



Extremadura
Región Emprendedora Europea 2017

¿Cómo buscar inversión privada para mi proyecto?



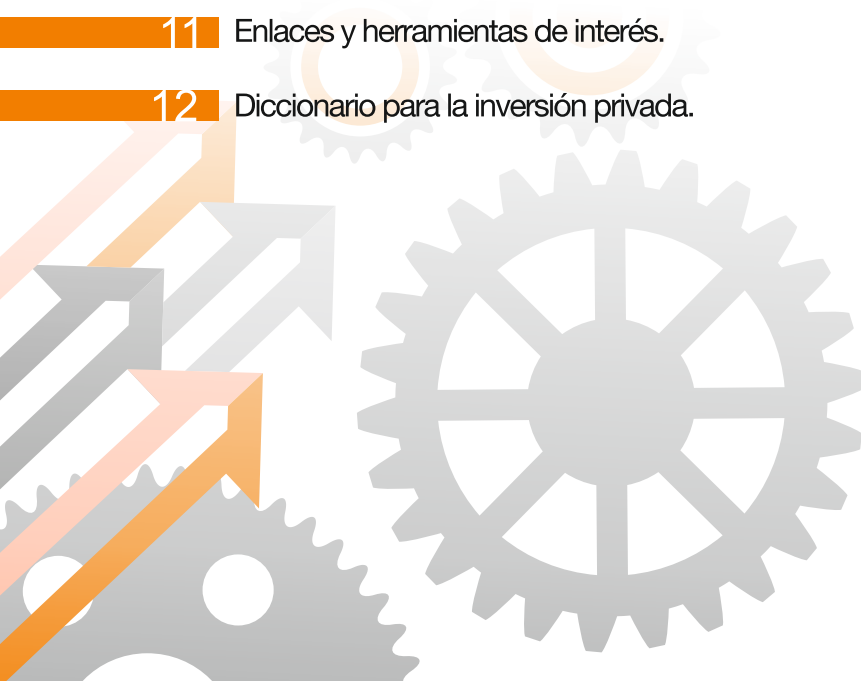
EXTREMADURA
EMPRESARIAL





Índice

| | | |
|----|--|----|
| 1 | ¿Cuál es el objetivo de esta guía? | 5 |
| 2 | ¿Qué posibilidades existen para financiar una empresa? | 6 |
| 3 | ¿Cuál es el momento ideal para pedir inversión? | 11 |
| 4 | ¿Qué debe tener una empresa para atraer inversión privada? | 15 |
| 5 | ¿Cómo contar un proyecto para seducir a un inversor privado? | 19 |
| 6 | Ocho preguntas a resolver antes de verse con un inversor. | 23 |
| 7 | ¿En qué se va a fijar un inversor al analizar un proyecto? | 27 |
| 8 | ¿Qué fases hay en una negociación y a qué estar atentos? | 36 |
| 9 | Ejemplos de documentos que sirven de referencia. | 45 |
| 10 | Un ejemplo de inversión privada para una empresa. | 63 |
| 11 | Enlaces y herramientas de interés. | 67 |
| 12 | Diccionario para la inversión privada. | 71 |







1. ¿Cuál es el objetivo de esta guía?

La Junta de Extremadura, en su apuesta por el emprendimiento, ha diseñado una serie de publicaciones para el apoyo a la puesta en marcha y acceso a financiación de proyectos empresariales en la región, denominadas **Guías de Extremadura Empresarial**.

Para facilitar el acceso a financiación de iniciativas extremeñas, desde la Consejería de Economía e Infraestructuras de la Junta de Extremadura, a través de la Dirección General de Empresa, se ha puesto en marcha la Plataforma Conecta Financiación, un instrumento de acceso a todos los instrumentos financieros públicos y privados de Extremadura.

¿Qué puedes encontrar en la Plataforma **Conecta Financiación**?

- ✓ Acceso a expertos asesores financieros para la realización de tu plan de empresa y financiación.
- ✓ Información detallada de todas las convocatorias de ayudas y subvenciones a las que puede optar tu proyecto empresarial.
- ✓ Contacto con entidades financiadoras e inversores que ofrecen financiación.
- ✓ Formación avanzada para el acceso a financiación y sesiones ágiles on line de especialización.
- ✓ Guías, formación y acompañamiento para el acceso a fórmulas de financiación alternativa.

La Plataforma Conecta Financiación te ayudará a encontrar la mejor vía para financiar tu proyecto empresarial, mejorando así tu competitividad y posibilidades de crecimiento.

Puedes acceder a la plataforma aquí: <https://extremaduraempresarial.es/conectafinanciacion/>

En esta guía nos centramos en una forma de financiación específica, el **acceso a inversión privada**, donde podrás encontrar conceptos, fórmulas y recursos para acceder a esta forma de financiación alternativa.



2. ¿Qué posibilidades existen para financiar una empresa?

El sector bancario ha sido, tradicionalmente, la principal fuente de recursos económicos para los proyectos empresariales en España. Según datos del **Banco Central Europeo**, la excesiva dependencia de estos créditos puso en graves aprietos a más de una empresa al llegar la crisis del sistema financiero, y el cierre del grifo de la financiación. Ésto hizo aflorar multitud de opciones de financiación no bancaria, a las que las empresas están acudiendo de forma preferente. De hecho, en 2002 los préstamos representaban el 70% de la financiación total de las empresas, mientras que al finalizar 2008 representaban el 41,3%, y en el primer trimestre de 2016 ya sólo el 35,4%.

La financiación bancaria, que era la principal fuente de financiación de las empresas, ha estado sufriendo cambios y viendo aparecer nuevos instrumentos de forma continua. Por otro lado, la innovación en este sector ha provocado también la aparición de nuevos instrumentos que permiten financiar una empresa.

Por tanto, es importante que conozcas cuál es el modelo de financiación que más se ajusta a tu propio modelo de negocio, y aquel que más te conviene, pensando siempre en el largo plazo y tu futuro crecimiento. Así, llegado el caso, podrás inyectar capital a tu negocio de la mejor manera.


Aunque esta es una guía sobre inversión privada, queremos mencionar algunas de las posibilidades de financiación no bancaria que existen, para que te sea más sencillo entender todo el ecosistema de financiación de un proyecto empresarial. En todo caso, tienes más información en la **Guía de Extremadura Empresarial “¿Cómo financiar mi empresa?”**.

- ✓ **Bootstrapping:** se trata de iniciar el negocio con muy pocos recursos, con recursos propios o los medios que tengas a tu alcance. La ventaja es que permite centrar la atención en construir un producto o servicio demandado por el cliente, conservando la independencia sobre el proyecto. La



desventaja es que no todos los proyectos se pueden iniciar o hacer crecer con recursos propios.

- ✓ **Tus clientes:** consiste en financiar el proyecto a través de ingresos que provienen directamente de tus clientes. Entre las ventajas se encuentran la independencia, el trabajar con tus propios recursos y el tener una prueba del valor que ofrece tu producto a los clientes. Como desventaja está el hecho de que tal vez tu proyecto necesite financiación para llegar a los clientes, desarrollar un prototipo, para la tecnología imprescindible en el desarrollo del producto o servicio, o bien para crecer a un ritmo mayor de lo que permiten los ingresos de tus clientes.
- ✓ **Las 3 efes (family, friends and fools):** se trata de que recurras a quienes tienes más cerca para obtener la financiación, de modo que conviertas la agilidad, la cercanía y la confianza en una ventaja al obtener la financiación. Frente a otras alternativas, este entorno cercano no suele ofrecer conocimiento experto acerca de la financiación del proyecto o del sector. Además, incorporar gran cantidad de inversores podría fragmentar el accionariado de la empresa, dificultando rondas posteriores de inversión.
- ✓ **Financiación bancaria:** aunque las condiciones de acceso a la financiación bancaria se han endurecido en los últimos años, aún sigue siendo una buena opción para financiar gran parte de los proyectos empresariales, principalmente si tienes claro en qué momento y para qué partes del proyecto buscas dicha financiación.
- ✓ **Ayudas y subvenciones y Financiación pública:** se trata de subvenciones o préstamos emitidos por entidades públicas en mejores condiciones que las que ofrece el mercado, permitiendo el inicio de la actividad o la financiación de aspectos concretos de tu empresa. Tal vez puedan ser una parte importante del inicio de tu actividad, pero evita la dependencia de ellas.




En cuanto a las ayudas, lo ideal es utilizarlas como un complemento, pero no para financiar la actividad fundamental de tu empresa.

- ✓ **Crowdfunding:** se trata de una forma de financiación colectiva en la que un grupo de personas invierten de forma conjunta en un mismo proyecto, que suele ser presentado a través de una plataforma de internet. A través de esta plataforma, los emprendedores muestran mediante campañas cuales son las características de su proyecto, la inversión que esperan conseguir, para qué lo van a utilizar, y en algunos casos, cuáles son las recompensas que ofrecen a cambio. Hay muchas modalidades de crowdfunding, pero se podrían clasificar básicamente en 4 tipos: crowdfunding de recompensa, crowdfunding de donación, crowdlending, y crowdequity.
 - **Crowdfunding de recompensa:** una de las fórmulas más habituales, donde realmente se produce una venta, puesto que a cambio de su aportación económica, el financiador recibe una recompensa. Por lo general se trata de procesos abiertos a cualquier persona, en los que hay multitud de aportaciones de muchas personas a la vez. La clave es una buena campaña de captación, y debes saber que sólo se lleva a cabo el cobro de lo aportado si se ha alcanzado la cifra mínima establecida al inicio del proceso.
 - **Crowdfunding de donación:** funciona como el de recompensa, pero en este caso el mecenas no espera nada a cambio de su aportación, sino que lo considera una donación. En este caso es importante que el objetivo de la campaña tenga igualmente un sentido solidario, o que se vincule de alguna manera a un ámbito y/o beneficio social.
 - **Crowdlending o crowdfunding de préstamos:** se trata de un método de financiación colectiva por el cual un grupo de personas, que cuentan con capital privado, ofrecen préstamos a otras empresas de forma colectiva, pero sin entrar en su accionariado. Una opción ideal si buscas financiadores, pero no socios.



- **Crowdequity o crowdfunding de inversión:** se trata de plataformas que permiten financiar proyectos, invirtiendo de forma directa en las empresas y entrando en su accionariado.
Tanto las plataformas de crowdlending como las de crowdequity han de estar previamente inscritas en un registro de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, por lo que tendrás que preparar muy bien el proceso de acceso a dichas plataformas.
- ✓ **Business Angels:** se trata de un particular que aporta de su bolsillo una cuantía económica, pero también experiencia, contactos, motivación... Esta aportación es muy valorada por los emprendedores, ya que supone un empuje no sólo en la parte económica, sino en el resto de aspectos clave de una empresa, que pueden ser decisivos a la hora de obtener beneficios en el futuro.
- ✓ **Tech Angels:** son un tipo de business angel que aporta igualmente financiación, experiencia, contactos, motivación..., pero donde la aportación económica es sustituida generalmente por desarrollo tecnológico. Es especialmente interesante para aquellas empresas que no pueden asumir un desembolso en tecnología inicial para probar, extender o comercializar sus productos o servicios.
- ✓ **Capital riesgo o venture capital:** se trata de fondos constituidos durante un tiempo determinado por diferentes empresas o particulares, que están destinados a ser invertidos allí donde puede haber una rentabilidad económica. Por lo general estos fondos son administrados por una Entidad Gestora, que se encarga de establecer los criterios de acceso, estudiar las propuestas de inversión que van recibiendo, y tener el contacto directo con los empresarios.

- 
- ✓ **Mercado de valores:** es una fórmula de captar capital para las empresas más grandes, que permite hacer participaciones de tu empresa y ofrecerlas en el mercado de valores, obviamente mediante procesos mucho más complejos y poco al alcance de emprendedores o startups.



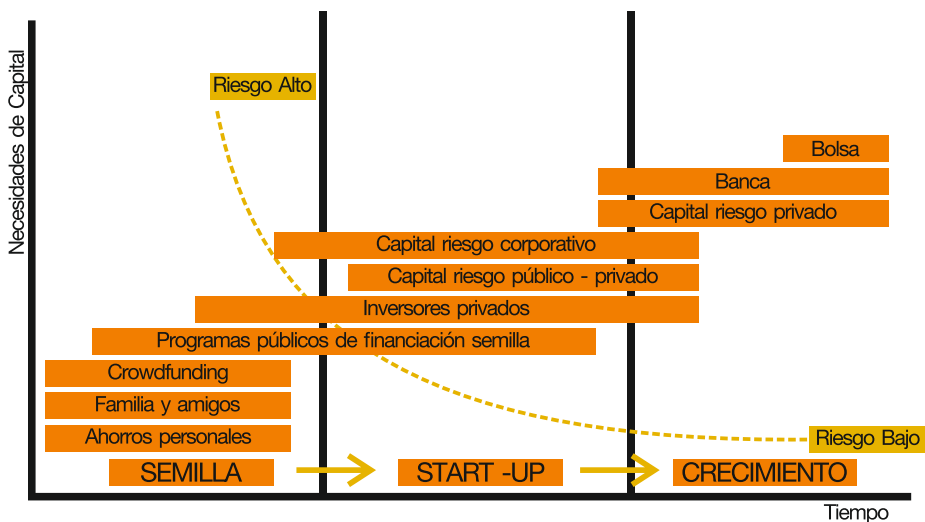



3. ¿Cuál es el momento ideal para pedir inversión?

Una vez que hemos visto en el apartado anterior cuáles son las diferentes alternativas para financiar tu empresa, nos centramos ahora en la inversión privada, es decir, aquella que podrías recibir de un tercero y por la que éste espera una rentabilidad.

Por inversión privada nos referimos a las aportaciones de capital que llegan a tu proyecto por parte de terceras personas, externas a la propia empresa, que buscan algún tipo de rentabilidad económica a cambio. Para que esta inversión pueda llegar, tienes que alcanzar con ellos una serie de acuerdos, que no sólo abarcan el momento de la inversión, sino también el modo en que la inversión es retirada, de la forma más ordenada, transparente y rentable posible. En concreto, en este apartado hablaremos de cómo actúan los business angels y las entidades de capital riesgo.

