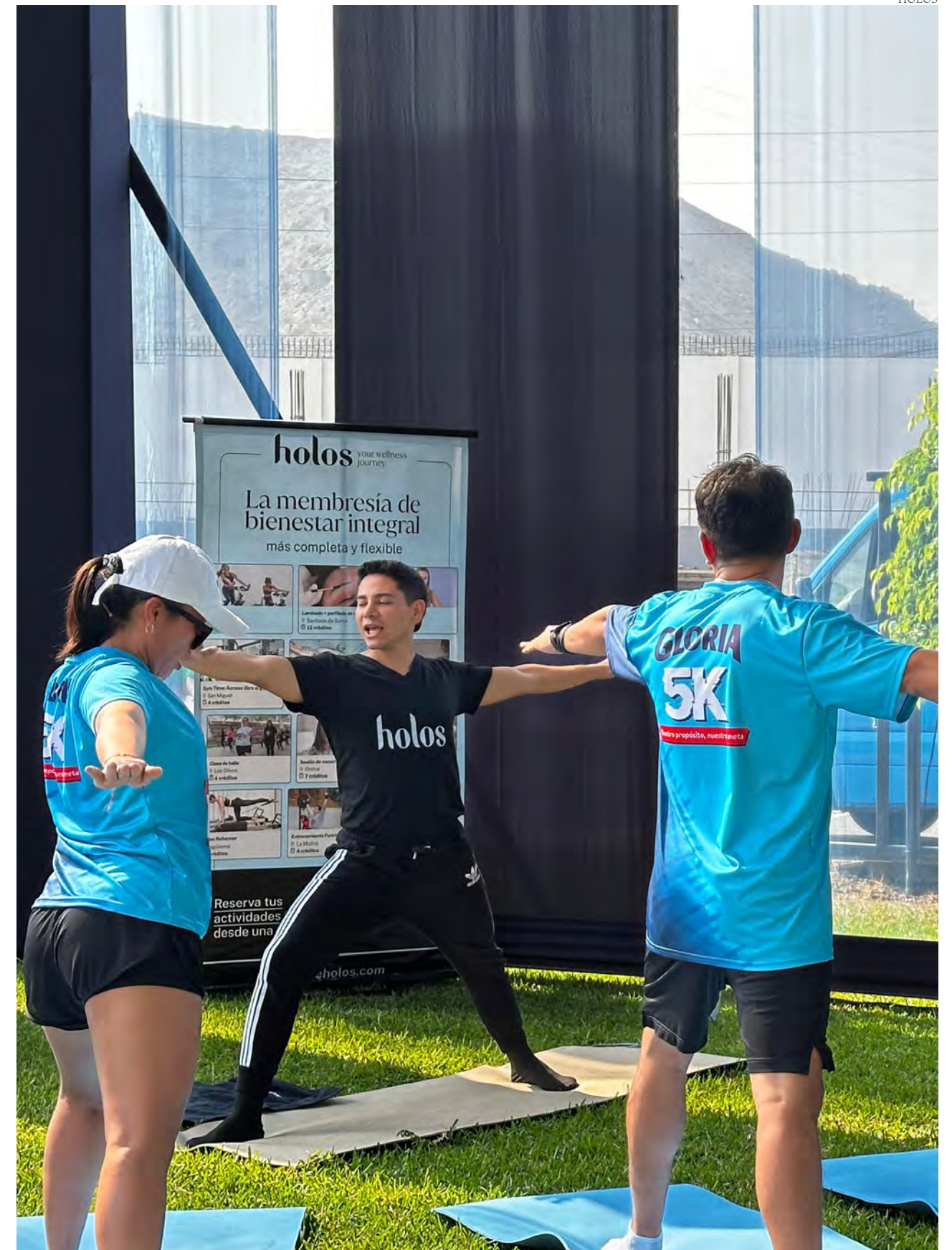
empresas también necesitaban lo que ellas habían creado. Así Fitness Pass se convirtió en Holos, la plataforma que hoy contrata a más de 350 empresas para que los trabajadores de las empresas suscritas accedan a gimnasios, psicólogos y nutricionistas desde una sola aplicación.

Todo empezó un domingo, cuando la avenida Arequipa de Lima se cerraba al tráfico para ciclistas y caminantes. Las hermanas salieron a preguntarle a la gente qué les costaba más de hacer deporte y qué les gustaría encontrar; la dinámica la repitieron en el malecón y en el área del Pentagonito. Con esas respuestas empezaron el proyecto al margen de su trabajo: afiliar gimnasios en una sola plataforma que permita al usuario escoger con total flexibilidad. De seis a ocho y media de la mañana afiliaban gimnasios, de nueve a seis cumplían sus empleos, y por las noches volvían a la idea.

Brenda, administradora, y Alicia, inge-

niera industrial, ambas de la Universidad de Lima, ganaron uno de los primeros puestos del concurso de emprendimiento Primer Paso, organizado por el Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad de Lima, mientras terminaban la carrera. Ellas presentaron solo las maquetas de la aplicación. Un año después, la menor de las tres y la encargada de afiliar los gimnasios dejó su empleo. A los 21 años, Alicia empezó a dedicarse de lleno a la startup.

Cerraron ese año con cerca de 50 000 reservas y 100 gimnasios aliados, hasta que en marzo de 2020 los gimnasios cerraron durante casi un año y medio por la pandemia. Vendieron mancuernas para seguir a flote, y en esos meses algunas empresas les pidieron clases virtuales de bienestar para los equipos en cuarentena, no solo de ejercicio, también de salud mental y nutrición. Entendieron que una empresa compraba para 200, 300 o más personas a la vez, con ingre-





→ Alicia y Brenda Vivanco, egresadas de la Universidad de Lima, salieron un domingo a la avenida Arequipa a preguntar a la gente qué les costaba más de hacer deporte y terminaron fundando con su hermana Mónica una exitosa startup. Holos es la plataforma de bienestar que hoy usan más de 350 empresas.

350 empresas

del Perú, México y Colombia contratan hoy Holos como beneficio para sus trabajadores.

85 mil

personas han usado la plataforma para cuidar su bienestar.

450 aliados

entre gimnasios, profesionales de nutrición y psicología, y otros especialistas conforman la red de su plan más completo.

son más estables que los de una suscripción individual.

En 2022, Fitness Pass pasó a llamarse oficialmente Holos, palabra griega que significa completo. Alicia se certificó como coach de salud, y la misma tecnología de reservas se amplió para incluir a profesionales de psicología, nutrición y fisioterapia, inclusive asesores financieros, porque el bienestar de una persona tiene muchas más aristas que el ejercicio. Alicia es la CEO; Brenda, la directora de operaciones; Mónica, la directora financiera; y Phillip, esposo de Mónica, el director de tecnología.

Holos funciona como un beneficio que las empresas ofrecen a sus trabajadores. Sus clientes son empresas de entre 200 y 500 colaboradores, sobre todo del rubro de telecomunicaciones y consultoría, donde la rutina sedentaria del trabajo los obliga a pasar gran parte del día sin mayor movimiento.

Cada empresa paga según la cantidad de trabajadores que desea afiliar y la combinación de planes que mejor funcione para ellos. Dentro de la oferta básica, su plan inicial le abre la puerta al colaborador a atenderse con 80 aliados, como llaman a los gimnasios y especialistas, y otros planes incluyen más de 450, incluyendo fisioterapia y estética.

El trabajador entra a la aplicación, indica sus intereses, tales como pilates, fisioterapia o salud mental, y arma una rutina según su ubicación y horarios, reservando cada actividad con un clic.

