EMPRENDEDORES

Predicciones inteligentes para acertar en los negocios de las 'start up'

TINO FERNÁNDEZ @tinofernandez 16 FEB. 2026 - 12:38

Per Franz es el CEO de EQT, fondo que integra su plataforma Motherbrain (IA predictiva y datos) para identificar oportunidades, hacer mapas de comparaciones y competidores y priorizar el 'dealflow' con señales cuantitativas, reduciendo las decisiones a ciegas.

Comentar

Mientras la IA generativa acapara los titulares, la predictiva transforma silenciosamente el ecosistema emprendedor. Analizar datos históricos permite simular escenarios, aunque el éxito depende siempre de la resiliencia y del criterio.

Algunos hablan de **una nueva bola de cristal tecnológica** con la que los inversores pueden predecir éxitos empresariales y negocios futuros, y con la que los emprendedores pueden validar sus decisiones cuando deciden emprender y crear una empresa. Pero la **inteligencia predictiva** no adivina el futuro. Más bien lo acota. Estima **probabilidades** a partir de señales (datos históricos y actividad reciente), y por eso **se parece más a un radar** o a un parte meteorológico que a una bola de cristal.

En *venture capital* hay un problema estructural: **la abundancia**. Nacen miles de start up cada día y, en paralelo, se generan señales (rondas, contratación, producto, prensa, cambios regulatorios) a una velocidad que hace imposible que un equipo humano lo vea todo. Un documento de EQT explica esto y razona por qué creó **Motherbrain**, su plataforma de datos e inteligencia artificial para **rastrear millones de start up**, detectar señales tempranas y priorizar oportunidades de inversión: "A medida que se fundan miles de start up cada día, ningún humano puede evaluarlas todas".

En el caso de los emprendedores se habla más de IA generativa que de inteligencia predictiva. La primera es más vistosa: crea textos, imágenes o código al instante, y eso da titulares. La IA predictiva luce menos, pero cambia más una start up porque **ayuda a decidir qué vender, cuándo lanzar, por dónde captar clientes, a qué precio y con qué riesgos**.

Datos, datos, datos...

Mario Brassesco, director de inversiones de **Encomenda**, explica que "la inteligencia predictiva necesita muchos datos históricos para simular escenarios y estimar probabilidades fiables. Por eso avanza más en sectores en los que las start up generan grandes volúmenes de datos. En inversión, como hay pocos casos y **casi todo es cualitativo**, se usa más IA generativa: resume, compara y sugiere sin predecir matemáticamente".

Mario Garcés, neurocientífico y fundador de **The Mind Kind**, en la carrera por la IA general, sugiere distinguir dos mundos. El primero es el de los sistemas lineales, que son aquellos en los que la realidad se deja **domesticar con una fórmula**. La física cotidiana es su ejemplo favorito. Si sabemos el punto de partida y las reglas, podemos calcular dónde llegará el coche, qué velocidad alcanzará un objeto o cómo responderá una máquina. Es un universo predecible en el que pasado, presente y futuro están unidos por una ecuación. Ahí, **la predicción funciona porque el sistema no se escapa de sus propias reglas**.

El **segundo mundo** es el de **los sistemas no lineales**, en los que una variación minúscula en las condiciones iniciales puede alterar por completo el resultado. Garcés recurre a la climatología, y asegura que podemos acertar con el pronóstico del tiempo meteorológico con cierta fiabilidad a tres días vista; se puede ser razonablemente exacto a una semana vista; y, más allá, se puede entrar en una niebla en la que cualquier certeza es humo. **No es un problema de potencia de cálculo, sino de naturaleza del sistema**.

Por su parte **Carlos Blanco**, fundador de **Encomenda**, recuerda que la clave es el dato previo, y ahí sitúa el principal freno, porque no cree que se puedan tener digitalizados los datos previos de todas las cosas como para poder construir estos sistemas de inteligencia predictiva. Añade que "**cualquier tipo de sistema de este estilo necesita datos**" y no le consta que los fondos estén guardando los datos de todos sus históricos pasados -exactamente de todo lo que ha pasado- en todo lo que ha ido bien o mal".

Por lo que se refiere a las start up, Blanco sí advierte que están digitalizando procesos para hacer más cosas y de una manera más fácil: "**Cada vez más start up consiguen que la parte de programación se haga sólo con herramientas externas**".

También ve "una reducción clarísima de puestos de tecnología. Mirando ofertas, cada vez hay menos búsqueda de programadores y diseñadores junior". Desde **Nuclio Digital School** y **Nuclio Talent** detecta "un cambio espectacular y radical: **programación, diseño, y producto han caído en picado, y la gente se centra en inteligencia artificial, agentes de IA y big data**".