Una de las claves fundamentales para moverse entre las diferentes opciones, es conocer muy claramente qué tipo de financiación necesitas y en qué momento la necesitas. Por eso, es muy importante partir de un análisis serio y honesto del punto en que se encuentra tu empresa, y saber cuál es el tipo de financiación más conveniente en cada momento. Para ello te sugerimos que analices bien este gráfico, que te ayudará a entender en profundidad lo que estamos comentando:






En su proceso de desarrollo, crecimiento y consolidación, las empresas pasan por diferentes fases, y cada una de ellas determina un tipo de instrumento de captación de fondos al que puedes optar. Vamos a considerar las siguientes 5 fases:

- ✓ **Semilla o seed stage:** es la primera fase y se refiere al momento de construcción y nacimiento de tu empresa, así como de los primeros desarrollos. En este nivel, la primera opción para financiarte han de ser fondos propios, tus ahorros personales y los de tus socios y, a partir de ahí, el dinero que está en tu entorno, a través de la fórmula conocida como las 3F's. Puedes optar también por pequeños inversores como un jefe, tus primeros clientes, etc. Además, es el momento de estudiar el acceso a las subvenciones públicas, de las que no debes depender ni esperarlas, pero tampoco renunciar a ellas. Por otro lado, también podría ser el momento del crowdfunding de recompensa, siempre que tu proyecto sea suficientemente atractivo para este tipo de modelo de financiación.
- ✓ **Temprana o early stage:** es el momento en el que una vez constituida la empresa, empieza a andar, probar y lanzar productos, evaluando la reacción del mercado, su aceptación, y realizando mejoras en función de lo que se observa. Se trata aún de una fase muy inicial, donde la financiación de tus actividades podría venir del crowdfunding de recompensas, de la incorporación de un socio capitalista, la negociación con una entidad bancaria, etc. Es buen momento para que aproveches las ayudas públicas destinadas a prototipos, innovación, incorporación de personal, internacionalización, etc.
- ✓ **Crecimiento o growth stage:** la empresa ya parece haber demostrado una viabilidad y se ha hecho con un hueco en el mercado. Ahora es el momento de hacerla crecer, y para ello vas a necesitar inversión que irá destinada probablemente a la consolidación, mejorando y ampliando tu equipo humano, mejorando las ventas a través del marketing y la comunicación, ampliando mercados con una estrategia de desarrollo, etc.... Para ello,

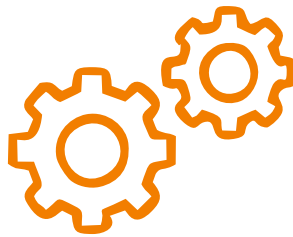


puedes acudir a inversores privados, business angel o fondos de capital riesgo, así como a entidades bancarias, e incluso aprovechar algunas iniciativas públicas como los créditos subvencionados.

- ✓ **Desarrollo o expansion stage:** se refiere al momento en que si los productos y servicios de la empresa, así como la forma de gestión, han demostrado ser un referente en su zona, puede plantearse un proceso de expansión a otras zonas geográficas e incluso exportar el modelo a otros sectores. Este es un momento delicado para tu empresa, ya que en muchas ocasiones no saber gestionarlo bien puede poner en riesgo la liquidez de la misma. Por ello, tal vez sea buen momento para iniciar una ronda de inversión si necesitas capital, acudiendo a los fondos de capital riesgo, el crowdlending o la banca tradicional, que cuenta con productos específicos para expansión e internacionalización de empresas.
- ✓ **Salida o exit stage:** la empresa ya ha demostrado ser rentable y el negocio no para de crecer. Si esto ocurre, tal vez alguien se interese por tu empresa y opte por adquirirla, o bien prefieras salir tú, vendiendo tus participaciones. También podría ser el momento en que aquel inversor que apostó por ti y por tu proyecto inicie el proceso de desinversión, obteniendo el beneficio pactado. A esto se le denomina "*hacer un exit*", y es el momento en que un inversor vende sus participaciones en una empresa, obteniendo a cambio todo el rendimiento posible con su venta. Si eres tú quien vende, es el momento de convertirte en inversor; suele ser la forma más habitual en que un emprendedor se convierte en business angel.



Cada empresa debe buscar el modelo de financiación más adecuado para su negocio. Para ello debes conocer todo el abanico de opciones de inversión que te permitirán lograr una inyección de capital de la forma más sencilla, pero también más rentable. Presentarse a concursos para emprendedores, hacer 'networking' para atraer a 'business angels' y a 'venture capitalists', o la utilización de las plataformas digitales para darse a conocer, pueden ser decisivas a la hora de recibir una inversión, que no tiene por qué ser sólo económica, sino que puede ser más global. Una inversión de 'smart money' aporta mucho más que dinero, ya que implica al socio capitalista en temas como la gestión y asesoramiento de la empresa.






4. ¿Qué debe tener una empresa para atraer inversión privada?

A continuación mostramos algunos elementos que te permitirán conocer si estás en el momento adecuado para recibir inversión privada, y si eres un ejemplo de lo que se denomina “empresa invertible”:

1. Ser ya una empresa: que tu negocio ya se haya iniciado y los clientes hayan respondido positivamente a tus productos y/o servicios. Un proyecto que ya esté generando ingresos o tenga clientes tendrá mayor facilidad para captar inversores, pues ya se ha testado en el mercado y ha demostrado que hay empresas o personas para las que tu producto o servicio supone una mejora por la que están dispuestos a pagar, mucho más si es de forma recurrente o fidelizada.

2. Ser empresa viable: que haya una oportunidad de negocio en un mercado dado, y tengas ventajas competitivas frente al resto de competidores. Mucho mejor si estas ventajas competitivas suponen una barrera de entrada para el resto y si es posible ampliarlas dentro de tu sector, o incluso dar el salto a otros sectores en el futuro.

3. Ser una empresa factible: que seas ya empresa, que exista esa oportunidad de mercado y cuentes con una ventaja competitiva como ya se ha dicho, pero además, que el inversor perciba que eres tú la persona apropiada para aprovecharla y que cuentes con un equipo que te permita hacerlo de forma rentable. Un equipo que conozca el sector, implicado y apasionado, pero también profesional, diverso y equilibrado. Se valora tanto el equipo como la capacidad del emprendedor para atraer y construir un equipo, motivarlo y comprometerlo con el proyecto. La idea de negocio es importante, pero los inversores deben creer en las personas que forman parte del proyecto, en su capacidad para desarrollarlo y ejecutarlo o, en caso necesario, en su capacidad



para modificarlo y adaptarlo a las demandas del mercado. En cuanto a la implicación del promotor y de su equipo, deben vivir con el proyecto las 24 horas del día, creer en él y poner pasión en su desarrollo. Transmitir y contagiar este entusiasmo a los potenciales inversores, tiene una gran importancia a la hora de captar financiación en las primeras fases.

4. Resolver un problema concreto, con un modelo de negocio sostenible:

que te dirijas a un mercado para el cual has desarrollado una forma de solventar un problema no resuelto, o hacerlo de forma completamente diferente, y con ello aportes un valor indiscutible. En ese sentido, la propuesta de valor ha de ser clara, bien construida, e insertada en un modelo de negocio rentable de manera sostenible en el tiempo, y que no esté afectada por cambios legislativos previsibles en el futuro, y con posibilidad de extenderse en el tiempo a otras acciones dentro del mismo sector, o a otros sectores.

5. Tener tracción: que existe un mercado claro y definido al que tú has podido acceder a través de tu empresa, con resultados muy positivos. Es decir, que en el momento de la búsqueda de inversión privada ya tienes productos propios en el mercado, y los clientes están aportando ingresos para tu empresa de forma recurrente. El reto es que esta tracción sea suficientemente amplia como para que el inversor resuelva de forma irrefutable la duda sobre si tu negocio podría o no funcionar.

6. Llegar en el momento justo: muchas veces se dice que en el mundo de las empresas “no todo está inventado, pero sí todo está intentado”. La globalización está haciendo que muchas personas vivan las mismas cosas a la vez, y por tanto, traten de resolver sus problemas de la misma forma. Así, es posible que surjan oportunidades que sean aprovechadas de forma similar, o bien que cosas que anteriormente se intentaron y no funcionaron, ahora puedan funcionar. La gran pregunta que debes responder ante el inversor es: “¿Qué ha cambiado para que sea justo ahora cuando se dan las condiciones de oportunidad para que tu empresa sea factible?”.



Y en ese sentido, deberías responder con métricas de la empresa en funcionamiento, y si no fuera posible, al menos con una prueba de concepto. Especialmente en el caso de proyectos tecnológicos, tendrías que contar al menos con una prueba piloto ya realizada, una prueba de concepto o una beta que ha sido probada en el mercado.

7. Ser escalable: si puede asumir grandes incrementos de demanda sin que se produzcan grandes incrementos de costes. Esto funcionará mejor si tu modelo de negocio está vinculado a la tecnología, y menos si se trata de atención personalizada o basas tu negocio en el equipo del que dispones.

8. Tener un exit visible: es la posibilidad que tiene el inversor de vender su participación en la empresa a un tercero, o bien llevar a cabo una desinversión, pero siempre multiplicando la rentabilidad de su apuesta inicial. En este sentido se podría decir que el inversor, antes de entrar en tu empresa, debe ver bien clara cuál es la salida, ya que las expectativas de obtener plusvalías de la inversión y la facilidad de la salida del capital de la empresa, son criterios que facilitarán que recibas la inversión privada para tu proyecto. En el caso de capital riesgo procedente de administraciones públicas, aspectos como la creación de empleo o la innovación son importantes para la valoración de tu proyecto. Sin embargo, para un inversor privado la rentabilidad es lo que marca la diferencia.

9. Querer recibir inversión: has de tener muy claro cuál va a ser el impacto que el inversor va a tener sobre tu empresa, y mostrar que estás dispuesto a asumirlo.





14 564 765 322

14 456 876

234 564 323

12 345 678

9 876 543 210


11 222 333



5. ¿Cómo contar un proyecto para seducir a un inversor privado?

Una de las principales preocupaciones para los empresarios es cómo llegar a convencer a un inversor privado y disponer del capital adecuado para que su negocio crezca a buen ritmo. Después de haber hablado con muchos empresarios, inversores, fondos de capital riesgo y aceleradoras, algunos puntos comunes a tener muy en cuenta son los siguientes:

- ✓ **Adoptar la actitud correcta:** los emprendedores suelen admitir que si contarán con el dinero suficiente no pedirían a nadie que invirtiera en su empresa, dándoles acceso a la toma de decisiones y a la propiedad de algo que ha creado con tanto esfuerzo. Por tanto, si necesitas inversión, debes adoptar una actitud en la que evites dar la sensación de estar “ofreciendo al inversor la oportunidad única de invertir en tu proyecto”, y por tanto, marcar tú las condiciones de entrada de forma estricta. Es necesario hacer un análisis honesto de quién arriesga más, si tú o él, con un buen equilibrio entre no permitir que se aprovechen de ti, pero sabiendo que lo necesitas y que por ti mismo, quizás no fueras capaz de llevar adelante el proyecto.
- ✓ **Saber que para el inversor, eres una inversión:** presentes lo que presentes, para un inversor eres una inversión de la que espera obtener el máximo beneficio. Es su dinero y podría destinarlo a cualquier otro fin: invertir en bolsa o irse de vacaciones. Conceptos como “cambiar el mundo” o “mejorar la vida de las personas” no entran en su vocabulario, salvo que estés ante un fondo de inversión destinado a iniciativas de emprendimiento social, y aún así, siempre habrá una premisa por encima de todas: rentabilidad.
- ✓ **Vender tu proyecto, no tu producto:** muchos emprendedores creen que la clave en un encuentro con un inversor está en vender el producto al que se dedica su empresa, y sí, efectivamente el producto es clave para que



entienda de qué va el proyecto, pero realmente el inversor no va a ser un cliente. En realidad, lo que espera escuchar es cómo es tu empresa, y principalmente cuál ha sido el desarrollo empresarial, por eso es importante que te centres en vender las razones por las que tu empresa es rentable, factible, invertible..., mostrando métricas que demuestren que tu proyecto tiene tracción, la cantidad de clientes que ya tienes..., en definitiva, el inversor no compra productos, compra empresas.

- ✓ **Conocer al inversor y ser coherente con su cartera de inversión:** la mayoría de inversores tienen predilección por algunas temáticas, algunos sectores o cierto tipo de emprendedores. A veces un fondo de capital riesgo no invierte en turismo, y otras está especializado en salud y tecnología. Esto es algo que tienes que conocer a través del análisis de sus páginas web, viendo entrevistas que les han hecho últimamente, o estudiando sus redes sociales. También es una buena idea analizar su cartera de inversión y hacer un seguimiento de sus inversiones. Así, podrás conocer de antemano a quién vas a conocer y en qué suele invertir. Es una buena forma de maximizar las posibilidades de éxito en el encuentro con el inversor.
- ✓ **Comprometerte como líder del proyecto:** si esperas que un inversor arriesgue su dinero contigo, necesitarás mostrarle un compromiso total con tu proyecto, aportando tus recursos y tiempo. Por supuesto, tu inversión tiene que estar presente, la apuesta personal con tus bienes, los de tu familia y tus amigos, ha de estar bien visible. Déjale bien clara que tu implicación con el proyecto es máxima.
- ✓ **Contar con un equipo heterogéneo, apasionado y motivado:** la diferencia fundamental que marca un proyecto como factible es la capacidad que tienen los miembros del equipo de llevarlo adelante y convertirlo en un éxito. Hay proyectos maravillosos que nunca llegarán a su máximo nivel por contar con equipos cuya implicación, capacidad o visión



no es la que el proyecto necesita. Por otro lado, pocas veces un inversor apuesta por una sola persona, siempre busca un equipo, diverso y equilibrado, que incorpore personas de diferentes perfiles que se complementen entre sí en los diferentes ámbitos de la empresa, como gestión, marketing, desarrollo de producto o logística.