La empresa, por su parte, recibe un tablero con datos de uso, como en qué horarios se prefiere programar actividades de bienestar o si los trabajado-



Holos no entrega simplemente membresías, sino un programa completo que incluye un diagnóstico inicial, inducción y acompañamiento".

res van acompañados; puede medir el rendimiento de la inversión con base en indicadores de satisfacción y uso de la plataforma. Holos no entrega simplemente membresías, sino un programa completo que incluye un diagnóstico inicial, inducción y acompañamiento, con lo que evita trasladar esta carga de trabajo al área de Recursos Humanos de sus clientes.

Todos los aliados pasan por un filtro de calidad y son reclutados según las zonas residenciales de los usuarios. Si una empresa tiene sede en Piura o Trujillo, Holos busca especialistas en esas ciudades y los afilia en base a las zonas más pobladas por los colaboradores. A diferencia de otras plataformas que solo dan acceso a gimnasios, Holos controla la experiencia de principio a fin.

El mayor reto es que el entusiasmo no se apague, ya que los picos de uso

se dan en los tres primeros meses de cada empresa nueva. Para sostenerlo, el equipo de experiencia de usuario diseña campañas según el tipo de trabajador, sea administrativo, operativo o por turnos, y revisa los datos para reforzar las experiencias ofrecidas con actividades grupales cuando el uso disminuye. Según los datos de la plataforma, los usuarios que combinan dos a más tipos de bienestar multiplican siete veces más sus probabilidades de mantener una relación equilibrada entre el trabajo y la salud.

Aseguran que uno de los clientes que más les enseñó fue Natura, la empresa de cosméticos, al reunir tres perfiles muy distintos, personal administrativo, ejecutivos de campo y trabajadores de planta; los obligaron a diseñar un servicio que se adaptara a distintos perfiles de puesto. Ese aprendizaje fue transferido a la implementación de todos los programas posteriores.

Las empresas que contratan Holos ven que sus trabajadores realizan seis veces más actividades de bienestar que antes. Hoy la plataforma opera en el Perú, México y Colombia, trabaja con más de 350 empresas y ha llegado a más de 85 000 personas, entre ellas muchas que llevaban diez años sin hacer deporte y que hoy cumplen un año seguido de hábitos saludables.

Para un trabajador, Holos se resume en libertad: libertad para cuidar su salud física, mental y emocional sin tener que elegir entre eso y el trabajo. Puede afirmarse que las hermanas Vivanco consiguieron la respuesta a la pregunta que se hicieron hace años en Grecia.

kashin

Crédito inmediato a quien el banco no ve

Kashin es una *fintech* peruana que otorga microcréditos a emprendedores y microempresas, evaluando su riesgo crediticio con inteligencia artificial en lugar de comprobantes de ingresos.

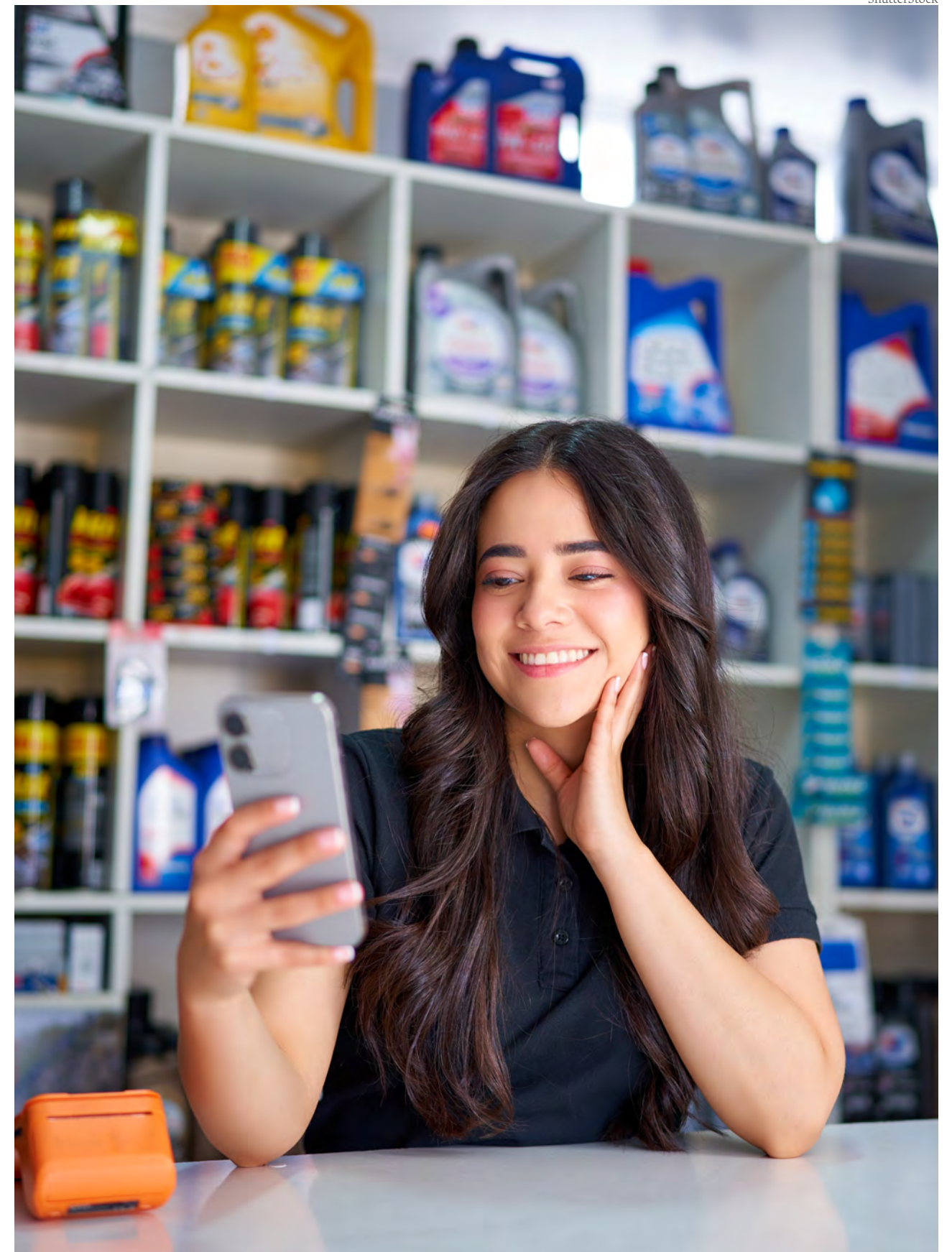
Pedir un préstamo pequeño en un banco tradicional exige, como mínimo, una boleta de pago o un historial crediticio ya construido. Para millones de peruanos que trabajan de manera independiente o que cobran su sueldo en efectivo, ese requisito basta para quedar fuera del sistema.

Kashin, la *fintech* fundada por Christophe Robilliard y José Manuel Palacios, ofrece una alternativa distinta: evalúa el riesgo de cada usuario con datos de su propio teléfono y aprueba un crédito en minutos, sin pedir ningún comprobante de ingresos económicos. La herramienta que sostiene todo esto es un modelo propio de *machine learning*, desarrollado

antes de que la inteligencia artificial se volviera un término común. Con permiso del usuario, el sistema analiza cientos de variables del teléfono para predecir su comportamiento de pago, con una precisión que —aseguran sus creadores— supera a la de un banco. En otras palabras, todo ocurre desde el celular: el usuario descarga la aplicación, autoriza el acceso a los datos de su teléfono y recibe la respuesta en minutos, sin sucursales ni papeles de por medio.