Blanco concluye que "estos cambios evidentemente indican que pasarán cosas, pero el mercado todavía no está tan preparado", y resume el cuello de botella actual: "No hay gente suficiente, y no hay gente con experiencia ni formada".

Búsquedas

Garcés cree que "**no se puede aplicar la misma expectativa de la física a la economía o al venture capital**. La inversión en start up está plagada de factores que no sólo son difíciles de medir. Muchas veces ni siquiera son cuantificables". El fundador de The Mind Kind se pregunta cómo se puede incluir en un modelo la capacidad de trabajo de un fundador, la resiliencia real cuando todo va mal, la química entre cofundadores; o su habilidad para cambiar de estrategia sin desintegrar la cultura interna.

Enrique Penichet, fundador de **Draper B1**, explica que en su caso utilizan la IA generativa de manera puntual: "En nuestra fase de **inversión semilla**, lo que no hace la IA, claramente, es detectar fundadores excepcionales, más aún si tienen poca huella digital. No anticipa el talento underground, y no resulta demasiado útil en la búsqueda".

Penichet reconoce que muchos fondos tienen IA que les alerta de perfiles en stealth mode en LinkedIn o repositorios en Github, pero es necesaria esa huella digital.

El fundador de Draper B1 ve mucha más utilidad en la parte de screening, ya que "ahí acelera enormemente la búsqueda de datos de mercado o de competidores. Además, puede analizar decks y buscar incoherencias de métricas. Es un copiloto esencial para el analista, pero no del partner. **La negociación y el precio sigue siendo una negociación humana**".

También cree que mejora mucho la velocidad de análisis y la generación de informes, y aumenta la escala de información, pero considera que "el venture capital en general es un trabajo muy humano, que requiere evaluar personas y generar relaciones personales. **Hay que acompañar y asesorar a los fundadores**, y aunque las máquinas aportan una parte de los datos, el calor humano en esto es irremplazable".

Mario Brassesco apunta que "si los negocios son personas y la IA pudiera hacerlo todo al cien por cien, tendríamos a informáticos montando empresas de éxito cada día... Lo difícil de los negocios es la parte personal y cualitativa, y es ahí donde la experiencia del propio inversor y la del emprendedor permite discernir si el output que ha generado la IA es correcto o no está teniendo en cuenta otras **variables más cualitativas** para tomar otra decisión".

El director de inversiones de Encomenda concluye que "la IA, sea generativa o predictiva, ayuda mucho a hacer el trabajo pesado. Pero para llegar a la excelencia hay que tener en cuenta la capacidad humana de analizar esos outputs, **meter el contexto cualitativo y tomar una decisión**".

Por su parte **Mario Garcés** cree en la utilidad de la inteligencia predictiva, siempre que se use como guía y con humildad: "Es peligroso si se utiliza como sustituto del juicio. Para un inversor, la inteligencia predictiva puede ayudar a filtrar, a ver patrones, a priorizar, aunque no reemplaza la parte irreductible del venture capital: entender a las personas, leer contextos... A un emprendedor le puede ayudar a **orientar decisiones tácticas**, pero no elimina el hecho de que el mercado puede girar por variables que nadie modeló".

Precisamente desde la perspectiva del emprendedor, **Marcos Alves**, socio de **Luda Partners**, asegura que "como todo avance, la inteligencia predictiva puede amplificar tanto las buenas ideas como las malas. Por eso es importante considerar la ética: en este caso hay que tener cuidado con modelos que maximicen beneficios a costa de perjudicar a otros".

Y si todos saben lo mismo...

Alves cree que la **inteligencia predictiva** tiene un efecto muy democratizador, porque hoy existen herramientas que permiten a emprendedores sin un perfil técnico lanzar proyectos competitivos. Asegura que "esto reduce mucho las barreras de entrada y hace que más personas, con perfiles muy distintos, puedan **innovar y crear empresas** sin necesitar grandes conocimientos técnicos desde el principio".

El socio de Luda Partners advierte de que "si cualquiera puede comprar señales y leer tendencias, es inevitable que surjan más empresas creadas por personas sin experiencia previa". Cada vez más proyectos nacen impulsados por datos: búsquedas, patrones de consumo, movimientos de mercado o tendencias virales. Alves cree que, sin embargo, identificar una señal no equivale a comprender el negocio que hay detrás: "**Con frecuencia se confunde interés con demanda real y con una oportunidad sostenible. Por eso la inteligencia predictiva puede ser una gran aliada, pero no sustituye a la intuición, al criterio o a la experiencia propia del emprendedor**".