- ✓ **Presentar métricas potentes y veraces:** un emprendedor que quiere recibir inversión ha de medirlo todo y luego presentar, de forma coherente y veraz, que las mediciones realizadas indican que la empresa va a crecer y necesita inversión para ser mucho más rentable. Con estas métricas deberías poder demostrar que la empresa es escalable; es decir, que puedes incrementar mucho la producción sin que los gastos aumenten en la misma proporción. Pero además, deberías poder demostrar que una vez hecha la inversión, los beneficios aumentarán de forma exponencial, ya que un inversor no apuesta por una empresa para recuperar lo invertido, sino para multiplicar su inversión al menos por diez.








6. Ocho preguntas a resolver antes de verse con un inversor.

En la relación entre la empresa y los inversores hay preguntas que siempre se repiten: ¿cuánto dinero quieres?, ¿para qué lo quieres?, ¿cómo me lo vas a devolver?, ¿cuándo me lo vas a devolver?, ¿qué me ofreces a cambio?, estas son algunas de las preguntas para las que hay que tener una respuesta, permitiéndote mostrar al inversor que has hecho los deberes y sabiendo lo que supone pedir que alguien invierta en tu negocio y planificar cómo va a ser la entrada de capital en tu empresa.

Estas son las 8 preguntas clave que todo inversor te va a hacer, y que debes saber responder:

1. ¿Cuánto dinero necesitas y cuándo lo quieres? por sorprendente que parezca, muchos emprendedores acuden a la cita con un inversor sin haber hecho previamente un trabajo serio de análisis de cuánto necesitan. De ahí que en muchas ocasiones se observen números demasiado redondos (250.000 euros, 125.000 euros...). Para poder responder a la primera pregunta, de “cuánto necesitas”, tienes que hacer un análisis profundo de tus necesidades financieras, y es muy posible que el resultado final no sea una cifra tan exacta. Por otro lado, también has de saber responder a la pregunta de “cuándo lo necesitas”, ya que los inversores no te darán toda la cantidad de una vez, sino que esperarán que le presentes un Plan de Inversiones, una hoja de ruta que determine cuándo necesitas el dinero, en función de la propia vida de la empresa y a medida que se vayan cumpliendo hitos, objetivos, indicadores o pasos intermedios previamente establecidos en el acuerdo de inversión.

2. ¿Qué tipo de inversión necesitas? no todos los inversores son iguales y no todas las empresas necesitan el mismo tipo de inversor. Hay quienes ofrecen préstamos participativos, quienes entran en el capital, quienes sitúan a tu lado a un gerente para que te ayude a gestionar la empresa o quienes apuestan por ofrecerte inversión en forma de desarrollo tecnológico. La clave para la empresa



que busca inversión es que conozca todas las opciones posibles, pero sobre todo, que conozca cuál es la fórmula que mejor le conviene, para acudir a aquel entorno de inversión que más se ajuste a sus necesidades.

3. ¿En qué vas a invertir lo obtenido? en general los inversores privados no ponen su dinero para iniciar el negocio o para hacer crecer la empresa, lo ponen en función de un plan de inversiones que determina claramente en qué momento quieres recibir el dinero, cuánto dinero y para qué específicamente lo vas a utilizar. Cuanto más concreto seas a la hora de solicitar la inversión, y más cercanos a los precios de mercado estén los elementos para los que vas a solicitar su dinero, mucho mejor.

4. ¿Qué vas a dar a cambio? como ya hemos comentado, un inversor espera de su inversión una rentabilidad económica, por ello tratará de estar muy cerca de la empresa, y en muchas ocasiones pedirá entrar a formar parte del capital de la misma, pudiendo tomar decisiones como socio. Es importante conocer qué porcentaje de la sociedad vas a destinar a intercambiarlo por inversión, en función de cuánto necesitas, cuánto acompañamiento quieres o si estás buscando socios. Ten en cuenta que en realidad la inversión privada es una de las fórmulas de financiación de empresa más caras que existen, puesto que a diferencia de lo que sucede en un préstamo bancario, aquí pagas con la propiedad de tu empresa. Por ello es fundamental responder bien esta pregunta y no quedarse sólo en la parte porcentual de la sociedad, sino aportar también otras cosas como el seguimiento, la implicación, contar con un mejor equipo, etc.

5. ¿Cuánto vale tu empresa? cuando hablamos de inversión privada, muchas de las fórmulas incorporan un intercambio entre la inversión y el capital de la empresa; es decir, que a cambio del dinero, el inversor se quedará con un porcentaje de la empresa. Ahora bien, la duda surgirá en el momento en que empieces a negociar con el inversor a qué porcentaje de la sociedad tendrá derecho en función de lo que está aportando como inversión. Por ejemplo, si a



cambio de 400 mil euros vas a ofrecerle el 10% de la sociedad, la siguiente pregunta que te hará el inversor será: “entonces, ¿cuánto vale el resto de la empresa?”. En este cálculo evita incorporar intangibles como la idea, el modelo de negocio o los conocimientos del equipo, ya que no suelen ser tenidos en cuenta; y si los tuviera prepárate para una negociación acerca del valor de los mismos. Precisamente si le das mucho valor a estos aspectos estás asumiendo que existe un riesgo importante en el caso de que alguien del equipo se marche, o la competencia pueda copiar la idea o el modelo de negocio.

6. ¿Cuándo y cómo lo vas a devolver? un inversor tiene en mente al mismo tiempo tanto la inversión como la desinversión. Por ello, tienes que elaborar un buen plan de inversiones que establezca cuándo entra el capital y para qué lo vas a utilizar, incorporando los plazos para recuperar la inversión y decidir si se quiere hacer una nueva ronda de inversión o bien un exit, retirando la inversión realizada o los beneficios generados. En este caso, es necesario que establezcas por escrito cómo se entra y cómo se sale del capital social de la empresa, en un proceso de negociación que suele ser más largo de lo que a menudo el emprendedor cree y desea.

7. ¿Cuánto tiempo vas a estar negociando? si estás buscando inversión es porque tu proyecto tiene dificultades económicas, ya sea para crecer, expandirse, poder atender todos los pedidos, contratar personal o tener liquidez. Cuanto más tiempo dure la negociación, mayor será tu necesidad de inversión, y por tanto, más se va a debilitar tu posición negociadora. Por ello se dice que “el tiempo corre a favor del inversor mientras dura la negociación”. Ten en cuenta que un proceso de negociación dura un mínimo de 4 a 6 meses, pero que por lo general se extiende casi a los 12 ó 18 meses, en función de la complejidad de las negociaciones, y que durante todo este proceso tendrás que contar con servicios externos como asesoría jurídica o auditoría.

8. ¿Quién más ha invertido o va a invertir? muchos emprendedores creen que lo ideal es ofrecer a un solo inversor su proyecto, convencidos de que éste no va a querer compartirlo con nadie, ya que es una “oportunidad única y maravillosa”. Sin embargo, esto no suele ser así, ya que por un lado, todos los inversores forman un único ecosistema, se conocen y suelen estar relacionados, lo que permite que en muchas ocasiones colaboren en diferentes rondas de inversión de la misma empresa; y por otro, para un inversor es muy importante que con anterioridad alguien ya haya confiado en tu empresa, un banco, una administración pública, la concesión de un premio, o la situación más óptima, que lo haya hecho otro inversor, con el que compartir el riesgo y trabajar juntos por hacerlo rentable.






7. ¿En qué se va a fijar un inversor al analizar un proyecto?

Por lo general, emprendedor e inversor buscan lo mismo: que el proyecto funcione para que una vez se ha invertido, la rentabilidad sea la mayor posible. Sin embargo, es necesario entender el proceso de **análisis de la oportunidad** que realiza el inversor, ya que te permitirá ver la razón por la que ese proceso de análisis y decisión del inversor lleva tanto tiempo, qué cosas tiene en cuenta y cuáles analiza. Si quieres tener más oportunidades para que tu proyecto obtenga finalmente la financiación que necesitas, te recomendamos estar atento a las siguientes cuestiones.

Como punto de partida a tener en cuenta, has de saber que un inversor no entra nunca en un proyecto con una participación superior al 51%, y que por tanto tendrá una posición minoritaria, ya que de lo contrario se convertiría en dueño de la empresa, algo que no desea ya que no es su negocio, ni se dedicará a tiempo completo al mismo. Si tu proyecto le ha interesado, es por ser un proyecto innovador, con un alto potencial de crecimiento y rentabilidad, en una fase muy incipiente, y por tanto, con una enorme cantidad de riesgos. Por ello, el inversor dedicará mucho tiempo a analizar bien la inversión que va a realizar, y lo hará en base a los siguientes elementos:

1. Propuesta de valor: el inversor va a fijarse en el problema que atacas con tu iniciativa, así como en la identificación que has hecho del cliente final y el valor que le aportas. Es importante no sólo la magnitud del problema que resuelves, sino también la intención de compra de tu cliente, y en comparación con las alternativas existentes, las razones por las que el cliente va a optar por tu solución. En esta fase también suelen analizar la posible obsolescencia de tu propuesta, así como los riesgos científicos y tecnológicos que presenta el sector, y que podrían afectar a la rentabilidad de tu iniciativa. Finalmente, los inversores analizan si se trata de un proyecto con un único producto, o es posible establecer un conjunto de bienes o servicios complementarios que puedan derivarse de tu propuesta inicial, y en este caso, si cuentas con un plan de futuro para sacarlos a la luz (*pipeline existente*).



2. Modelo de negocio: el inversor querrá saber si tienes bien identificado quién paga por tu producto o servicio, cómo lo paga y la razón por la que lo hace. Además le va a interesar mucho si existen conflictos de intereses comerciales con otras empresas y, principalmente, la futura escalabilidad del modelo de negocio. Tendrás que tener respuestas para todas las siguientes preguntas: ¿vas a ser tú quien produzca, distribuya, intermedie...? ¿vas a ofrecer servicios, productos, diseños..., y/o un lugar donde vender todo eso? ¿vas a estar tú solo o sois un equipo? ¿has pensado en las herramientas que necesitas? ¿has identificado el margen comercial de tu producto o servicio? ¿conoces tus costes de producción y logísticos?, ¿sabes cómo vas a crecer cuando lo hagas? ¿tendrás una fuerza de ventas propia u optarás por distribuidores e intermediarios?...

3. Mercado objetivo y competencia: al inversor le interesa el volumen estimado de clientes que pretendes conseguir, así como el volumen de negocio (en euros) que esperas alcanzar una vez tu empresa esté en marcha. También querrá saber qué tipo de competencia tienes en el mercado al que te diriges. Si verdaderamente hay una oportunidad de mercado y tu empresa es pequeña, seguramente encontrarás grandes compañías operando ya en ese mercado, implantadas o en proceso de expansión. Si es así, es importante saber caracterizar a esa competencia, según pueda ser un colaborador, competidor o incluso comprador. Así, un competidor grande podría querer comprar la empresa para quedarse con el mercado.

Por otro lado, si la competencia está constituida por pequeñas empresas como la tuya, otra startup del mismo mercado que opera en España, seguro que el inversor ya las conoce porque en algún momento buscarían inversión. En este caso, la clave es hacer ver al inversor que existe mercado para ambas, y por supuesto, cuál es tu propuesta de valor diferencial, el mercado objetivo, la fórmula comercial o ventajas competitivas sobre ese otro competidor, para que el inversor opte por tu proyecto.




4. Equipo promotor: este es un punto complejo de analizar, por las implicaciones que tiene sobre la propiedad o la gestión de la empresa, pero clave, ya que es un punto que suele ser muy analizado por los inversores. Como la mayoría de los proyectos suelen llegar al análisis de inversión en una fase muy incipiente, es el equipo que hay detrás el que permite al inversor intuir si el proyecto va a ser llevado a cabo finalmente. En realidad, se trataría de un proceso parecido a la búsqueda de empleo, en el que el inversor trata de analizar dos elementos clave. Por un lado, *si profesionalmente es el equipo adecuado*, es decir, si tiene formación académica y experiencia en el sector que sea útil para el desarrollo de la iniciativa, si tienen experiencia previa como equipo, si cubren o no las áreas más relevantes de un proyecto, si tiene capacidad de ejecución probada en otros entornos o experiencias, etc.

Por otro lado, se busca *si personalmente es el equipo adecuado*, si cuenta con un apropiado grado de cohesión entre ellos, el tipo de relación que les une y si creen en su proyecto. También es importante la motivación que cada uno tiene a nivel personal con el proyecto, si ha apostado o arriesgado algo, qué espera ganar... Finalmente, el inversor hace un seguimiento externo de las personas y del equipo, contactando con personas y proyectos donde han trabajado anteriormente, e incluso, con otros inversores que han trabajado con ese equipo. Antes de invertir su dinero, un inversor siempre pide referencias externas.

Además, un aspecto clave para un inversor es la estructura del equipo y su escalabilidad, es decir, si está preparado para acelerar el crecimiento del proyecto en cualquier momento o si necesita contratar muchos profesionales, lo que lo haría menos atractivo.

5. Eficiencia de la inversión previa en marketing y de comunicación: el inversor va a analizar la estrategia de marketing y comunicación que el proyecto ha seguido hasta la fecha y los resultados que ha obtenido. El objetivo es analizar la eficiencia de las inversiones que has realizado en esta estrategia, a fin de saber



cuál ha sido el resultado de todo lo invertido. De esa forma, el inversor puede anticipar cuál es la respuesta de tu cliente una vez que ha conocido tu proyecto, y por tanto, cuál es el resultado de cada euro invertido en hacer llegar al cliente tu propuesta de valor. Lo ideal para él es encontrar un proyecto que con poco dinero en marketing y comunicación haya conseguido unas buenas métricas, tanto en captación de nuevos usuarios como en su propia recurrencia.