Christophe estudió Ingeniería Industrial en la Universidad de Lima. Pasó su infancia en Buenos Aires y se mudó a Perú al iniciar la secundaria. Su interés por los negocios apareció temprano, cuando en el colegio participó

Todo ocurre desde el celular: el usuario descarga la aplicación, autoriza el acceso a los datos de su teléfono y recibe la respuesta en minutos, sin sucursales ni papeles de por medio.



en Junior Achievement, un programa internacional que introduce a escolares en temas de finanzas e impuestos a través de proyectos prácticos. Ya en la universidad organizaba fiestas y otros eventos masivos, obteniendo ganancias considerables. Esta fue la primera muestra de su gran capacidad para leer oportunidades de negocio. Después de egresar, pasó seis años liderando Easy Taxi en Perú y la región, incluido el periodo posterior a su fusión con Cabify, y ayudó a lanzar la billetera digital Ligo. Durante esa etapa, conoció a José Manuel Palacios, ingeniero de sistemas, cuando ambos abrían la operación de Easy Taxi en Chiclayo. Años después, con experiencia acumulada en movilidad y pagos digitales, decidieron fundar algo propio en 2020: Kashin.

El problema que Christophe y José Manuel identificaron es simple de explicar, aunque no de resolver. Una parte importante de la clase media y del sector informal peruano vive del ingreso diario, sin comprobantes de pago ni historial crediticio formal. Para un banco tradicional, la ausencia de esta documentación equivale a no poder evaluar el riesgo y, por lo tanto, no acceden al préstamo.

Según el Global Findex 2024 del Banco Mundial, solo el 47 % de los peruanos accedió a algún crédito y, de ellos, menos de la mitad recurrió al sistema formal. Estas cifras dan una idea de la magnitud del problema. Kashin ofrece nanocréditos, préstamos de entre 12 y 200 dólares, pensados para cubrir necesidades puntuales de corto plazo.

Los pequeños préstamos de Kashin suelen cubrir necesidades muy puntuales, como un gasto médico inesperado, la reposición de mercadería para un pequeño negocio o el cierre de la brecha de una semana difícil antes del siguiente ingreso. Son montos que a un banco tradicional le resultaría poco rentable evaluar caso por caso, pero que el modelo automatizado de Kashin puede aprobar en minutos.

La empresa arrancó con una plataforma básica y apenas un centenar de usuarios en fase de prueba. Con el tiempo, algo inesperado cambió la composición de su clientela: muchos de los primeros



→ Christophe Robilliard, ingeniero industrial de la Universidad de Lima, dejó atrás seis años de trayectoria en Easy Taxi y Cabify en la región para fundar, junto a José Manuel Palacios, Kashin, una fintech peruana que presta dinero a quienes no encuentran acceso al sistema bancario tradicional.

HITOS CLAVE

FUNDACIÓN

Christophe Robilliard y José Manuel Palacios fundan Kashin para dar microcréditos a personas sin historial crediticio formal.

INGRESO A Y COMBINATOR

Kashin se convierte en una de las seis empresas peruanas en ser aceptadas por la aceleradora estadounidense, lo que le da acceso a inversión internacional.

100 000 CRÉDITOS OTORGADOS

Al cierre del 2024, Kashin supera los 100 000 créditos entregados a nivel nacional, aprobando más de 3 000 préstamos automáticos al día.

usuarios, comerciantes y trabajadores independientes, empezaron a recomendar la aplicación a amigos que tenían un empleo formal y un sueldo fijo. Este segmento, que en un inicio no era el objetivo principal, resultó tener un comportamiento de pago todavía mejor que el de los microempresarios y hoy ocupa parte central de la cartera de clientes.

Ganarse la confianza del público no fue automático. El sector de créditos informales en el Perú arrastra una reputación golpeada por estafas y cobranzas abusivas. Para diferenciarse, el equipo de Kashin apareció en transmisiones en vivo de TikTok, donde respondió preguntas directamente de los usuarios. También sumó respaldos verificables, como la inversión del Grupo RPP, cuyo respaldo contribuye a generar confianza entre el público, y su paso por Y Combinator, la aceleradora estadounidense en la que Kashin fue una de las seis empresas peruanas aceptadas. Con ese impulso, la empresa ha levantado cuatro millones de dólares en total.

Cada préstamo que se paga a tiempo alimenta el modelo y afina la siguiente evaluación de riesgo, lo que permite atender a más personas sin necesidad de contratar analistas adicionales. Esa lógica de automatización sostiene el volumen actual de la operación y explica, en parte, por qué la empresa asegura

tener una tasa de repago cercana al 90 % de su cartera, superior a la que suelen reportar los bancos tradicionales en productos similares.

Hoy Kashin otorga más de 3 000 préstamos al día de forma completamente automática, con un equipo de aproximadamente 50 personas. La empresa alcanzó su punto de equilibrio financiero a comienzos del 2025 y afirma crecer a tasas de tres dígitos cada año. Mantener ese ritmo sin descuidar el riesgo es, según Robilliard, la tensión permanente de cualquier negocio de crédito.

Robilliard llegó a Easy Taxi a los 23 años como gerente en Perú, tras trabajar en la banca comercial en HSBC y en la consultora McKinsey. Esa formación le dio método, pero fue su socio quien le hizo ver que no todas esas herramientas se aplicaban a la realidad de los usuarios y que lo más útil era escucharlos. Esa lección ayuda a explicar por qué hoy el equipo responde en vivo las preguntas del público.

Para Robilliard, el día en que el banco más grande del país les cerró la cuenta, apenas tres meses después de iniciar operaciones, y paralizó el negocio durante unos días confirmó algo que ya intuían: en un mercado que no confía fácilmente en lo nuevo, la reputación se construye más despacio que la tecnología, pero termina sosteniendo todo lo demás.



yavendió!

Un ejecutivo que **nunca** duerme

YaVendió es la plataforma peruana que reemplaza al vendedor de WhatsApp por un agente de inteligencia artificial. Está pensada para pequeños comercios de ropa, calzado y belleza.

Adrián tenía un puesto de ropa en Gamarra y vendía por WhatsApp. Para atender ese canal necesitaba tres personas: una que hacía el contenido, otra que respondía los mensajes y una tercera que organizaba los pedidos. Con eso facturaba entre 2 000 y 3 000 dólares al mes. Hoy, usando los agentes de inteligencia artificial de YaVendió, factura 50 000 con una ganancia de entre 15 000 y 20 000 dólares al mes.

David Tafur, fundador y CEO de esta plataforma, estudió en la Universidad de Lima y viene de una familia que probó de todo. Sus padres llegaron a Lima desde provincia y pasaron desde vender papel higiéni-

co al por mayor hasta tener bodegas, una peluquería e incluso restaurantes. Ello le dio a David la convicción de que emprender, aunque difícil, sí puede sacarte adelante.

A los 17 años, fundó Aloha, una especie de Uber para camiones de mudanza. Este emprendimiento contó con el apoyo del Centro de Emprendimiento de la Universidad de Lima, sobre todo, para el establecimiento de los contactos y el impulso de la alta credibilidad que da el nombre de la universidad en las etapas más tempranas de un negocio. El negocio creció al punto de hacer 600 mudanzas al mes.

Cuatro años después, lo vendió, pero de esa experiencia se llevó dos aprendizajes. El primero fue sobre el

YaVendió ofrece agentes de inteligencia artificial que han sido específicamente entrenados para cerrar ventas

Shutterstock, modificado con ChatGPT



→ Sebastián González, cofundador de YaVendió, estudió en la Universidad de Lima antes de convertir una idea casi casual en la plataforma de inteligencia artificial que hoy automatiza las ventas de pequeños comercios en el Perú, México y Brasil.

\$ 850 mil

fue la ronda presemina que levantó YaVendió, liderada por Magma Partners, iThink VC y Semilla Ventures.

\$ 2 millones

en ventas mensuales generan hoy, en conjunto, los clientes de YaVendió.

98,2%

de las conversaciones las resuelve el agente de inteligencia artificial sin intervención humana.