En el caso de los emprendedores, Alves considera que "cuando todo el mundo tenga acceso a predicciones, lo que seguirá diferenciando a un emprendedor sólido es su capacidad para transformar esos datos en un negocio real y sostenible. Hoy más que nunca, un buen emprendedor debe comprender la importancia de la cultura del dato: estar al día, **interpretar la información correctamente** y usarla estratégicamente.

Aunque aspectos como la intuición o la visión del modelo de negocio son difíciles de sustituir con inteligencia predictiva, quienes sepan aprovechar esta tecnología a su favor tendrán una **ventaja clara**".

Garcés no descarta que pueda haber inversores amateur o emprendedores sin experiencia tomando decisiones apoyados en herramientas que les prometen señales. De hecho, lo considera inevitable: "Si existe la tecnología, se aplicará tanto donde tiene sentido como donde no lo tiene. Habrá aciertos por suerte, errores con buenas predicciones, decisiones sensatas apoyadas por herramientas y **decisiones desastrosas** de gente que no entiende lo que hace. No porque el ser humano sea irracional en sentido estricto, sino porque está diseñado para anticipar. Nuestro interés por controlar el futuro y saber lo que va a pasar es un rasgo evolutivo: queremos prepararnos para aprovechar oportunidades o eludir riesgos. La promesa de predicción, por tanto, siempre engancha". Garcés insiste en que el valor de **muchas predicciones económicas**, con el tiempo, se ha acercado a un 50%, como al lanzar una moneda.

Desde la perspectiva del inversor, **Enrique Penichet** explica que "si todo el mundo usa lo mismo, todos encuentran lo mismo. El buen inversor es el que tiene criterio propio y es un poco antimodas". El fundador de Draper B1 recuerda el caso de **Tim Draper cuando invirtió en Tesla** (antes que Elon Musk): "La oportunidad había sido rechazada por múltiples fondos. La duda estaba en quién podría invertir en un coche eléctrico a principios de la década de 2000 en California, donde no había tradición automovilística... Cuanta más IA y herramientas comunes haya, habrá más valor del inversor capaz de buscar fuera de lo común".

Penichet insiste en que "las verdaderas oportunidades, al menos en fases tempranas, están fuera del mercado, y se requiere de una red de contactos para llegar a ellas. Eso se cultiva con la **experiencia y los años** de estar en el mercado".

El principal obstáculo de los inversores amateur es que tienen un acceso limitado

al mercado y, por tanto, no cuentan con una muestra suficiente de comparables para tomar una decisión fundamentada. Sobre la base de su pequeña muestra tratan de invertir en lo mejor, pero tal vez lo mejor que consiguen sigue siendo de **poca calidad**.

A veces hay **fortuna** y salen **datos atípicos** que se desvían del patrón general, pero lo normal es que los resultados sean inferiores. La IA y el análisis de datos aumentan la transparencia, especialmente en fases tardías, cuando las empresas dejan más señales digitales verificables. Sin embargo, esas rondas suelen estar más competidas, con más inversores profesionales, y por eso es más difícil que un **inversor amateur** participe.

Seguros y gestión del riesgo meteorológico

Fundada en 2006 por **David Friedberg y Siraj Khaliq** (ex de Google), **The Climate Corporation** se enfocó al comienzo en **seguros y gestión del riesgo meteorológico**, aunque evolucionó hacia la **analítica agronómica**. El 'core' del negocio pasó a ese tipo de decisión agronómica, y es un ejemplo de empresa que trabaja en un **territorio fértil** para la **inteligencia predictiva**: hay mucho dato cuantitativo, decisiones repetibles y un 'output claro' (rendimiento, riesgo, recomendaciones). No promete adivinación, pero sí mejorar las **decisiones con modelos y escenarios en un sector** en el que cada punto de productividad importa. Monsanto anunció en 2013 su adquisición por casi 1.000 millones de dólares y fue un hito que consolida la tesis de que los datos y la predicción pueden convertirse en infraestructura del sector agrícola.

Empleo | Emprendedores | Pymes

El fondo de impacto First Drop recibe 8,3 millones de euros de la SETT

Mentores estratégicos: un antídoto para frenar los fracasos de los emprendedores

Qué beneficios traerá para las 'start up' el nuevo régimen jurídico EU inc.

ÚLTIMA HORA

18:52 El impuesto europeo al carbono necesita...

18:42 Glencore busca grandes compras tras no fusionarse...

18:42 Las filtraciones en la cumbre de Abu Dhabi sacan a la luz...

18:40 Azucarera nombra nuevo CEO tras reestructurar el negocio

18:27 Sage inaugura un 'hub' mundial en Barcelona con 65...

COMENTARIOS

Esta noticia aún no tiene comentarios

Sea el primero en dar su opinión

Comentar