Para ello el inversor va a requerir una tabla que indique qué canales de captación has utilizado, cuál ha sido la inversión y cómo se ha traducido en ventas. Esta tabla incluirá datos sobre técnicas y canales comerciales, cómo captas clientes, cuáles son tus métricas comerciales, qué canales utilizas más, si los diversificas o no, si existen dependencias en la estrategia comercial, si utilizas o has utilizado técnicas de guerrilla, así como la posibilidad de viralización del mensaje.

Además, el inversor va a analizar cuál será el planteamiento a futuro de tu empresa. Te va a pedir que al menos comentes cómo crees que se va a convertir ese dinero en rentabilidad para la empresa. Es decir, si recibes un euro de inversión para tu empresa, cómo ese euro se va a multiplicar, qué estrategias y acciones tienes que llevar a cabo para conseguirlo. Por tanto, el inversor va a pedirte un presupuesto, que desarrolles una serie de hipótesis y que muestres cuáles son los resultados esperados, contraponiéndolo con el histórico de tu proyecto hasta la fecha. El inversor esperará que haya una coherencia total entre lo que has hecho hasta la fecha y lo que quieres hacer ahora con su inversión.

Debes tener en cuenta que si los canales de marketing y comunicación de tu empresa están en crecimiento es necesario que en tu estrategia intentes prevenir una posible saturación. Por ejemplo, no puedes esperar que a través de *Facebook Ads* tengas siempre un resultado ascendente, ya que los canales de captación son limitados y pueden llegar a saturarse.




6. Análisis financiero: al inicio un inversor te va a pedir al menos el análisis del punto financiero en que estás en ese momento, así como tus previsiones. En concreto deberás aportar la cuenta de resultados o pérdidas y ganancias, los flujos de efectivo (*cashflow*) y el balance; todo ello con el mayor desglose posible, a nivel mensual, tanto histórico como proyectado. En esta fase el *cashflow* es fundamental, hasta el punto de que en el sector se suele decir que “*Cash is King*”, es decir, lo más importante es la caja. Algunas empresas mueren por problemas en la calidad del producto, por la estrategia de inserción en el mercado..., pero para muchas será la falta de liquidez lo que las ponga en riesgo. Por tanto, es muy importante que seas capaz de mostrar al inversor que tienes muy en cuenta este punto y que todo está muy medido.

En la mente del inversor existe una relación estrecha entre el emprendedor que sabe medir y analizar la información que obtiene y su éxito futuro. Tiende a pensar que los emprendedores que tienen mejores métricas, los que mejor miden todas sus acciones (número de visitas comerciales, atención de llamadas telefónicas, inversión en marketing por cliente, grado de fidelización, etc.), cuentan con más información de calidad para la dirección de la empresa y que, al final, van a ser los más exitosos. Por tanto, tal vez no sea necesario que tengas una persona especializada en análisis financiero como parte del equipo promotor, pero si esperas que el inversor apueste por tu proyecto, esa visión financiera tendrá que estar muy presente.

Por otro lado, la coherencia es un elemento clave, así como el control de ingresos y gastos. A nivel práctico, para un inversor no es tan importante que la empresa crezca a un 15% y no a un 20%, pero sí es fundamental que el equipo promotor sepa en todo momento a qué se debe que esa empresa esté creciendo esos 5 puntos menos de lo esperado.

También es relevante el análisis de márgenes y la necesidad de circulante. Muchos inversores se preocupan por el momento en que un proyecto va a



necesitar la siguiente ronda de financiación o inversión. Por ejemplo, si le estás pidiendo 400 mil euros, la clave es saber cuánto tiempo vas a tardar en gastártelo, cuándo estimas que va a ser necesaria una siguiente ronda de financiación, o qué alternativa vas a buscar si no alcanzas esa financiación extra. En este sentido, es importante contar con un análisis frecuente, mejor si es semanal, de cómo va funcionando el cashflow y cuánto tiempo le queda de viabilidad a tu empresa.

Hay que tener en cuenta que la situación financiera de una startup afecta de forma directa a su capacidad negociadora. Si estás pidiendo inversión, tu situación financiera es un elemento muy relevante, ya que no es igual que te queden 5 meses para quebrar o que te quede sólo uno. Debes considerar que los procesos de inversión son muy largos, entre 9 y 12 meses de media, hasta que el inversor decide apostar su dinero. Así, a medida que se aproxima el nivel de quiebra en caja, tu postura negociadora pierde fuerza y gana la del inversor.

En cuanto al apalancamiento, un error muy común del emprendedor es pensar que la única y mejor opción para la inversión es que entre un inversor en el proyecto, cuando realmente se trata de la opción más cara. A cambio de inversión, estás cediendo tu equity, parte de tu empresa. De hecho, un inversor también va a interesarse por si has analizado otras posibilidades de inversión; en primer lugar, si has puesto personalmente todo lo que has podido, si has acudido a la financiación bancaria y si alguien más ha confiado en ti, como una administración pública.

7. Métricas de negocio: para un proyecto que pretende buscar financiación las métricas de su negocio son clave. Sin embargo, calcularlas no es sencillo ya que están en constante cambio y son muy específicas de cada sector. Si tu proyecto se dedica a vender online, al inversor le interesará conocer cuánto te cuesta captar un cliente, cuántas visitas tienes en la web, cuál es el grado de conversión de esas visitas, cuál es la recurrencia de compra de tus clientes, etc. Todas son




métricas que interesan al inversor, ya que le proporcionan mucha información, pero sin duda, también te interesan a ti. Por ejemplo, conocer el **grado de recurrencia** es un indicador claro de la calidad de tu producto o servicio, así como de la satisfacción de los clientes que te lo compran.

El inversor también se va a fijar en la eficiencia y/o dependencia comercial que tienes. Métricas como el **CAC o coste de adquisición de clientes**, refleja lo que te cuesta conseguir un cliente nuevo. Estos datos deberían estar desglosados por cada canal, lo que indicará cuánto te cuesta captar un cliente online, uno offline, a través de visitas comerciales, etc.

Otras métricas importantes pueden ser el margen por cada venta, por cada cliente, por cada proveedor..., así como el concepto LTV o **Lifetime value**, que refleja la cantidad económica que te deja el cliente a lo largo de su vida como cliente y que suele ser una métrica muy atractiva para los inversores. De hecho, en base a la recurrencia media que tiene tu proyecto y, considerando el LTV medio, permite calcular si lo que te deja un cliente a lo largo de su vida es mayor que lo que te cuesta captarlo y, por tanto, la probabilidad de que tu proyecto reciba financiación. Tanto es así que, si el LTV (lo que te deja un cliente a lo largo de su vida) no es mayor que el CAC (coste de adquisición de un cliente), un inversor privado va a tener muy complicado invertir en tu proyecto y, por tanto, tendrás que optar por otras alternativas a la hora de buscar financiación.

8. Diferentes fórmulas en la inversión: un aspecto fundamental que has de tener en cuenta es que **el inversor no analiza la rentabilidad de tu proyecto de forma aislada**, sino la rentabilidad de su propia cartera de proyectos, de su portfolio en conjunto. Si el inversor tiene un portfolio de 10 empresas participadas, de antemano sabe que va a perder dinero en 7 u 8 de ellas, que a lo sumo recuperará en una, y por tanto, que tendrá que recuperar no sólo lo invertido en esa, sino también en todas las demás. Es por ello que un inversor necesita al menos multiplicar por diez su inversión con la empresa que funciona, y ese es el indicador que esperará de la tuya.



Por otro lado, un inversor entra en un proyecto para quedarse una serie de años. Por eso es muy importante llevar a cabo un buen **acuerdo de socios**, no sólo por la relación que puedas establecer con el inversor, sino también por otras circunstancias que puedan darse y para las que hay que estar preparados, como la entrada de nuevo capital en rondas sucesivas de inversión, la entrada de un socio estratégico, etc.

Más concretamente, hablando de las fórmulas de inversión, una opción interesante es la **inversión por tramos**, ya que evita el bloqueo de muchos emprendedores que piden rondas de inversión muy elevadas en una fase muy inicial. Para ti como emprendedor es una buena estrategia, ya que te va a permitir pedir menos inversión en las primeras rondas y vincular las siguientes al cumplimiento de una serie de hitos y objetivos. De esta manera, el inversor puede identificar a aquellos emprendedores que confían en sus proyecciones, en el éxito de su producto, y que vinculan la inversión que están pidiendo al desarrollo de una serie de fases en las que deben poner lo mejor de sí mismos. Por tu parte, a medida que la empresa crece y el producto se va asentando, te permite ir ganando liquidez y así poder acudir a futuras rondas de inversión.

Otra clave del tipo de inversión es el factor de **coinversión**. El ecosistema español de inversión privada es muy tendente a la colaboración y, de hecho, en muchas operaciones van de la mano, pues eso les permite analizar juntos la inversión y asegurar mejor la apuesta. Además, para ellos coinvertir es una fuente mayor de oportunidades; y si ya existe una relación previa se facilita la conversación y la negociación, llegando a contactos y acuerdos de mucha calidad. De hecho, si quieres llegar a un inversor concreto, lo más recomendable y efectivo es hacerlo a través de un contacto común.

Finalmente, cuando vayas a elegir un inversor, es importante que optes por aquellos que tengan más capacidad de **acompañarte en sucesivas rondas de inversión**, ya que lo lógico es que los mismos inversores que creyeron en ti en el



principio, también lo hagan ahora. De no hacerlo, dejarán al resto de inversores potenciales la sensación de estar insatisfechos con la rentabilidad del negocio o su funcionamiento, cuando en realidad se debe a que no tienen capacidad para seguir invirtiendo en rondas sucesivas, o simplemente, lo tienen así establecido en sus criterios de inversión. Por eso, al buscar al inversor ideal, analiza bien en quién han invertido anteriormente, en cuántas ocasiones han seguido acompañando en la inversión e incluso, si fuera posible, habla con alguno de los emprendedores en quienes hayan invertido para ver cómo ha sido su experiencia.





8. ¿Qué fases hay en una negociación y a qué estar atentos?

Los procesos de negociación para la entrada de capital privado en un proyecto son muy variados, en sus fases, tiempos y formas, y no es posible establecer certezas en este sentido, ya que en cada caso, cada inversor y proyecto es muy particular. Sin embargo, algo que hay que tener en cuenta es que, casi siempre ocurre mucho más lento de lo que el emprendedor desearía. De hecho, se suele decir que el *tiempo está del lado del inversor hasta que invierte*, ya que el inversor se toma su tiempo analizando la información, conociendo al proyecto y al equipo promotor. A partir de ahí, los tiempos suelen estar del lado del emprendedor.

En el siguiente apartado abordaremos de forma esquemática algunos de los elementos clave de la negociación, como fases, acuerdos de confidencialidad, carta de intenciones, etc. Para que el proceso pueda llevarse a término con éxito, es esencial que tanto el emprendedor como el inversor se comprometan a seguir las “reglas de juego” que ellos mismos van a establecer.

Antes de estudiar los documentos que se van a generar en todo el proceso de negociación, vamos a explicar en general, las **fases de la negociación** de la inversión privada. Así, aunque cada proceso es diferente, sí que podemos afirmar que suele extenderse en el tiempo y que exigirá lo mejor de ti como emprendedor, tanto en la capacidad de negociación como en la gestión emocional. De hecho, durante todo el proceso de negociación un elemento clave es que el emprendedor cuente con un **asesoramiento experto e independiente**. Así pues, ten en cuenta que necesitarás contar con un fondo suficiente para tener a tu lado un profesional durante todo el tiempo que dura el proceso, que por lo general no suele durar menos de 9 o 12 meses para la negociación y por supuesto, también para la fase de aplicación de lo acordado.

En cuanto a las fases en sí, como norma general, habrá una **fase de acercamiento**, que es el momento en que se produce un primer contacto y un primer conocimiento tanto del proyecto como del inversor. Si ambos mostráis interés, el proceso continúa con la firma de una *carta de*




intenciones, en la que tanto tú como el inversor ponéis por escrito vuestra intención de llevar adelante el proceso de negociación, venta y adquisición. También se firmará un *acuerdo de confidencialidad*, en el que se establecen las normas sobre cómo se podrán utilizar los datos a los que se tengan acceso durante el proceso de negociación, tanto de la empresa como del inversor.

A partir de ahí comenzará la **fase de estudio**, que permite analizar y valorar el proyecto, y en cuyo desarrollo el inversor te irá solicitando todo tipo de información. Al proceso de petición de información así como a los documentos que se van a ir generando, se les conoce como *due diligence*, un proceso técnico por el cual el inversor conocerá la situación actual del proyecto en el que va a invertir y que le permitirá determinar y cuantificar la veracidad de los activos y pasivos de la empresa, es decir, el conjunto de sus bienes, derechos y obligaciones. Existen muchos tipos de *due diligence* en función de quien la solicita y el tipo de información que aportan, bien sea sobre el estado de cuentas de la empresa, el equipo, el mercado..., pero todas tienen como elemento común ser un documento estratégico, que es de vital importancia para que el inversor pueda decidir si invierte o no en un proyecto.

Una vez que estos documentos hayan sido generados y entregados, se iniciará la **fase de negociación**, que permite llevar a cabo un análisis conjunto de los mismos, analizando la información del proyecto, sus puntos fuertes y débiles, las métricas, acercando posiciones respecto a la realidad de la iniciativa y al precio de venta de las acciones. Finalmente si todo es correcto y el interés se mantiene, se producirá la **fase de inversión**, que incluirá la firma del contrato de inversión, el pacto de socios y la carta de garantías.

En este momento, dependerá del tipo de inversión que hayas establecido, así como de la marcha de la empresa, el hecho de que exista o no un seguimiento más o menos cercano, que haya nuevas rondas de inversión, o incluso un exit o desinversión. A continuación vamos a analizar cada uno de estos conceptos por separado:

- 1. Acuerdo de confidencialidad:** a lo largo de todo el proceso de negociación emprendedor e inversor van a compartir una gran cantidad de



información sensible. De hecho, no será posible que el inversor pueda analizar la viabilidad de su inversión si no puede ver la totalidad de los datos de tu empresa, las métricas, así como un plan de empresa en profundidad. Conocer tus estrategias futuras, los proyectos en cartera, el enfoque de tus nuevos productos y/o servicios, le permitirán decidir si quiere acompañarte en el camino.