“

No bastaba con darle inteligencia artificial a ese emprendedor: había que hacer que ofreciera el mismo trato cercano que daría un buen vendedor.”

equipo: tenían mucha ambición, pero no la experiencia necesaria para convertirse en algo grande. El segundo fue que una mudanza es algo que una persona hace, en promedio, una vez cada cinco años, así que crecer con un servicio tan poco frecuente era muy difícil.

Tras liderar la transformación digital del equipo de ventas de Belcorp, hizo consultorías para startups enfocándose en modernizar los canales de venta tradicionales integrando tecnología y automatización. Luego de ello, trabajó en un laboratorio de inteligencia artificial en San Francisco. Durante la pandemia, en un viaje por Costa Rica, conoció a Sebastián González, quien entonces trabajaba en el BCP ayudando a pequeños

negocios a digitalizarse. A fines de 2023, decidieron emprender juntos sin saber todavía qué construir. Probaron primero ofrecer consultoría de inteligencia artificial a empresas grandes, pero la dispersión en clientes de distintos rubros demandaba una atención demasiado personalizada, lo que complicó las cosas.

El cambio llegó cuando decidieron enfocarse en el comerciante minorista que vende por WhatsApp, un cliente que la mayoría de los inversionistas evita por ser difícil de atender. Ahí encontraron que no bastaba con darle inteligencia artificial a ese emprendedor. Por las características que este tiene para realizar ventas, había que hacer que la inteligencia artificial ofreciera el mismo trato cercano que daría un buen vendedor y a un costo que una empresa pequeña sí pudiera pagar.

YaVendió ofrece un chatbot de

Sus agentes de inteligencia artificial ayudan a pequeños negocios a atender clientes, cerrar pedidos y gestionar envíos, con un trato cercano y a un costo accesible.

ventas automatizado impulsado por inteligencia artificial que ha sido específicamente entrenado para cerrar ventas. Comenzó con conocidos cercanos, apenas cinco o seis. Hoy, el agente vende por WhatsApp, Instagram y TikTok; mejora las fotos y descripciones del catálogo; conecta con couriers para generar las guías de envío; cobra el pago, y ya está empezando a gestionar la posventa y la recompra. Un plan mensual de 99 dólares incluye 1 500 conversaciones, el equivalente al trabajo de una persona a tiempo completo que trabaja 24 horas diarias.

La comisión que cobra YaVendió sobre las ventas que genera ha bajado del 25 % a entre un 4 % y 5 % hoy. Tafur insiste en seguir bajándola convencido de que mientras más barato sea adoptar la herramienta, más grande es el mercado. El sistema funciona de forma autónoma en 98,2 % de las conversaciones con una tasa de error por debajo de 0,5 %.

Hoy, los clientes de YaVendió venden en conjunto más de 2 millones de dólares al mes a través de la plataforma, una cifra que creció 18 veces el 2025. El equipo, de 23 personas, atiende Perú, México y Brasil, país donde Tafur se mudó hace un año y que hoy representa una quinta parte del negocio. Dentro de la empresa, llaman héroes a los negocios que superan los 25 000 dólares mensuales en ventas, una meta que alcanza el 15 % de sus clientes.

kaudal

Automatiza tus procesos diarios

Kaudal es la empresa peruana que enseña a los equipos de una corporación a ordenar sus tareas repetitivas usando herramientas no-code e IA, sin depender de consultoras externas.

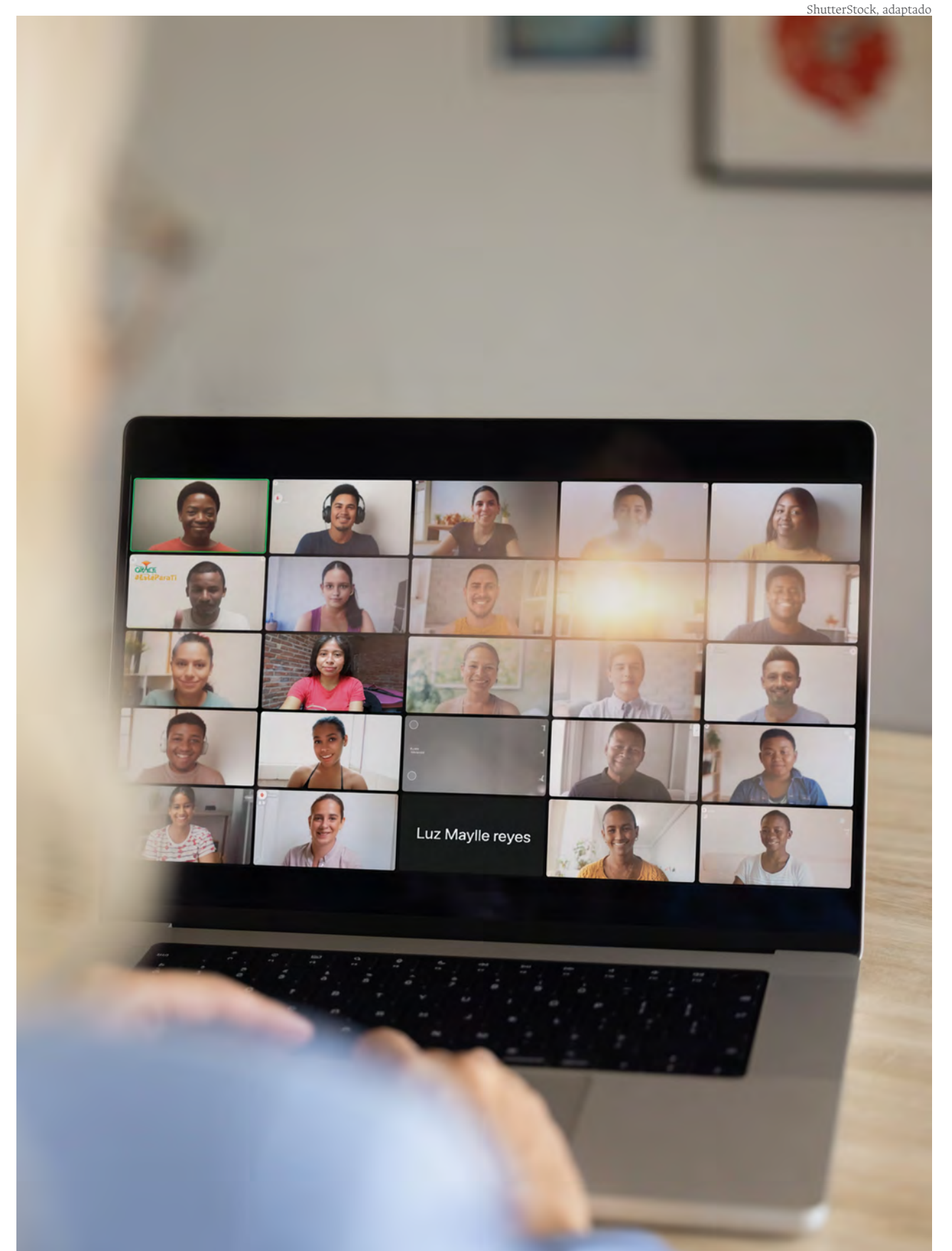
Ana María Martínez trabajaba en una certificadora internacional copiando mecánicamente información de muestras de suelo que sus clientes del sector agrícola y minero enviaban desde el campo para certificar su calidad. Cada muestra llegaba en papel, ella la digitaba en un Excel, la pasaba a otra hoja de cálculo, armaba el reporte del cliente y terminaba escribiendo cada etiqueta de manera manual.

Sin saber programar, aprendió a automatizar este proceso con una aplicación en Power Apps, una herramienta de Microsoft que su empresa ya tenía incluida en sus licencias. Con eso, el registro de cada muestra

se volvió digital desde el primer momento. Solo ella ahorró más de 1 000 horas de trabajo. ¿El resultado? Su oficina en Perú fue reconocida como la más innovadora entre todas las sedes de la certificadora en el mundo.

