



Inversión del holding
US\$300,000

TECNOLOGÍA

En la mira Flujolink

La *startup* de gestión de cobranzas es una iniciativa del Grupo Recsa cuyo objetivo es atender, principalmente, al segmento mype. Tras haber iniciado sus operaciones en el Perú y Chile, contempla expandirse a Colombia y México. **(CGC)**



Giovanni Medrano,
CEO



Sebastián Gajardo,
Product manager

MODELO DE NEGOCIO

Flujolink forma parte de Recsa –grupo especializado en gestión de cobranzas B2C y a corporativos–, cuya matriz es el *holding* chileno Altas Cumbres. La *startup* ofrece un CRM (*Customer Relationship Management*) de cobranza con una plataforma en la nube netamente B2B. Aunque tiene empresas grandes como clientes, está enfocada en un nuevo segmento: las pequeñas y medianas empresas.

ESCALABILIDAD

Flujolink inició operaciones comerciales en Perú y Chile hace dos meses, tras un periodo de prueba financiado por el *holding*. Tiene 60 clientes con una cartera de cobranzas de US\$700,000. Sus operaciones irán más allá de la banca y las telecomunicaciones, rubros en los que hoy se concentra el grupo Recsa. La firma atiende a sectores como industria, comercio y *retail*. Entre sus clientes resaltan Integratel Perú (antes Telefónica) y CIMA Inmobiliaria.

Inversión en Flujolink

Ronda	Año	Monto (en US\$)
Fondos de la Corporación de Fomento de la Producción*	2022	100,000
Financiamiento interno	2024	300,000

Asignación actual de cobranzas (en US\$)

Perú	550,000
Chile	150,000

*Agencia de Gobierno de Chile

Fuente: Flujolink

PLANES

En su primer año de operaciones, la *startup* espera alcanzar una facturación de US\$1 millón. Hacia delante, Flujolink buscará seguir expandiéndose en la región. Hoy explora pilotos en Colombia y más adelante hará lo mismo en México. “Aprovecharemos la red del grupo, que tiene presencia en más de 15 países de la región. Pero primero tenemos que consolidarnos en el Perú y Chile”, afirma su CEO, Giovanni Medrano.

AGROPECUARIO

PALTAS EN ALZA

Tras un 2024 en el que la palta fue golpeada por los rezagos de El Niño, la campaña de este año verá una recuperación de los volúmenes exportados, debido a la mayor demanda internacional.

La palta Hass, la variedad más solicitada, crecerá 30% en volumen, estima el presidente de Prohass, José Antonio Castro. En línea con ello, Agrícola Cerro Prieto proyecta exportar 40,000 toneladas este año, muy por encima de las 28,000 de la campaña anterior, afirma su CEO, Percy Muelle. Una mayor oferta ajustará los precios a la baja – han disminuido 5%– pero las expectativas se mantienen positivas.

Europa sigue siendo el principal destino, con Países Bajos y España como los mercados más destacados. EE.UU., por otro lado, es el mayor consumidor mundial de palta Hass, cuyo principal proveedor es México, hoy exento de aranceles por la administración del presidente Donald Trump.

Pese a esta ventaja, Perú logrará mantener su presencia en dicho mercado. “Salimos [a exportar] cuando México no está en campaña principal, lo que genera que no tengan la misma cantidad de fruta disponible”, explica Muelle. Además, el cultivo peruano es valorado por su calidad. “Algunos supermercados indicaron que asumirán parte de los aranceles. Al final, es oferta y demanda. Hay que seguir trabajando en la calidad”, explica el gerente general de Fruchincha, Francisco Camino.

Un nuevo mercado que permitirá diversificar es Tailandia, aunque la entrada a Asia será lenta, pues la distancia complica mantener fresca la fruta, acota el CEO de Fluctuante, David Sandoval. El que sí ha ganado posicionamiento como destino de exportación en volumen es Chile. Hoy, es el tercero en importancia, por su cercanía. “Es muy estratégico. Debemos perfeccionarlo”, afirma Castro. **(CGC)**