Sin embargo, antes de enviar toda esa información al inversor o a las personas que están apoyándole en el análisis de su inversión, has de enviar un acuerdo de confidencialidad, al que también se suele denominar DNA, las siglas en inglés de *Non-Disclosure Agreement*. Se trata de un documento que recoge el compromiso del inversor privado y de su equipo de hacer un uso discreto, confidencial y restringido de toda la información aportada. Pero en este proceso también es posible que tú como emprendedor conozcas datos acerca de la forma en que actúa el inversor y de su cartera de participadas, por lo que también tendrás que firmar este documento.

Además de este acuerdo concreto entre las partes, las redes de Business Angels suelen llegar a un acuerdo genérico con los inversores privados que están inscritos en ellas, referente a toda la información que se les facilita mientras pertenezcan a la red.

2. Carta de intenciones: una vez se ha tomado la decisión de seguir adelante con la negociación del acuerdo de inversión, es habitual firmar una carta de intenciones o compromiso, a la que también se suele denominar *Letter of Intent, Term Sheet o Engagement Letter*, que expresa las intenciones del inversor en relación con el proyecto.

Este documento es muy importante, ya que en el mismo el inversor declara su compromiso formal de continuar las negociaciones con el proyecto, a fin de llegar a un acuerdo de inversión. Además, recoge los acuerdos a los que




ya se han comprometido las partes hasta el momento, y por tanto, establece que todas las negociaciones que sigan a continuación partirán de los acuerdos establecidos en esta carta.

Se trata de un documento que marca los aspectos de partida desde los que se va a negociar el acuerdo, como el volumen de inversión a realizar, la participación que va a vender el emprendedor, la duración de la inversión, la voluntad o no de salida de la empresa, etc. Y finalmente, establece el conjunto de normas que van a regir las negociaciones que vendrán a continuación.

Este documento será más o menos complejo en función de las cláusulas que contenga, la profundidad de análisis y lo que se quiera dejar por escrito. En todo caso, es importante comentar que la carta de intenciones no es vinculante, aunque algunos de sus apartados son de obligado cumplimiento, como la cláusula de confidencialidad, la cláusula de exclusividad o cuáles serán los gastos derivados del proceso de negociación y quién los va a asumir.

3. Carta de exclusividad: una vez que entras en el proceso de negociación es posible que el inversor te invite a firmar una carta de exclusividad, en la que se establece que mientras dure la negociación no podrás poner en marcha ningún otro proceso negociador con otros inversores. Si incumples esta cláusula, no sólo terminaría ahí el proceso de inversión, sino que podrías tener que pagar una indemnización al inversor.

Esta es una forma que tiene el inversor de garantizar que, siendo el primero que inició conversaciones contigo, será también el primero en decidir si invierte o no. Por otro lado, es una manera de hacer que sus negociaciones no se vean perjudicadas por una doble negociación por tu parte que pueda alterar el precio de compra de la empresa.



4. Debida Diligencia: también conocida como *Due Diligence*, se trata de un proceso técnico por el cual, el inversor conocerá la situación actual del proyecto en el que va a invertir y que le permite determinar y cuantificar la veracidad de los activos y pasivos de la empresa, es decir, el conjunto de sus bienes, derechos y obligaciones. Gracias a esta Debida Diligencia, se equilibran las posiciones tanto del inversor como del emprendedor, puesto que en principio el inversor parte de una posición muy desfavorable en cuanto a información y conocimiento del proyecto. Es, por tanto, un proceso de auditoría que le permitirá aproximarse al valor real de la empresa.

La *Due Diligence* es un elemento muy importante para que el inversor pueda decidir si invertir o no en tu proyecto, negociar el precio de compra y establecer una serie de garantías para su inversión. Además, le permite detectar riesgos en el proyecto que seguramente tú mismo como emprendedor no conoces. De hecho, esa es la razón por la que en muchos entornos la propia *Due Diligence* es considerada como una herramienta de generación de valor, ya que suele identificar procesos ineficientes o riesgos derivados de una mala gestión..., que una vez subsanados, ayudarán a mejorar la rentabilidad de la empresa en el futuro y, por tanto su valor actual, tanto para el emprendedor como para el inversor.

De hecho, en el análisis no se tiene en cuenta sólo el estado financiero o contable de la empresa, sino que los expertos consultores que realizan este análisis o auditoría también revisan los departamentos y personas implicadas en cuanto a los ámbitos legal, comercial, industrial, medioambiental, contable y fiscal, y por supuesto, económico y financiero.

5. Contrato de inversión: el acuerdo entre las partes es el primero de los objetivos de todo proceso de inversión, aunque no el único. Este acuerdo se ha de materializar a través de la firma de un contrato de inversión, que marca la cuantía de la inversión qué recibirá a cambio el inversor, cómo va a




participar en la empresa, las condiciones en que va a realizar la inversión y el plan o calendario de actuaciones que se va a seguir a partir de entonces. De hecho, al contrato de inversión es necesario adjuntar una serie de documentos que aportan consistencia al acuerdo, entre los que tendríamos el pacto de accionistas, la carta de manifestaciones y garantías, la ejecución de los acuerdos, y finalmente, el plan de empresa.

De hecho, el contrato de inversión no sólo es el resultado de un proceso que se viene siguiendo entre el inversor y el emprendedor, sino también una guía de actuación para el futuro, ya que establece las condiciones de precio de venta de los títulos de la empresa así como las cláusulas que regirán la relación futura entre ambas partes, no sólo la entrada, sino también la cohabitación y la salida.

Cuando existe la posibilidad de salida del inversor, o incluso de alguno de los promotores de la empresa, se habrán de establecer igualmente las condiciones para ello, tanto de uno como de otro, la fórmula que permita valorar el precio de salida, las condiciones en que pueden permanecer dentro del proyecto los promotores o de la venta de participaciones a un tercero, las cuantías de la indemnización, las condiciones de no competencia de los promotores del proyecto y de entrada de otros inversores en las segundas rondas de inversión antes de la salida del primer inversor, etc.

6. Pacto de accionistas: una vez se ha decidido la entrada de inversión privada en la empresa, será necesario elaborar un documento que establece el acuerdo entre los accionistas en temas relativos al precio de compra, el gobierno y la administración de la empresa, la transmisión de participaciones y los gastos, y finalmente, el arbitraje en caso de conflicto.

En cuanto al precio de compra, la aportación de inversión privada puede realizarse de muchas maneras, aunque lo habitual es la ampliación del capital



de la empresa. En el pacto de accionistas es necesario recoger al detalle el total de los fondos que se han aportado, la parte de esta inversión que representa capital social y la que representa prima de emisión, así como el porcentaje de participación en la empresa equivalente a la inversión que se ha realizado. Por otro lado, la aportación de fondos puede hacerse de una vez o de forma gradual en función de un plan establecido, de las necesidades de la empresa o de sus resultados. Si esto es así, deberá recogerse por escrito cuál va a ser la fórmula por la que se llevarán a cabo las sucesivas aportaciones.

Finalmente, con el objetivo de motivar a los emprendedores en la consecución de los objetivos marcados y premiar la buena gestión de la empresa, algunos inversores establecen una serie de acuerdos por los que permiten al emprendedor recomprar una cantidad estipulada de participaciones de las que fueron vendidas al inversor en el momento de su entrada en la empresa.

En cuanto al gobierno y administración de la empresa, el pacto de accionistas debe establecer el tipo de control que ejercerá el inversor sobre la gestión de la empresa y, por tanto, si participará en los órganos de administración como el consejo de administración, si designará consejeros o su participación en la toma de decisiones a través de la junta de accionistas, o en la propia gestión operativa de la empresa, a través de un sistema de información, auditoría u otros mecanismos.

7. Cláusulas de protección al inversor: en la mayor parte de ocasiones, el inversor no contará con más del 50% del capital social de la empresa y esta minoría en cuanto a los derechos de voto hace que muchos firmen una serie de cláusulas que les permiten protegerse antes de llevar a cabo la inversión. Entre las medidas que se suelen tomar se encuentran la cláusula antidilución, los derechos preferentes y las cláusulas de permanencia de los promotores dentro de la empresa.

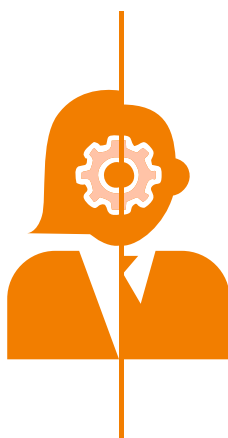


En el caso de la *cláusula antidilución*, se trata de un acuerdo que garantiza al inversor el mismo nivel de participación en la empresa en caso de que se produzcan nuevas rondas de inversión. En el caso de los *derechos preferentes*, lo que se establece es una preferencia por el inversor en el caso de ciertas operaciones societarias. Y finalmente, a fin de proteger los elementos que han propiciado la buena marcha de la empresa y que trajeron en su día la atención del inversor, se suelen establecer acuerdos relativos a la *estabilidad de los socios promotores dentro de la empresa*. En este caso, se pueden establecer tiempos mínimos de permanencia en la empresa, o acuerdos de no competencia una vez abandonada la misma, o de protección de la propiedad industrial e intelectual, mediante la cual se pretende que los socios actuales de la empresa cedan la propiedad de tales derechos a la empresa antes de salir de la misma.

Finalmente, el pacto de accionistas también ha de establecer cómo va a tener lugar la salida del inversor en un proceso conocido como *exit o desinversión* y cómo hacerlo con el máximo beneficio para él, pero también dejando a la empresa con la mayor liquidez posible, a fin de que no sufra tras la salida del inversor. Por lo general, la salida del inversor se produce por una transmisión de participaciones al resto de socios o a la propia empresa, a un tercero, o bien mediante la salida a bolsa de la empresa, algo poco habitual en España.

8. Gastos y arbitraje: en el pacto de accionistas también es necesario incluir quién se va a hacer cargo de los gastos generados a lo largo de todo el proceso, así como los mecanismos de arbitraje y resolución de conflictos entre socios, si se produjeran. En el primero de los casos, se determinará quién se encarga de los gastos que se van a producir, tales como la formalización ante notario, los impuestos de la formalización y la ejecución de contratos, así como los honorarios de asesores, abogados, auditores, y otros profesionales que intervendrán en todo el proceso de inversión.

En cuanto al arbitraje y resolución de conflictos, será necesario establecer un arbitraje en caso de que se produzca una controversia en la interpretación o cumplimiento del contrato, una situación de bloqueo en la toma de decisiones o bien en la valoración de la propia empresa. En este caso, lo habitual es acogerse a lo dispuesto en la ley.





9. Ejemplos de documentos que sirven de referencia.

A continuación te mostramos algunos ejemplos de los documentos con los que tendrás que familiarizarte en caso de iniciar un proceso de inversión privada. Se trata de modelos básicos y fáciles de entender, que no tienen como objetivo sustituir a un asesoramiento profesional que deberá ayudarte en este proceso, ya que los acuerdos de socios, pactos de accionistas y un buen documento de debida diligencia (due diligence), pueden tener decenas de páginas y cientos de cláusulas.

9.1. Modelo de pacto de socios con un business angel.

PACTO DE SOCIOS DE EMPRENDEDORES

Mérida, 20 de noviembre de 2015.

I.- LAS PARTES

Por una parte, _____, S.L., sociedad constituida de conformidad con las Leyes... (en adelante SOCIEDAD)


Por otra parte, D. D^a. (en delante **EMPREDEDORES** o PROMOTORES)

Y por otra parte, _____ (en adelante **BUSINESS ANGEL**)

II.- MANIFESTACIONES

Las partes han aceptado que el BUSINESS ANGEL realice una inversión en la SOCIEDAD a través de la asunción y desembolso de nuevas participaciones de la sociedad representativas del 45% del capital social por un importe de ____ euros más una prima de emisión de _____ euros, de modo que el total de la inversión es de 100.000 euros.

Con el fin de definir las posiciones respectivas de todos los socios de la SOCIEDAD como



consecuencia de dicha ampliación de capital, y también su organización interna, las PARTES han acordado suscribir este Contrato sujeto a las siguientes:

III.- CLÁUSULAS

Cláusula 1. Definiciones. Al efecto de este Contrato, los términos que figuran en el anexo 1 tendrán el significado que se les confiere.

Cláusula 2. Objeto del Contrato. Como consecuencia de la toma de participación de los BUSINESS ANGELS en la SOCIEDAD en los términos que se indican en la Cláusula 3, este Contrato tiene la finalidad de regular las características de la toma de participación de los BUSINESS ANGELS.

Cláusula 3. Ampliación de capital de la Sociedad. La asunción y el desembolso por parte de los BUSINESS ANGELS de las nuevas participaciones de la SOCIEDAD se efectúan en los términos del acta de la Junta General de Socios que, mediante fotocopia, se adjunta como anexo 2. Como consecuencia de la ampliación de capital y su posterior asunción y desembolso, la titularidad de las participaciones de la SOCIEDAD es la siguiente:

D.....: ____ participaciones, del número 1 al ____, ambos incluidos.

D^a.: ____ participaciones, del número ____ al ____, ambos incluidos.

D.: ____ participaciones, del número ____ al ____, ambos incluidos.

Cláusula 4. Gobierno y administración. En la Junta General de Socios (anexo 2), las PARTES han acordado nombrar un nuevo Consejo de administración y han modificado los estatutos sociales. Después de la entrada del BUSINESS ANGEL en la SOCIEDAD, el gobierno y la administración de la SOCIEDAD se adecuarán a los términos acordados en este Contrato y, en particular, a las normas siguientes:

(...) Recomendaciones: Administradores solidarios. Establecimiento de mayorías reforzadas. Derecho de veto de los socios-fundadores. Creación de Comité de Dirección y periodicidad de las reuniones. Plan de negocio y control presupuestario. Política de dividendos. Por ejemplo:




Las Partes han acordado que determinadas materias requieran necesariamente de una mayoría reforzada para ser válidamente decididas. En este sentido, la adopción de las siguientes decisiones (en adelante, "Decisiones Clave") por la Junta General o los Administradores solidarios requerirá del acuerdo de las Partes.