Detrás de ese resultado está Kaudal, una propuesta que combina educación y consultoría. En vez de construir el software por encargo, el equipo enseña a los propios trabajadores de un área a identificar sus procesos menos eficientes, esos que ninguna estrategia corporativa prioriza porque no forman parte del negocio principal, y los acompaña durante ciclos de cuatro semanas para ayudarles a automatizarlos. La meta mínima es ahorrar diez horas por

Kaudal combina educación y consultoría: en vez de construir software por encargo, enseña a los propios trabajadores a identificar sus procesos menos eficientes y automatizarlos





→ Claudia Alfaro, comunicadora de la Universidad de Lima y cofundadora de Kaudal, dejó atrás una carrera en marketing digital y transformación corporativa para enseñarle a las empresas a aprovechar la tecnología que ya tienen junto a su socio Hernán Marín

200 000
horas de trabajo ahorradas
en conjunto por todos los
clientes de Kaudal.

236 horas
es el ahorro promedio
por cada colaborador que
completa el programa

30
organizaciones han
trabajado con la empresa
hasta el día de hoy

ciclo, aunque hay casos, como el de Ana, donde se llega a cientos.

El enfoque de Kaudal busca resolver problemas de una forma que casi ninguna capacitación tradicional soluciona. Normalmente, en las capacitaciones, se enseña a emplear una herramienta sin conectarla a un problema real en la organización,

de modo que termina siendo información que nadie aplica después. Kaudal, por el contrario, invierte ese orden y empieza siempre por la pregunta de qué tarea, específicamente, le quita más tiempo a una persona en su trabajo diario. El resultado, cuando funciona, deja algo permanente en la empresa: la capacidad instalada

para seguir automatizando sin depender de una consultora externa.

Claudia Alfaro, una de las fundadoras de Kaudal, la describe como una empresa que genera autonomía digital, la cual crece desde la base de la organización hacia arriba en lugar de imponerse desde la gerencia hacia abajo. Los trabajadores que pasan

Cada contrato se arma según el presupuesto de capacitación y el número de equipos, y está pensado para corporaciones de al menos 100 colaboradores.

“Kaudal genera autonomía digital, la cual crece desde la base de la organización hacia arriba en lugar de imponerse desde la gerencia hacia abajo.”

por varios ciclos acumulan lo que el equipo llama *compound skills*, habilidades que no solo se suman, sino que se potencian entre sí con cada nuevo proceso resuelto. Un caso así ocurrió con BNP Paribas, un banco francés con operaciones en varios países. Durante año y medio de trabajo conjunto con Kaudal, la sede peruana acumuló más de 60 000 horas de trabajo ahorradas, de modo que fue señalada como referente para las demás oficinas en Francia, lo que llevó a replicar el programa en Chile y Colombia.

Kaudal fue fundada por Ana María Martínez junto a Herman Marín y Claudia Alfaro en 2022. Herman asumió la gerencia general, Ana María la parte comercial y Claudia, que estudió Comunicaciones, con especialidad en Publicidad y Marketing, en la Universidad de Lima, el desarrollo del producto. Ana María y Claudia coincidieron en Laboratorio, la conocida escuela que forma muje-

res interesadas en la tecnología y las ciencias. El par identificó un problema que se repetía en casi cualquier corporación grande: mucho talento humano dedicado a tareas manuales y repetitivas, mientras herramientas digitales capaces de automatizarlas, ya estaban pagadas por las corporaciones y no eran usadas.

Esas herramientas forman parte de Power Platform, un conjunto de aplicaciones de Microsoft que permite crear programas simples sin necesidad de saber programar, conocidas como soluciones *no-code* o *low-code*. Incluye Power Apps, para armar aplicaciones a medida; Power Automate, para automatizar tareas repetitivas; y Power BI, para analizar datos.

Kaudal no cobra por usuario ni tiene un plan fijo, sino que cada contrato propuesto se arma según el presupuesto de capacitación de la empresa y el número de equipos que quiere involucrar. Por eso, está pensada para corporaciones grandes, generalmente, de al menos 100 colaboradores, pues el programa funciona mejor cuando hay muchos equipos y procesos distintos por optimizar. Hoy opera en cinco países, ha trabajado con más de 30 organizaciones y acumula más de 200 000 horas ahorradas en conjunto, con un promedio de 236 horas por cada colaborador que completa el programa.

El vínculo de Kaudal con la Universidad de Lima llegó después de fundada la empresa a través de charlas y talleres sobre herramientas *no-code* dirigidas a otros emprendedores. En ese sentido, Alfaro remarca que la edad nunca ha sido una barrera para aprender a automatizar un proceso, sino más bien la resistencia a cambiar la forma en que siempre hizo su trabajo. Por eso, prefiere describir a Kaudal no como una empresa de tecnología, sino como una que se apoya en tecnología para resolver algo más simple: hay mucho más talento dentro de las organizaciones de lo que las tareas mecánicas nos permiten ver.

trii Invertir en bolsa sin mínimo de capital

Triti, la plataforma que ha llevado a miles de profesionales jóvenes a hacer su primera experiencia bursátil en Colombia, Perú y Chile, con comisiones mucho más bajas que las de una casa de bolsa tradicional.

A fines de 2021, Diego Torres tenía en el escritorio una carta de aceptación al MBA de la Universidad de Stanford, pero decidió rechazarla. Torres, ingeniero industrial de la Universidad de Lima, hizo sus primeras prácticas en Intercorp en 2016 mientras todavía estudiaba y, después, pasó por un fondo de capital de riesgo. Luego, trabajó tres años y medio en McKinsey & Company, la consultora global, viajando entre distintos países de la región para atender proyectos de industrias muy diversas.

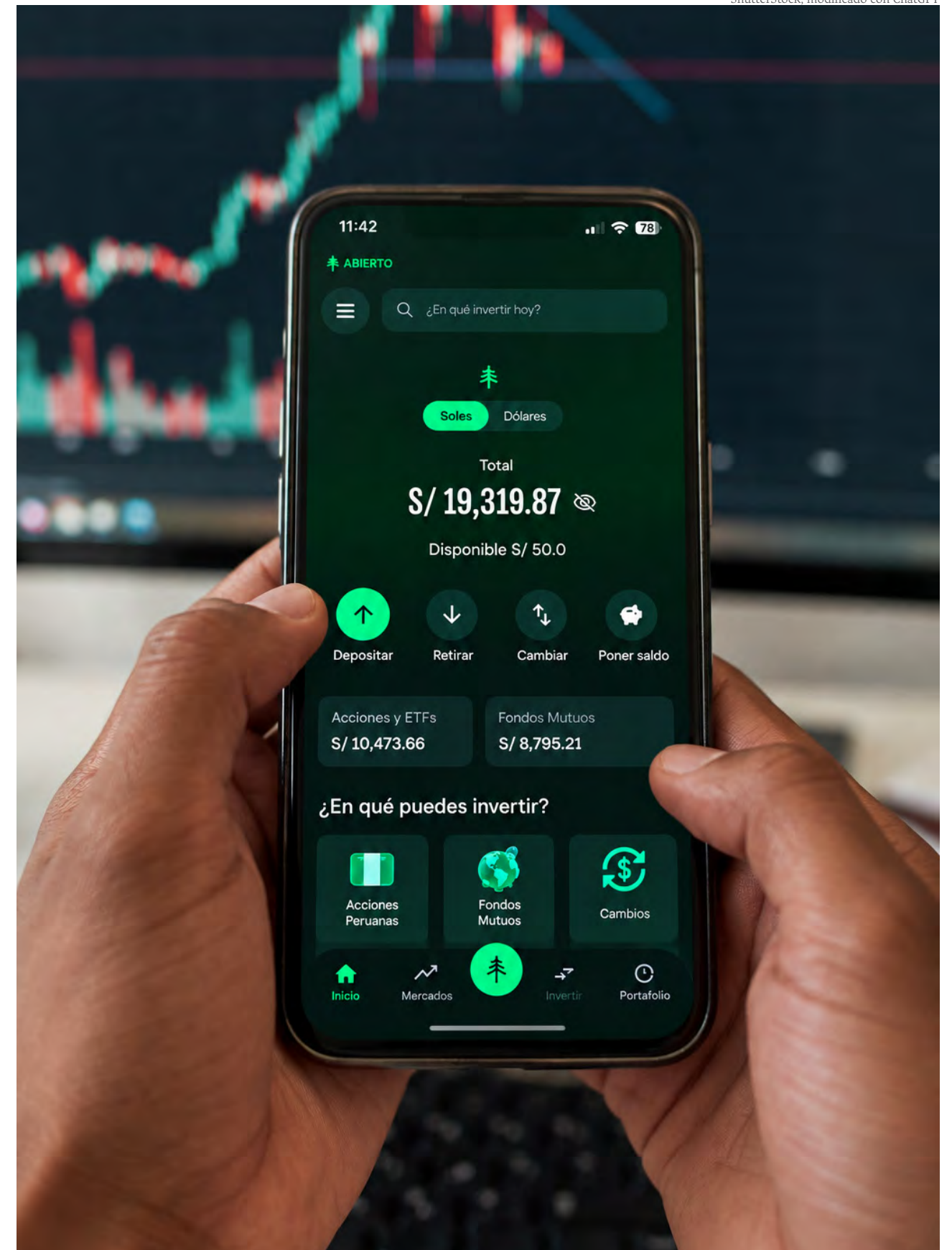
En 2019, en uno de esos proyectos, conoció a Daniel Bilbao dentro de Rappi Colombia. Dos años después, Daniel lo presentó con Esteban Peñaloza y Carlos

Guayara, dos emprendedores colombianos que ya habían fundado Triti con la idea de construir una especie de Robinhood, la aplicación estadounidense que popularizó la inversión en bolsa sin comisiones altas ni trámites complicados, pero para América Latina. Torres conectó de inmediato con la idea, dejó pasar la oferta de Stanford y se sumó como tercer cofundador sin un plan de respaldo.

Triti busca democratizar el acceso al mercado de valores en Colombia, Perú y Chile al dirigirse, sobre todo, a profesionales jóvenes de entre 25 a 35 años. Dentro de ese grupo, conviven dos perfiles: los inversionistas con experiencia que ya buscaban comisiones más bajas y una mejor plataforma digital, y una mayoría que

Frente a comisiones de una SAB tradicional que ronda a los 10 000 dólares de apertura y los 100 soles de comisión, Triti facilita la inversión en bolsa sin monto mínimo y con una comisión de 10 soles.

Shutterstock, modificado con ChatGPT



\$ 4 millones

de dólares fue la ronda semilla que Trii levantó en 2021 tras pasar por Y Combinator.

50%

de las operaciones de la Bolsa de Valores de Lima pasan hoy por Trii.

7 de 10

usuarios de Trii son personas que invierten por primera vez en su vida.

→ Esteban Peñaloza (izquierda), Diego Torres (medio) y Carlos Guayara (derecha). El equipo de founders internacional ha llevado Trii a tener presencia en tres países



“

Trii pasó de crecer a toda costa a un modo de supervivencia y eficiencia, sin perder de vista el mismo objetivo de largo plazo.”

y ajustar los costos en todas las áreas sin perder de vista el mismo objetivo de largo plazo.

El tercer hito llegó en febrero de 2025, cuando Trii cerró su primer mes con flujo de caja positivo. Para entonces, la empresa ya superaba los 700 000 usuarios en Colombia, Perú y Chile, y empezaba a cerrar trimestres completos con utilidad. Hoy, según cifras internas, procesa alrededor de la mitad de las operaciones que se realizan en la Bolsa de Valores de Lima y más de la mitad de las de la Bolsa de Valores de Colombia, y evalúa su próxima expansión hacia México.

La oferta de productos también ha crecido más allá de la compra y venta de acciones. Según cifras de la propia empresa, siete de cada diez usuarios invierten por primera vez en su vida a través de la plataforma, lo que confirma que el problema que identificaron en 2019 sigue ahí: no era que a la gente no le interesara invertir, sino que nadie le había construido una puerta de entrada simple.

Torres describe el paso por la Universidad de Lima como una base práctica más que como una fórmula mágica, y recuerda en especial los cursos de razonamiento puro como Cálculo, Física y Termodinámica. Más que la malla curricular, valora las primeras prácticas profesionales a las que accedió gracias al Centro de Empleabilidad, donde aprendió sobre la cultura de alto rendimiento que hoy intenta replicar dentro de Trii.

hace en Trii su primera inversión en la vida.

La diferencia frente a una casa de bolsa tradicional, conocida en el Perú como Sociedad Agente de Bolsa (SAB), empieza por el dinero de entrada. Una SAB suele pedir entre 5 000 y 10 000 dólares como mínimo para abrir una cuenta, mientras que Trii no pide ningún monto mínimo. Asimismo, la comisión por operación también baja de forma drástica al pasar de los 80 a 100 soles que cobra una SAB a solo 10 soles por transacción con Trii.

En sí misma, Trii no es una entidad regulada para operar en bolsa, trabaja a través de alianzas con empresas que sí lo están. Se define como una plataforma digital que facilita la inversión en el mercado de capitales mediante alianzas con empresas listadas en bolsa y SAB. En el Perú, opera con Kallpa SAB y con BloomSAF para fondos mutuos, ambas supervisadas por la Superintendencia del Mercado de Valores; mientras que, en Colombia, se apoya en Acciones y Valores, y en Bloom. En el Perú, la custodia de las acciones queda en manos

Hoy supera los 700 000 usuarios en Colombia, Perú y Chile, procesa cerca de la mitad de las operaciones de la Bolsa de Valores de Lima.

de Cavali y de la Bolsa de Valores de Lima, las entidades peruanas encargadas de registrar quién es dueño de qué, tal como ocurre al invertir a través de un banco tradicional.

El primer gran hito de Trii llegó con su lanzamiento en 2021, cuando pasó por la aceleradora estadounidense Y Combinator y levantó una ronda semilla de cuatro millones de dólares. Ese capital confirmó algo que los fundadores sospechaban: había un mercado enorme de personas con ganas de comenzar a invertir y ningún producto

pensado para ellas. Un año después, Bancolombia y la Universidad de Harvard se sumaron como inversionistas, y la empresa abrió su operación en Chile.

El segundo momento fue, en palabras de Torres, mucho menos celebrado. En 2022, la subida global de tasas de interés enfrió de golpe al capital de riesgo en todo el mundo, un periodo que la industria conoce como el “invierno de las startups”. Trii pasó de crecer a toda costa a un modo de supervivencia y eficiencia, donde tuvieron que recortar la pauta publicitaria



Un tutor con inteligencia artificial

uDocz es la plataforma de aprendizaje con inteligencia artificial más usada por universitarios en América Latina, con más de tres millones de estudiantes activos cada mes en Perú, México, Colombia y Argentina.

Brian estudiaba Medicina en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y usaba uDocz casi todos los días para repasar sus cursos. Cuando llegó el examen nacional que define quién accede a las mejores plazas de residencia médica del país, Brian fue uno de los elegidos. Para Carlos Effio, fundador de uDocz, casos como el de Brian son la prueba de que un estudiante puede mejorar notoriamente su rendimiento académico gracias a la plataforma.