Los siguientes acuerdos de la Sociedad únicamente podrán ser adoptados con el voto favorable del 80% de los socios en Junta General:

- (I) la modificación de los Estatutos.*
- (II) la fusión, escisión, transformación y disolución;*
- (III) la aportación de activos;*
- (IV) La aprobación de un reparto de dividendos por encima de los umbrales establecidos en la Política de Dividendos;*
- (V) La adquisición o transmisión de acciones.*
- (VI) la aprobación de cualquier desviación, a la baja, igual o superior a un 10% de lo previsto en el respectivo Plan Estratégico. Estas desviaciones deberán ser necesariamente sometidas a la Junta General para su aprobación;*
- (VII) el nombramiento de auditores;*
- (VIII) el otorgamiento de cualquier garantía a favor de terceros, cualquiera que sea su importe en la medida en que dichas garantías no tengan relación con las Actividades;*

** Derecho de información del socio: Las partes podrán solicitar al resto de socios y a la sociedad información del desarrollo y funcionamiento de la misma, así como información financiera. La sociedad pondrá a disposición de las partes esta información trimestralmente. La información financiera que se suministrará será la siguiente: Balance, cuentas de pérdidas y ganancias, estados de tesorería, cuadros de mando, ratios y rentabilidad de proyectos.*

Cláusula 5. Consejo de Administración de la Sociedad. A día de hoy se ha celebrado una reunión del Consejo de Administración. Se adjunta como anexo 3 una copia de los acuerdos adoptados. El Consejo de Administración se reunirá como mínimo una vez al mes. Las partes convienen que será necesario el voto favorable del consejero propuesto por el BUSINESS ANGEL para que el Consejo de Administración de la Sociedad pueda adoptar acuerdos relativos a las siguientes materias: ...



Recomendaciones: Retribuciones de los emprendedores. Salario de los emprendedores. Planes de acciones para emprendedores. (Plan de Stock options)

Cláusula 6. Manifestaciones y garantías. Los PROMOTORES manifiestan y garantizan solidariamente al BUSINESS ANGEL todos y cada uno de los extremos contenidos en el anexo 4.

(En un contrato de compra venta de empresas el vendedor comunica, mediante unas cláusulas denominadas Manifestaciones y Garantías, unas circunstancias de la empresa que vende y asegura que son ciertas, así como garantiza la veracidad de las mismas).

Cláusula 7. Obligación de indemnizar.

7.1. Indemnización por parte de los PROMOTORES D..... y D. indemnizarán al BUSINESS ANGEL (o si así lo considerara oportuno el BUSINESS ANGEL de la Sociedad) respecto de cualquier daño, reclamación...

(En relación a las manifestaciones y garantías otorgadas por los Promotores-vendedores de las participaciones sociales).

7.2. Notificaciones y procedimiento.

Cláusula 8. Cesión de derechos y transmisión de participaciones de la Sociedad.

8.1. Excepto en los términos y condiciones previstos en esta cláusula, ninguna de las partes de este Contrato podrá ceder sus derechos y obligaciones que emanen de ésta.

8.2. Transcurridos cinco ejercicios desde la INVERSIÓN — después de la finalización del ejercicio del año 2016—, los socios promotores, comprarán la totalidad de las participaciones del BUSINESS ANGEL por el valor que se estipule en el párrafo siguiente si el endeudamiento de la SOCIEDAD en ese momento no supera el 50% de los fondos propios, en los términos legalmente establecidos.

El valor de la desinversión se basará en un múltiplo de tres veces el EBITDA anual medio (incrementado según los dígitos crecientes) del periodo de los cinco ejercicios



mencionados en el párrafo anterior, ajustado con el endeudamiento bancario neto anual medio — del mismo periodo que el EBITDA — de la SOCIEDAD, según las cifras mostradas en sus cuentas anuales...

Por parte del BUSINESS ANGEL se establece a favor de los SOCIOS PROMOTORES un ratchet o premio del 10% de las participaciones adquiridas, las cuales serán revendidas a los SOCIOS PROMOTORES siguiendo las proporciones de participaciones actuales, si se cumplen las siguientes circunstancias: (...)


Otros pactos: Compromiso de ampliaciones de capital con prima de emisión. Cláusula de Derecho de Arrastre (Drag-Along) Cláusula de Acompañamiento (Tag-Along).

Cláusula 9. Pacto de no competencia. Los PROMOTORES, mientras sean socios de la SOCIEDAD y durante un periodo de dos años a partir del momento en que dejen de serlo, de forma efectiva, y siempre que alguno de los SOCIOS restantes se mantenga como socio de la SOCIEDAD:

No podrán, ya sea directa o indirectamente, ser propietarios, dirigir, operar, controlar...

El Derecho español regula restrictivamente estas cláusulas en el art. 21.2 del Estatuto de los trabajadores. Exige tres requisitos para su validez. El primero es que no sea superior a dos años o a seis meses según el tipo de trabajador. El segundo es menos interesante aunque ha dado lugar a mucho conflicto judicial y es que exista una compensación económica específica y adecuada por la no competencia (no basta con prometerla, hay que pagarla durante la vigencia del contrato para que la cláusula sea ejecutable). El tercero es que la cláusula tenga una "causa" específica, esto es, que "el empresario tenga un efectivo interés industrial o comercial en ello". Es decir, que el art. 21.2 ET deroga, para este pacto, el art. 1277 CC y exige que, como en los casos norteamericanos, el empresario que incluye la cláusula en el contrato lo haga para proteger un interés de su empresa (secretos comerciales o industriales, conservación de la clientela, protección de la reputación...).

Cláusula 10. Permanencia. En el caso de que los socios actuales, _____, abandonen (salvo enfermedad grave, muerte o similar) el proyecto de la SOCIEDAD en los próximos cinco años, deberán indemnizar al BUSINESS ANGEL.



Cláusula 11. Notificaciones. Cualquier notificación o comunicación que cualquiera de las PARTES del presente Contrato tenga que dar a cualquier otra, se deberá hacer por escrito y enviado por correo urgente certificado con justificante de recepción y portes pagados a las direcciones indicadas en la cabecera de este Contrato. Cualquier notificación por fax, correo electrónico u otros medios electrónicos tendrá que ser confirmada.

Cláusula 12. Cláusulas generales.

12.1. Este Contrato, sus anexos y los acuerdos a los que se refiere específicamente constituyen todos los acuerdos cerrados hasta el día de hoy entre las PARTES que intervienen, y sustituyen y derogan expresamente todos los acuerdos y compromisos entre las PARTES.

12.2. El contenido de este Contrato, como también cualquier información o dato referentes a éste, se mantendrá con carácter confidencial y no será difundido por las PARTES salvo que:

- No se cumpla una obligación legal o una orden administrativa o judicial.
- Sirva para exigir o permitir el cumplimiento de los derechos y las obligaciones de este Contrato.

Cláusula 13. Gastos y tributos.

13.1. Los gastos de formalización ante fedatario público de este Contrato irán a cargo de la SOCIEDAD.

13.2. Los honorarios de los asesores y auditores, u otros profesionales derivados de la negociación, formalización y ejecución de este Contrato irán a cargo de la SOCIEDAD.

13.3. Los tributos que resulten de la formalización y ejecución de este Contrato irán a cargo de la PARTE que, en cada caso, determine la Ley.

Cláusula 14. Plan de Negocio. Al efecto de información para el BUSINESS ANGEL, se adjunta el Plan de Negocio, según el anexo 5 aportado por los PROMOTORES de la SOCIEDAD.



Cláusula 15. Arbitraje y jurisdicción. Para la resolución de cualquier controversia que resulte de la interpretación y/o cumplimiento de este Contrato, las PARTES se someten al Arbitraje de Derecho, de conformidad con lo que la Ley de arbitraje dispone.

Cláusula 16. Ley aplicable. Este Contrato se rige por el derecho español.

Y como prueba de conformidad, las PARTES firman este Contrato por triplicado y a un solo efecto en el lugar y la fecha anteriormente indicados. _____ en nombre propio y representación _____ en nombre propio y representación.

Diseñado por Carlos Guerrero

Abogado especialista en startups y capital riesgo

Socio de BGM&A y Fundador de Sitka Capital, fondo de inversión en startups de internet







9.2. Modelo de contenido de una Due Diligence.

1. Descripción general del negocio.

- 1.1. Descripción de las actividades.
- 1.2. Aspectos claves del funcionamiento de la empresa.
- 1.3. Localización de la actividad.
- 1.4. Autorizaciones administrativas especiales.
- 1.5. Documentación oficial a entregar:
 - ✓ Contrato de alquiler del local/locales.
 - ✓ Certificado del propietario de estar al corriente de pago.
 - ✓ Escritura de compraventa del local/locales y nota simple informativa del Registro de la Propiedad.
 - ✓ Licencia de apertura del local/locales.
 - ✓ Copia de las autorizaciones administrativas existentes.

2. Análisis mercantil.

- 2.1. Forma jurídica.
- 2.2. Organigrama.
- 2.3. División del capital social. Número y nombre de socios.
- 2.4. Administradores.
- 2.5. Apoderados.
- 2.6. Acontecimientos históricos significativos como adquisiciones y ventas.
- 2.7. Documentación oficial societaria a entregar:
 - ✓ Copia simple de escrituras de constitución y nota simple de su inscripción en el Registro Mercantil, o contrato privado entre partes.
 - ✓ Estatutos actualizados.
 - ✓ Acuerdos internos.
 - ✓ Libro de socios.
 - ✓ Nota simple del Registro Mercantil de las inscripciones de la Sociedad.
 - ✓ Copia del Libro de Actas de la Junta y de otros órganos.



3. Análisis del negocio.

3.1. Ingresos:

- ✓ Análisis de ventas por productos/ramas de actividad.
- ✓ Estacionalidad de los ingresos.
- ✓ Descripción de las distintas ramas de actividad.

3.2. Clientes y deudores:

- ✓ Principales clientes y acuerdos contractuales.
- ✓ Condiciones de cobro: forma y plazo.
- ✓ Antigüedad de los mismos.
- ✓ % Exportación: a países comunitarios y/o a terceros países.
- ✓ Relación de clientes con importes de deudas pendientes de cobro, antigüedad de la deuda, intereses pactados.
- ✓ Relación de impagados actuales (ratio de morosidad de los últimos cinco años).

3.3. Proveedores, acreedores y existencias:

- ✓ Principales proveedores, contratos de compra/exclusividad, etc. existentes.
- ✓ Determinación de la posibilidad de pervivencia de dichas condiciones.
- ✓ Condiciones de pago: forma y plazo.
- ✓ Antigüedad de los mismos.
- ✓ % Importación: de países comunitarios y/o de terceros países.
- ✓ Principales componentes de los costes operativos: materias primas, gastos generales, etc.
- ✓ Descripción e importe de las existencias a la fecha de realización del estudio.
- ✓ Criterio de valoración de las existencias.
- ✓ Si se trata de una empresa industrial con proceso de fabricación o transformación: % de fabricación de los productos en el momento de realización del estudio.
- ✓ Relación de deudas con proveedores indicando: documento en el que se concreta la deuda, fecha en la que se contrajo, importe inicial de la deuda e importe pendiente de devolución, plazos de pago e intereses, avales y garantías existentes.



- ✓ Contratos de seguro para las existencias.

3.4. Documentación oficial a entregar:

- ✓ Copia de los contratos existentes con proveedores.
- ✓ Copia de los contratos existentes con clientes.
- ✓ Copia de las facturas de compra de las últimas existencias.
- ✓ Copia de las pólizas de seguro de las existencias.
- ✓ A fin de confirmar los importes pendientes de cobro y de pago se enviará una carta a proveedores, clientes, deudores y acreedores, en la que nos comuniquen cuál es la deuda viva, antigüedad de la deuda y el total de las operaciones en los últimos cinco años.

4. Análisis mercantil.

- 4.1. Evolución histórica de la cuenta de resultados.
- 4.2. Resultados de los últimos 5 años y aplicación del mismo.
- 4.3. Estructura del balance de situación.
- 4.4. Tipos de activos y su localización.
- 4.5. Criterios de valoración y amortización.
- 4.6. Movimiento de los fondos propios.

5. Bancos.

- 5.1. Operaciones de crédito.
- 5.2. Préstamos.
- 5.3. Avaes.
- 5.4. Leasing, indicando en todas las deudas, el documento en el que se concreta, fecha del contrato, importe inicial de la deuda, importe pendiente de devolución y condiciones (plazos e intereses).
- 5.5. Número de Bancos y/o Cajas de Ahorro operativos, indicando, la antigüedad de las mismas o fecha de apertura, el índice bancario de confianza y si es transmisible o no.
- 5.6. Documentación oficial a entregar:
 - ✓ Balances y Cuentas de resultados de los últimos cinco años.
 - ✓ Certificado de Depósito en el Registro Mercantil de las cuentas de los últimos cinco años.

- ✓ Libros de ingresos y gastos de los últimos cinco años (o Diario).
- ✓ Balances de sumas y saldos de los últimos cinco años.
- ✓ Copia de las pólizas de préstamo y/o crédito existentes.
- ✓ Copia de los contratos de leasing existentes.
- ✓ Copia de los avales existentes.

6. Análisis jurídico laboral y de la Seguridad Social.

6.1. Análisis de la plantilla de los trabajadores:

- ✓ Número de empleados. Incluir si el/los socios trabajan en la empresa.
- ✓ Media de edad.
- ✓ Coste por cada uno de ellos.
- ✓ Condiciones contractuales generales e individuales, incluidos los tipos y fechas de contrato.
- ✓ Convenio colectivo y/o régimen interior (acuerdos internos de mejoras del convenio, incluida la fecha de los acuerdos).
- ✓ Calendario laboral. Vacaciones. Horas extraordinarias.
- ✓ Jornada, horario y descansos semanales correspondientes a cada trabajador.
- ✓ Beneficios sociales y prestaciones asistenciales.
- ✓ Cuestiones contenciosas en el área laboral o de Seguridad Social.
- ✓ Representantes de los trabajadores. Sindicación.
- ✓ Permanencia de los trabajadores.
- ✓ Detallar si algún empleado tiene un puesto técnico difícilmente sustituible.

6.2. Seguros contratados para los socios y trabajadores de la compañía.

6.3. Inspecciones laborales históricas.

6.4. Seguridad y salud en el trabajo: cumplimiento de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

6.5. Documentación oficial a entregar:

- ✓ Copia de los contratos laborales con los trabajadores.
- ✓ Copia de las nóminas de los trabajadores de los últimos 6 meses



firmadas por la empresa y por cada uno de ellos.

- ✓ Copia de los TC2 de los últimos seis meses.
- ✓ Certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social de estar al corriente de pagos y del cumplimiento de sus obligaciones.
- ✓ Copia del Plan de prevención de riesgos laborales.
- ✓ Copia de las pólizas de seguro de los socios y trabajadores.
- ✓ Libro de visitas.

7. Análisis fiscal.

7.1. Revisión del Impuesto sobre Valor Añadido (IVA).

7.2. Revisión del Impuesto sobre Sociedades/Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IS/IRPF).

7.3. Revisión del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE).

7.4. Inspecciones fiscales históricas.

7.5. Concordancia de la contabilidad con las declaraciones fiscales de la compañía.

7.6. Resumen de contingencias fiscales.

7.7. Documentación oficial a entregar:

- ✓ Alta en el IAE/Licencia Fiscal.
- ✓ Libros de IVA e IRPF de los últimos 5 años.
- ✓ Declaraciones de IS, IRPF e IVA (FR2 y F69) de los últimos 5 años.
- ✓ Impreso declarativo de operaciones con terceros (F50) de los últimos 5 años.
- ✓ Certificado de Hacienda Regional y Administración General del Estado de estar al corriente de pago y del cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- ✓ Resolución de las inspecciones fiscales.

8. Análisis comercial.

8.1. Análisis del entorno:

- ✓ Estimación de la cuantía de las inversiones necesarias para la instalación de una empresa del mismo tipo que la suya y en las cercanías de la misma.

- ✓ Existencia de controles gubernamentales o municipales que faciliten o impidan la entrada de nuevos competidores.

8.2. Análisis de la competencia:

- ✓ Existencia de negocios cercanos que desarrollen la misma actividad, o si venden productos similares.
- ✓ Conocimientos de próximas aperturas de negocios similares.
- ✓ Tipo y tamaño de los competidores.

9. Otros aspectos.

9.1. Subvenciones percibidas. Obligaciones que conllevan dichas subvenciones.

9.2. Propiedad intelectual e industrial.

9.3. Dominios.

9.4. Marcas y nombres comerciales. Renovaciones.

9.5. Implantación de normas de calidad.

9.6. Impacto medioambiental:

- ✓ Tratamiento de los vertidos, residuos, contaminación, nivel de reciclaje...
- ✓ Cumplimiento de la Ley de Medioambiente. Sanciones impuestas.

9.7. Herramientas de innovación de la empresa: acciones emprendidas, uso de las TIC.

9.8. Documentación oficial a entregar:

- ✓ Copia de las resoluciones de concesión de las subvenciones percibidas.
- ✓ Copia de las inscripciones en el Registro de la Propiedad Intelectual y en el de Patentes y Marcas.
- ✓ Copia de los certificados de calidad.
- ✓ Copia de los certificados de cumplimiento de la Ley Medioambiental.

Fuente: Diseñado por la Cámara de Comercio de Sevilla



9.3. Acuerdo de confidencialidad.

ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD Y NO DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN.

Mérida, 20 de noviembre de 2015.

I.- LAS PARTES

De un lado, _____ (nombre y apellidos del DIVULGANTE), en su propio nombre y derecho / en nombre y representación de _____ (nombre de la sociedad o del sitio web), con domicilio a efectos del presente Acuerdo en _____ (calle, número, planta, letra; en principio, el domicilio social o de la sede principal del negocio) de _____ (ciudad y código postal), en adelante “EL DIVULGANTE”.

Y de otro, _____ (nombre y apellidos del posible inversor), en su propio nombre y derecho / en nombre y representación de _____ (nombre de la sociedad), con domicilio a efectos del presente Acuerdo en _____ (calle, número, planta, letra) de _____ (ciudad y código postal), en adelante “EL INVERSOR”.

Ambas partes se reconocen recíprocamente con capacidad para obligarse y, al efecto, suscriben el presente Acuerdo de Confidencialidad y de No Divulgación de Información en base a las siguientes **ESTIPULACIONES**:

PRIMERA.- Objeto. El presente Acuerdo se refiere a la información que EL DIVULGANTE proporcione al INVERSOR, ya sea de forma oral, gráfica o escrita y, en estos dos últimos casos, ya esté contenida en el “Plan de Negocios” o en cualquier otro tipo de documento, con ocasión de las negociaciones que se están desarrollando/que se van a desarrollar a fin de _____.

SEGUNDA.-

1. EL INVERSOR únicamente utilizará la información facilitada por EL DIVULGANTE para el fin mencionado en la Estipulación anterior, comprometiéndose EL INVERSOR a mantener la más




estricta confidencialidad respecto de dicha información, advirtiendo de dicho deber de confidencialidad y secreto a sus empleados, asociados y a cualquier persona que, por su relación con EL INVERSOR, deba tener acceso a dicha información para el correcto cumplimiento de las obligaciones del INVERSOR para con EL DIVULGANTE.

2. EL INVERSOR o las personas mencionadas en el párrafo anterior no podrán reproducir, modificar, hacer pública o divulgar a terceros la información objeto del presente Acuerdo, sin previa autorización escrita y expresa del DIVULGANTE.

3. De igual forma, EL INVERSOR adoptará respecto de la información objeto de este Acuerdo las mismas medidas de seguridad que adoptaría normalmente respecto a la información confidencial de su propia Empresa, evitando en la medida de lo posible su pérdida, robo o sustracción.

TERCERA.- Sin perjuicio de lo estipulado en el presente Acuerdo, ambas partes aceptan que la obligación de confidencialidad no se aplicará en los siguientes casos:

- a) Cuando la información se encontrara en el dominio público en el momento de su suministro al INVERSOR o, una vez suministrada la información, ésta acceda al dominio público sin infracción de ninguna de las Estipulaciones del presente Acuerdo.
- b) Cuando la información ya estuviera en el conocimiento del INVERSOR con anterioridad a la firma del presente Acuerdo y sin obligación de guardar confidencialidad.
- c) Cuando la legislación vigente o un mandato judicial exija su divulgación. En ese caso, EL INVERSOR notificará al DIVULGANTE tal eventualidad y hará todo lo posible por garantizar que se dé un tratamiento confidencial a la información.
- d) En caso de que EL INVERSOR pueda probar que la información fue desarrollada o recibida legítimamente de terceros, de forma totalmente independiente a su relación con EL DIVULGANTE.



CUARTA.- Los derechos de propiedad intelectual de la información objeto de este Acuerdo pertenecen al DIVULGANTE, y el hecho de revelarla al INVERSOR para el fin mencionado en la Estipulación Primera no cambiará tal situación.

En caso de que la información resulte revelada, divulgada o utilizada por EL INVERSOR de cualquier forma distinta al objeto de este Acuerdo, ya sea de forma dolosa o por mera negligencia, habrá de indemnizar al DIVULGANTE los daños y perjuicios ocasionados, sin perjuicio de las acciones civiles o penales que puedan corresponder a este último (si se quiere, se puede fijar aquí mismo una cantidad determinada como indemnización).

QUINTA.- Las partes se obligan a devolver cualquier documentación o antecedente facilitados en cualquier tipo de soporte y, en su caso, las copias obtenidas de los mismos, que constituyan información amparada por el deber de confidencialidad objeto del presente Acuerdo, en el supuesto de que cese la relación entre las partes por cualquier motivo.

SEXTA.- El presente Acuerdo entrará en vigor en el momento de la firma del mismo por ambas partes, extendiéndose su vigencia hasta un plazo de _____ después de finalizada la relación entre las partes o, en su caso, la prestación del servicio.

SÉPTIMA.- En caso de cualquier conflicto o discrepancia que pueda surgir en relación con la interpretación y/o cumplimiento del presente Acuerdo, las partes se someten expresamente a los Juzgados y Tribunales de _____, con renuncia a su fuero propio, aplicándose la legislación _____ (del país donde estén situados los Juzgados y Tribunales indicados) vigente.

Y en señal de expresa conformidad y aceptación de los términos recogidos en el presente Acuerdo, lo firman en todas sus páginas las partes, por duplicado ejemplar y a un solo efecto en el lugar y fecha al comienzo indicados.

Fuente: Diseñado por Bufete Calzada



10. Un ejemplo de inversión privada para una empresa


Miguel Romero es un ingeniero industrial que estudió en Mérida, y que como parte de su proyecto de fin de grado, desarrolló una serie de estructuras metálicas que permitirían cubrir piscinas de forma ágil, rápida y con poco coste. El proyecto, que obtuvo muy buena nota en la Universidad, captó la atención de los profesores que le animaron a basar en él el desarrollo de una empresa con la que poder comercializar el sistema.

Miguel pensó que podría ser una buena opción, sin embargo, era consciente de que pese a ser un buen estudiante de ingeniería, carecía de conocimientos en desarrollo de proyectos y en gestión empresarial. Por ello, aceptó la invitación a participar en una aceleradora de proyectos que había en la Universidad, que le permitió adquirir conocimientos sobre cómo construir un proyecto empresarial a partir de una idea, y qué necesitaba para empezar a comercializar un producto. El desarrollo de esta simulación empresarial le permitió sentirse más seguro, por lo que decidió de forma definitiva empezar a construir su proyecto empresarial.

Acudió al Punto de Acompañamiento Empresarial, donde le explicaron cómo funcionaba el ecosistema de emprendimiento en la región y cuáles eran los primeros pasos que tenía que dar: iniciar el proceso para proteger su invención mediante una patente, darse de alta y empezar a desarrollar su proyecto empresarial.

Tras ello contactó con José Manuel, un amigo del barrio que ya tenía experiencia como emprendedor, poniendo en marcha su propia empresa de materiales de construcción. Junto a este amigo constituyó la empresa, aportando ambos la mitad de los 3.000 euros que necesitaban para el capital social.

Ese primer capital casi se agotó una vez que desarrollaron sus primeras herramientas para la venta: una web sencilla, una maqueta y un audiovisual de cómo funciona el sistema, unas tarjetas de visita y un dossier profesional. Además, montaron uno de sus sistemas en una



piscina de un familiar, que les sirvió como banco de pruebas, y les permitió pasar de la teoría a la práctica. Aprendieron mucho, pero ahora tenían que incrementar su capital si querían salir a vender y tener los recursos necesarios para empezar a fabricar para sus clientes. Lo hicieron a partir de sus ahorros y con la ayuda de sus padres, en el caso de Miguel que aportó 10.000 euros, y con el apoyo de un tío en el caso de José Manuel, que aportó otros 10.000 euros. Además, el dueño de la empresa de estructuras en la que habían fabricado el primer prototipo, Antonio, también se interesó por entrar en el accionariado, aportando una cantidad económica, y tomando un porcentaje de la empresa. Propuso entrar con 15.000 euros y tomar el 15% de la empresa, algo que a todos les pareció oportuno. A Miguel y José Manuel, la entrada de Antonio les aportaría algo más que dinero; podrían contar con un socio con experiencia en un sector parecido al suyo, pero sobre todo, un lugar en el que fabricar sus productos, un entorno industrial con conocimientos de los que ellos no disponían.

Esos 35.000 euros les permitieron iniciar el proceso de expansión comercial del proyecto, incorporando comerciales para la venta de sus productos a cambio de una comisión, e iniciando los procesos para evolucionar el proyecto, a medida que tomaban contacto con sus clientes potenciales. Fruto de ese esfuerzo en comercialización surgieron cosas muy positivas y otras que requerían la respuesta a ciertos retos inminentes.

Por un lado, recibieron un gran número de pedidos del sistema actual, lo cual era una buena noticia, pero que excedían su capacidad de producción. El mensaje era claro: el sistema funcionaba desde el punto de vista comercial, pero ese éxito requería de nuevas inversiones para poder responder a sus clientes, y hacerlo en un corto plazo, ya que corrían el riesgo de perderlos.


Los tres socios iniciaron entonces el proceso de búsqueda de financiación, empezando por la más habitual, la bancaria, pero no encontraron una respuesta adecuada. En el proceso de búsqueda también contactaron con un distribuidor de piscinas que se interesó por el sistema, puesto que podría ampliar el producto y servicio que ofrecía a sus clientes. Esta parecía ser la fórmula más interesante: obtendrían la financiación y al mismo tiempo la entrada en un mercado mucho mayor. Esta empresa actuaría con la figura de socio industrial, que aportaría financiación a cambio de una participación no mayoritaria en la empresa.



Iniciaron las conversaciones para la inversión firmando un acuerdo de confidencialidad y una carta de intenciones. En este proceso de conocimiento mutuo, los tres socios tuvieron que preparar toda una batería de informes que mostraban cómo estaba su empresa desde el punto de la innovación, la propiedad de la patente, su capacidad de producción, así como mostrar su cartera de clientes. El socio industrial inició sus indagaciones sobre el sector, la competencia, rentabilidad del proyecto, e incluso llamó a algunos de los clientes para preguntar sobre su experiencia, tanto con la empresa como con el producto. Se tomó su tiempo, provocando que desde el punto de vista financiero la empresa pasara ciertos apuros económicos, con lo que mejoró su posición en la negociación.