En la práctica, uDocz reúne apuntes, guías y manuales de clase y, además, ofrece un asistente académico de inteligencia artificial que funciona como un tutor personal. A las universidades y los colegios les permite

integrar esos asistentes en sus aulas virtuales para apoyar tanto a los estudiantes como a los docentes.

Effio es economista de la Universidad de Lima, e ingresó al mundo del emprendimiento casi por casualidad, cuando un amigo que estaba fundando Crehana, la plataforma de cursos *online*, lo invitó a sumarse en 2013, mientras todavía estudiaba. Esa mezcla de estar en la universidad y, al mismo tiempo, rodeado de un proyecto que combinaba lo tecnológico con lo educativo, fue lo que terminó llevándolo a su propia idea. uDocz nació en 2018, de la mano de Carlos Effio y de Ricardo García, ingeniero de *software* y actual CTO, quien construyó la plataforma desde el inicio. Luego, se sumó Carolina Valenzuela, actual COO.

La primera versión era una biblioteca digital de acceso gratuito donde los estudiantes compartían apuntes, guías y manuales de clase junto a sus compañeros, con acceso a materiales de algunas instituciones aliadas. Ese contenido sigue siendo parte de la plataforma, pero lo que la hizo despegar fue una propuesta más ambiciosa: un asistente académico de inteligencia artificial. Este fue concebido como un tutor que asesora a cada estudiante y se adapta a los contenidos que está trabajando en su curso e institución. Para ello, el estudiante ingresa a la plataforma, indica su institución y su curso, y sube los materiales con los que quiere que trabaje su asistente. La propuesta se enriquece cuando una universidad



3 millones

de estudiantes de diversas carreras usan uDocz cada mes en toda América Latina.

\$ 2 millones

fue la ronda semilla que la startup levantó en 2022, liderada por GSV Ventures.

200

colegios públicos del Perú usan los asistentes de uDocz gracias al apoyo del Banco Mundial.

→ Carlos Effio (derecha), economista de la Universidad de Lima, fundó con Ricardo García Izasiga (izquierda) y Carolina Valenzuela (centro) uDocz, la plataforma que hoy acompaña a más de tres millones de estudiantes universitarios en América Latina con tutores académicos de inteligencia artificial.



o colegio se suma como aliado, porque entonces estos asistentes dejan de vivir solo en la web de uDocz y pasan a integrarse directamente en los sistemas de aprendizaje virtual de la propia institución, lo que brinda soporte tanto a sus estudiantes como a su cuerpo docente.

Para Effio, el problema de fondo es que la región todavía tiene mucho por resolver en términos de acompañamiento digital en la educación. En el 2020, con la pandemia, cuando todo pasó a lo digital, el uso de uDocz creció con fuerza, porque los profesores empezaron a compartir sus materiales directamente a través de la plataforma.

Ahora, mientras una herramienta pensada para la productividad solo responde lo que se le pregunta, en educación hace falta cierta fricción pedagógica para que el estudiante realmente aprenda, en lugar de limitarse a copiar una respuesta. Esos fundamentos pedagógicos se establecieron en el 2019, cuando el equipo se mudó a Finlandia por seis meses tras ser aceptado en xEdu, una aceleradora, para cocrear el producto junto con la Universidad de Helsinki.

Los asistentes no vienen precargados con un contenido fijo, sino que tanto el estudiante como el profesor o

la institución deciden qué material los alimenta. Detrás, uDocz combina varios modelos grandes de lenguaje, pero es el usuario quien aporta sus propios documentos y decide con cuáles trabaja su asistente. Esa flexibilidad, dice Effio, es parte de lo que los distingue de un asistente genérico como los que ya usan muchos estudiantes para resolver cualquier pregunta, enfocados en darte una respuesta rápida y no en que de verdad aprendas.

En el modelo institucional, donde una universidad entera se suma como aliada, el uso es transversal a todas las carreras. En el modelo dirigido al estu-

diente individual, que fue por donde empezó uDocz, las carreras que más la usan suelen ser de ciencias de la salud, ingenierías, psicología, economía y administración.

La plataforma también ayuda a profesores, quienes muchas veces tienen una carga laboral pesada. Los asistentes de uDocz funcionan como una mano derecha que se encarga de tareas administrativas, como crear y encontrar material o dar retroalimentación a los estudiantes. Así, el docente pueda dedicar más tiempo a lo que, según Effio, de verdad define su labor: formar el carácter

de un estudiante y no solo corregir sus exámenes. El profesor mantiene siempre el control y puede editar o ajustar lo que el asistente produce.

El plan dirigido al estudiante individual cuesta 18 dólares al año, con una versión gratuita que da acceso al contenido, pero no a los asistentes de inteligencia artificial. Las instituciones que se asocian con uDocz, en cambio, pagan bajo un modelo distinto, pensado para todo su alumnado.

Hoy uDocz tiene presencia en Perú, México, Colombia y Argentina, con tres millones de estudiantes activos cada mes, un millón de ellos solo

en el Perú. El equipo ha crecido hasta alcanzar las 25 personas, la mayoría ingenieros y diseñadores dedicados al producto. Con sede en Perú y en México, la empresa también trabaja con organismos como el Banco Mundial. En colaboración con ellos, atiende a 200 colegios públicos del Perú y, próximamente, del Ecuador.

Effio identifica otros dos hitos. El primero fue la ronda semilla de 2 millones de dólares que levantaron en el 2022, liderada por GSV Ventures, uno de los fondos más importantes del mundo en educación, con inversiones previas en Coursera y MasterClass. Para este fondo, uDocz fue su primera apuesta en América Latina. También se sumó Salkantay Ventures, un fondo peruano con mirada regional. El segundo hito ocurrió en el 2023, cuando uDocz lanzó su primera generación de asistentes académicos de inteligencia artificial, meses después de que ChatGPT se hiciera público. Este lanzamiento la ubicó entre las primeras diez compañías del mundo en desarrollar este tipo de herramientas y la convirtió en la única en América Latina de ese grupo.

El vínculo de Effio con la Universidad de Lima viene de antes de uDocz. En aquella época, el actual Centro de Innovación todavía era apenas una casa pequeña frente al campus, donde un puñado de profesores empezaban a asesorar a los primeros estudiantes con ganas de emprender. Effio acudía con frecuencia para recibir esa asesoría. Hoy sigue cercano a ese ecosistema y da charlas como mentor a quienes están donde él estuvo hace poco más de una década.

Para Effio, que en la universidad pensaba más en la consultoría y la banca de inversión que en emprender, la meta que lo llevó a dedicarse a uDocz a tiempo completo al terminar la carrera sigue siendo la misma: un tutor para cada estudiante y un asistente para cada docente. Su vara para medir el éxito es concreta: que esa ayuda se traduzca en mejores calificaciones y en una mayor satisfacción de estudiantes y docentes.

Founders ULIMA

Quince startups. Más de quince egresados ULIMA. Quince maneras de transformar problemas reales en empresas que hoy innovan, crecen y abren camino en el Perú y la región.



GABRIEL PROAÑO
Fundador y CEO de Khipu

Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Gabriel se ha especializado en el desarrollo de soluciones SaaS y transformación digital para empresas. En 2024 lanzó Khipu, un SaaS diseñado para la automatización y optimización de procesos corporativos. Su ruta emprendedora ha sido respaldada por el ecosistema de la universidad, habiendo fortalecido su modelo de negocio en el programa de incubación Primer Paso (2024) y escalado su propuesta al ser seleccionado en el programa de aceleración Expand (2025) de Innova Ulima.



MANUEL DE LA COLINA
Fundador y CEO de Juztina

Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Manuel se ha especializado en el desarrollo de soluciones de inteligencia artificial y transformación digital para el sector legal. En 2023 lanzó Juztina, un SaaS (*legaltech*) diseñado para la automatización y optimización de la búsqueda, análisis y gestión de información jurídica. Su ruta emprendedora ha sido respaldada por su sólida formación en innovación, ha fortalecido su modelo de negocio y escalado su propuesta al consolidarse como una de las principales plataformas de IA legal en la región.



CHRISTOPHE ROBILLIARD
Fundador y CEO de Kashin

Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Christophe se ha especializado en innovación, tecnología y servicios financieros. En 2020 fundó Kashin, *fintech* orientada a facilitar el acceso a crédito para emprendedores y personas subatendidas por el sistema financiero. Ha sido consultor en McKinsey & Company, se desempeñó como business innovation manager en Cabify, y fue *chief operating officer* en Ligo.pe.



JUAN JOSÉ AGUILAR
Fundador y CEO de The Hub

Egresado de la carrera de Ingeniería de Sistemas de la Universidad de Lima, Juan José se ha especializado en tecnología, comercio electrónico y logística aplicada a negocios digitales. En 2021 fundó The Hub, empresa de *fulfillment* que integra tecnología, almacenamiento y logística para gestionar de manera eficiente las operaciones de los *e-commerce*. Su experiencia previa en emprendimiento y gestión empresarial le permitió identificar las principales necesidades logísticas del comercio digital y desarrollar una solución orientada a optimizar estos procesos.

JOSÉ LUIS BOLÍVAR
Fundador y CEO de Aimó

Egresado de la carrera de Derecho de la Universidad de Lima, José Luis se ha especializado en transformación digital, estrategia y gestión basada en datos, con experiencia en sectores como *retail* y consumo masivo. En 2022 fundó Aimó, una plataforma B2B SaaS que automatiza y conecta la gestión de pedidos, comercio conversacional y logística para restaurantes y comercios. Su trayectoria combina una amplia experiencia corporativa con su apuesta por el emprendimiento tecnológico.



IVONNE QUIÑONES
Fundadora y CTO de Elsa

Egresada de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Ivonne se ha especializado en el desarrollo de soluciones tecnológicas y *product management*. En 2023 fundó Elsa, una plataforma diseñada para crear espacios laborales libres de acoso y promover entornos de trabajo más seguros e inclusivos. Su ruta emprendedora ha sido respaldada por el ecosistema de la universidad y programas de alto impacto.



PIERO LINARES
Fundador y CEO de Fitia

Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Piero se ha especializado en el desarrollo de soluciones SaaS y transformación digital aplicadas a la nutrición y el bienestar. En 2019 lanzó Fitia, un *software* como servicio diseñado para la automatización y optimización de planes alimenticios personalizados mediante inteligencia artificial. Su ruta emprendedora ha sido respaldada por el ecosistema de la universidad y por programas de aceleración de alto impacto.



ALICIA VIVANCO
Fundadora y CEO de Holos

Egresada de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Alicia se ha especializado en el desarrollo de soluciones de bienestar y transformación digital para empresas. En 2022 fundó Holos, una plataforma B2B de *wellness* diseñada para mejorar el bienestar integral de los colaboradores a través de una membresía flexible que incluye acceso a gimnasios, psicología, nutrición, *health coaching* y más. Su ruta emprendedora ha sido respaldada por el ecosistema de Innova Ulima.



LUIS MIGUEL FRISANCHO
Fundador y CEO de Chazki

Egresado de la carrera de Administración de la Universidad de Lima, Luis Miguel se ha especializado en gestión empresarial, finanzas y desarrollo de negocios, con un MBA para Ejecutivos de la Universidad de Piura. En 2015 cofundó Chazki, *startup* especializada en logística bajo demanda y soluciones de última milla para el comercio electrónico y *retail*. Su experiencia previa en el sector de telecomunicaciones y gestión financiera fue clave para impulsar el crecimiento de la empresa. Como cofundador y CFO, ha acompañado la expansión de Chazki por distintos mercados de Latinoamérica, consolidando su trayectoria en innovación y logística tecnológica.

CLAUDIA ALFARO
Fundadora y CPO de Kaudal

Con más de 15 años de experiencia en el sector digital, Claudia se ha especializado en el desarrollo de soluciones de transformación digital, aprendizaje corporativo y automatización para empresas. En 2021 cofundó Kaudal, una plataforma *EdTech* diseñada para capacitar a colaboradores en el uso de herramientas *no-code* e inteligencia artificial para automatizar procesos y elevar la eficiencia operativa. Su ruta emprendedora ha se vincula con el ecosistema de Innova Ulima, apoyando a nuevas generaciones de emprendedores y participando como *speaker* en el Techstars Startup Week 2024, evento organizado por Innova Ulima en la Universidad de Lima.



DAVID TAFUR
Fundador y CEO de YaVendió

Egresado de la carrera de Ingeniería de Sistemas, David se ha especializado en el desarrollo de soluciones de inteligencia artificial y *product management* para el comercio digital. En 2023 fundó YaVendió, una plataforma impulsada por IA diseñada para automatizar la venta conversacional a través de WhatsApp y redes sociales, ayudando a negocios de *e-commerce* a escalar sus conversiones de forma más eficiente. Su ruta emprendedora ha sido respaldada por su experiencia previa en tecnología y producto, habiendo levantado capital *pre-seed* y posicionado a YaVendió como una de las *startups* de IA más prometedoras de la región.



DIEGO TORRES
Fundador y CEO de Trii

Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Diego se ha especializado en *fintech*, inversiones y desarrollo de productos digitales para el mercado financiero. En 2021 cofundó Trii, una plataforma que busca democratizar el acceso al mercado bursátil y facilitar la inversión para personas sin experiencia previa. Su acercamiento al ecosistema emprendedor colombiano durante su etapa profesional fue clave para identificar oportunidades de innovación en el sector financiero. Desde Trii, ha contribuido a ampliar el acceso a las inversiones en Perú, Colombia y Chile.



MANUEL MALNATI
Fundador y CEO de Bio Natural Solutions

Egresado de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Miguel se ha especializado en biotecnología, innovación y economía circular aplicada al sector agroalimentario. En 2017 fundó Bio Natural Solutions, empresa biotecnológica que desarrolla soluciones para la conservación de alimentos a partir del aprovechamiento de residuos agroindustriales. Su trayectoria emprendedora y científica ha sido reconocida internacionalmente, con distinciones como MIT Innovator Under 35, Innovation Fellow de la Royal Academy of Engineering y YLAI Fellow. Además, ha estado vinculado al ecosistema de emprendimiento de la Universidad de Lima desempeñándose como mentor de Innova Ulima, donde comparte su experiencia y acompaña a nuevos emprendedores en el desarrollo de sus proyectos.



ALESSIA VERDI
Fundadora y CEO de Maqu

Egresada de la carrera de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima, Alessia se ha especializado en el desarrollo de soluciones digitales y *marketplaces* para el sector industrial. Lanzó MAQU, un SaaS / plataforma digital diseñada para conectar compradores y vendedores de maquinaria pesada, liviana y equipos auxiliares de manera práctica y accesible. Su ruta emprendedora ha sido llevada de la mano con el ecosistema de la universidad, habiendo fortalecido su modelo de negocio en el programa de incubación Primer Paso de Innova Ulima.



CARLOS EFFIO
Fundador y CEO de uDocz

Egresado de la carrera de Economía, Carlos se ha especializado en emprendimiento, tecnología y educación digital, con experiencia previa en el equipo fundador de Crehana. En 2018 fundó uDocz. Su ruta emprendedora comenzó en la Universidad de Lima, donde participó en el concurso Primer Paso (2014) con otro proyecto y encontró en el Centro de Emprendimiento e Innovación un espacio clave para desarrollar conexiones que luego contribuyeron al crecimiento de uDocz.





@ innovaulima

in innovaulima

@ fondoeditorialulima

in FondoEditorialUlima

f FondoEditorialUlima