Finalmente ofreció 250.000 euros para la mejora de la planta de fabricación, asumiendo la venta y distribución del producto, a cambio de un 45% de una nueva empresa basada en la patente, conservando los tres emprendedores el 55% de la empresa, a repartir entre los tres en la misma medida en que eran propietarios de la empresa anterior. Además, una parte de ese dinero debía destinarse a I+D+i para el desarrollo de nuevos productos dentro del mismo sector.

La negociación que vino después sirvió para aclarar aspectos como los hitos del plan de inversión, las cláusulas de entrada y salida del inversor, el gobierno de la misma en base a qué decisiones debían contar con unanimidad en el consejo de administración, las cláusulas de arrastre ante futuras incorporaciones de socios y las opciones de recompra de acciones. Finalmente, los emprendedores decidieron apostar por la entrada de este socio industrial, puesto que además tomaron conciencia de que sin la entrada de capital no podrían seguir adelante con el proyecto y responder a la demanda de clientes que ya esperaban sus productos.



A partir de ahí, constituyeron la nueva sociedad e iniciaron una nueva etapa en su proyecto, cumpliendo punto por punto el plan de acción al que estaba vinculado el plan de inversión del nuevo socio. En resumen, éste es el histórico de inversiones de esta empresa:

| Forma de financiación | Tipo de financiación | Uso de financiación | Cuantía |
|--------------------------------|----------------------|------------------------------|-----------|
| Aportación propia | Fondos propios | Constituir la sociedad | 3.000 € |
| Aportación propia | 3F | Plan expansión comercial | 20.000 € |
| Inversión contra participación | Business Angel | Plan expansión comercial | 15.000 € |
| Inversión contra participación | Socio Industrial | Ampliar capacidad productiva | 250.000 € |



11. Enlaces y herramientas de interés.

Si estás buscando la mejor fórmula para financiar tu proyecto, te ofrecemos una plataforma que te facilitará el acceso a la financiación. La **Plataforma Conecta Financiación** te ayudará a encontrar la vía para financiar tu proyecto empresarial, mejorando así tu competitividad y posibilidades de crecimiento.

Puedes acceder a la plataforma aquí:

<http://extremaduraempresarial.es/conectafinanciación>

Además puedes obtener información y apoyo relevante en la búsqueda de financiación en los siguientes recursos:

RECURSOS PARA EMPEZAR COMO EMPRENDEDOR

Strategyzer. Diseña tu modelo de negocio. Web de la empresa de Alex Osterwalter, con recursos y app para dirigir el proceso de modelo de negocio.

<http://strategyzer.com/app#how-it-works>

Crea tu empresa paso a paso. Elección de la forma jurídica. Información clave para elegir la fórmula jurídica más interesante para tu proyecto empresarial.

<http://www.creatuempresa.org/es-ES/PasoApaso/Paginas/FormasJuridicas.aspx>


Ventanilla única en la UE. Descubre los tipos de contratos. Web de referencia para conocer los principales tipos de contrato que existen.

<http://eugo.es/portalEugo/verContratosSepe.htm>

RECURSOS PARA HACER UN ESTUDIO DE MERCADO

Google Consumer Barometer. Barómetro de mercado. Investigación de mercados en e-commerce que facilita datos sobre el comportamiento de los consumidores en internet.

<https://www.consumerbarometer.com/en?startupstash>



Google Trends. Tendencias de mercado. Conoce cuáles son las tendencias de búsquedas. ¿Están siendo los productos que vas a ofrecer o estás ofreciendo los más buscados a lo largo de los años?

<https://www.google.es/trends/>

E Informa. Información financiera de empresas. Localiza información financiera de cualquier empresa y analiza en profundidad los detalles de la competencia.

<https://www.einforma.com/>

Similar web. Analiza la web de tus competidores. Para saber más sobre ellos e identificar posibles oportunidades de crecimiento.

<https://www.similarweb.com/>

RECURSOS PARA TU PLAN DE VENTAS Y MARKETING

Hootsuite. Gestor de redes sociales. Gestiona hasta tres redes sociales desde un mismo panel de control. Permite la programación de publicaciones y obtención de informes analíticos.

www.hootsuite.com/es/

Ubicual. Gestor de campañas de marketing móvil digital unificado. Conecta con tus clientes a través de distintos canales: SMS, Email, landing pages y cupones digitales.

<http://ubicual.com>

Agile CRM. Gestión de ventas y seguimiento de clientes. CRM de última generación, muy visual, que permite parametrizar y gestionar los procesos de venta, leads, conversión, etc.

<http://agilecrm.com>



RECURSOS PARA OBTENER FINANCIACIÓN PÚBLICA

Extremadura Avante. Instrumentos para acompañar financieramente la actividad empresarial en la región. Dispone de diversas líneas de financiación que se adecúan a las especificidades de cada proyecto.

<http://www.extremaduraavante.es/financiacion/>

Ayudas y subvenciones. Guía dinámica de ayudas e incentivos para la creación de empresas. Permanentemente actualizada contiene información sobre ayudas con plazo de solicitud abierto convocadas por organismos públicos.

<http://portal.circe.es/es-Es/emprendedor/CrearEmpresa/Financiacion/Paginas/GuiaDinamicaCreacionEmpresas.aspx>

Instituto de Crédito Oficial. ICO. Catálogo de productos destinados a financiar los proyectos de inversión en España y las necesidades de liquidez de autónomos y empresas.

<http://www.ico.es/web/ico/home>

Empresa Nacional de Innovación. ENISA. Promueve la financiación de proyectos empresariales viables e innovadores de la pyme española.

<http://www.enisa.es/es/financiacion>

RECURSOS PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Slack. Gestor de equipos. Gestionar la información y flujos de comunicación de los equipos de trabajo (en muchas ocasiones distribuidos).

<https://slack.com>

Trello. Gestor de proyectos. Gestor visual sencillo de proyectos basado en la lógica Scrum.

<https://trello.com>

Cuentica. Gestor de negocio. Software de gestión online para tu empresa.

<https://www.cuentica.com>






11. Diccionario para la inversión privada.

A continuación queremos mostrarte algunos términos que suelen utilizarse en el ámbito de la inversión privada y que proceden del mundo de las empresas. Habitualmente son términos en inglés, pero te recomendamos que los conozcas y manejes perfectamente si quieres hacer una buena presentación de tu proyecto empresarial, y tener una comunicación más fluida con los inversores privados.

Éstos son solo algunos de ellos, aunque probablemente irán cambiando según modas y avances, por lo que te invitamos a que te mantengas siempre actualizado, leyendo y consultando blogs e información relacionada con la inversión. Si no te sientes cómodo, no se trata de que los incorpores obligatoriamente a tu relato de venta, pero sí al menos que los conozcas, pues es muy habitual que sean utilizados por el inversor.


- ✓ **Aceleradora:** programa u organización, público o privado, que apoya a las startups a iniciar su actividad, y en ocasiones a buscar inversión. Suelen tener convocatorias abiertas que se cierran para trabajar con un grupo de proyectos de forma intensiva, mediante formación y mentorización, y posteriormente llevar a cabo acciones de búsqueda de capital.
- ✓ **Activos:** son los bienes y derechos que posee una empresa, y cuyo valor se puede cuantificar. Aunque muchos emprendedores piensen lo contrario, las ideas, propuesta de valor o modelo de negocio, al ser difícilmente cuantificables, no se consideran por parte del inversor como un activo.
- ✓ **Agile:** es una metodología de desarrollo de software cuyo objetivo es optimizar los recursos dedicados a un proyecto y acelerar al máximo su finalización.

- 
- ✓ **B2B (Business to Business):** son empresas que se dedican a ofrecer y vender productos y/o servicios a otras empresas, y no a particulares o usuarios finales.
 - ✓ **B2C (Business to Customers):** el B2C incluye a las empresas que se dedican a vender productos y/o servicios a consumidores particulares.
 - ✓ **Big Data:** rama de la informática encargada de gestionar y analizar grandes cantidades de datos en tiempo real.
 - ✓ **Break even:** se le conoce también como punto muerto, punto de equilibrio o umbral de rentabilidad, y se trata del punto o el momento en el que los gastos de tu empresa se igualan a los ingresos. Si empezaste perdiendo dinero a causa de una inversión, el break even marca el momento en el que tus ingresos alcanzan a los gastos, y tu empresa inicia el camino de la rentabilidad.
 - ✓ **Board of directors:** se trata de la Junta Directiva clásica, que en el ámbito de las startups supervisa la actividad de la empresa que va a recibir inversión, e interviene en las decisiones estratégicas de la misma.
 - ✓ **Bootstrapping:** este concepto se utiliza cuando se emprende con muy pocos recursos, sin grandes inversiones de capital.
 - ✓ **Bridge loan:** préstamo provisional para ir comenzando mientras se consigue el grueso de la financiación.
 - ✓ **Business Angel:** persona que invierte en una startup aportando dinero, experiencia empresarial y contactos, que ayudarán al crecimiento de la empresa. El business angel es un inversor profesional que te da una cantidad de dinero que puede oscilar entre los 20.000 y 100.000 euros, pero que




además se implica en tu empresa y en su desarrollo, facilitándote contactos o llevándote a lugares interesantes. De un modo u otro, es un “compañero de viaje”. Se sitúa por encima de las 3F's y el seed capital, y por debajo de venture capital, private equity o family offices.

- ✓ **Canvas:** es una tipología de plan de negocio resumido y simplificado, en el que se explica el negocio y las estrategias de una startup de forma sencilla y fácil de entender.
- ✓ **Coworking:** los centros de coworking son espacios físicos abiertos en los que varios emprendedores, cuyas startups no tienen por qué tener nada en común, comparten espacio de trabajo. No sólo te ayudará a reducir tu presupuesto para oficina, sino que, además conocerás a muchos otros emprendedores que pueden ayudarte con el desarrollo de tu empresa, el establecimiento de contactos y sinergias profesionales.
- ✓ **Crowdfunding:** fórmula de financiación de proyectos en modo mancomunado y mediante una oferta pública, que se suele hacer a través de sitios de internet creados para este fin. Normalmente existen recompensas en función de la cantidad económica que se aporta al proyecto.
- ✓ **Crowdsourcing:** se trata de la externalización de un proyecto para que sea desarrollado de forma conjunta por una comunidad de personas o entidades. Por lo general se hace mediante una convocatoria abierta, y la comunidad realiza aportaciones desde su ámbito de especialidad a ese proyecto. Es muy habitual en el desarrollo de software libre.
- ✓ **Early stage:** sería la segunda de las cinco fases de desarrollo de una compañía. Una vez constituida, la early stage es la fase en la que tu empresa echa a andar, lanza su producto, evalúa su modelo de negocio, observa la repercusión... Se trata de una fase aún muy inicial.

- 
- ✓ **Elevator Pitch:** presentar una idea de negocio en un breve espacio de tiempo, digamos que en “lo que dura un viaje en ascensor”. Es muy recomendable trabajar esta técnica, porque es posible que tu potencial cliente o inversor sólo te conceda esos segundos.
 - ✓ **Exit:** la quinta y última fase de una empresa en crecimiento. Ya has demostrado que eres una empresa rentable y tu negocio no para de crecer, por lo que si esto ocurre tal vez alguien decida aportar el dinero de su bolsillo, te compre la empresa, y acabes vendiendo tus participaciones. O bien, es el momento en que un inversor que apostó por ti, ha logrado desinvertir, obteniendo con ello el beneficio pactado. “Hacer un exit” es vender las participaciones y, a ser posible, ganar dinero con la venta.
 - ✓ **Expansion stage:** la cuarta de las cinco fases de una empresa ¿Tu startup ya ha demostrado ser un referente en tu país? Ha llegado el momento de expandirte a otros países o exportar tu modelo a otros sectores. Para ello, por lo general, tendrás que hacer una ronda de financiación medianamente grande.
 - ✓ **Family, Friends & Fools (3 F's):** cuando la primera ronda de financiación se consigue gracias a familiares y amigos. Algo que no está exento de riesgos, ya que frente a las personas a las que aprecias, el riesgo emocional de fracasar es mayor.
 - ✓ **Family offices:** se trata de fondos que ayudan a grandes familias adineradas a gestionar e invertir su patrimonio. Frente a los inversores conocidos por todos, los family offices mantienen un perfil mucho más discreto, pero con un movimiento de dinero mucho mayor. Tradicionalmente se han mantenido en sectores como el inmobiliario, pero cada vez se acercan más a las empresas innovadoras y de internet.




- ✓ **Failure:** este término se refiere a un error, pero en este contexto hace referencia al hecho de que tu empresa no haya salido adelante y tenga que cerrar. En los entornos empresariales es muy frecuente hablar sobre los errores, pero no para penalizarlos, sino para analizar qué provecho y aprendizaje se puede sacar de ellos.
- ✓ **Fundraising:** conseguir capital gracias a donaciones o aportaciones de terceros.
- ✓ **Growth stage:** es la tercera de las cinco fases de una compañía. Se refiere al momento en que tu compañía ya parece haber demostrado una viabilidad y se ha hecho con un hueco en el mercado. Es entonces el momento de crecer: haz una ronda de financiación para aumentar tu equipo, invertir más en publicidad, aumentar tus ventas, etc.
- ✓ **IPO (Initial Public Offering) - Oferta Pública de Venta:** cuando una startup sale a bolsa vendiendo sus acciones públicamente. En ese momento deja de ser una startup.
- ✓ **Lead investor - Inversor Líder:** es el inversor que pone más dinero en una ronda de financiación de una startup.
- ✓ **Lean Startup:** se trata de una startup que sale al mercado rápidamente y con un producto o servicio básico, para probar si la idea funciona o no. El término se refiere a un modo de emprender según el cual lo que importa no es el lanzamiento de un producto final, sino llevar a cabo una serie de experimentos de prueba y error para testear al mercado y poder ir haciendo cambios. Lo bueno de este método es que es muy rápido y barato, y te permitirá ir ajustando tu producto o servicio a lo que el mercado vaya demandando.

- 
- ✓ **Mentoring:** cuando una persona experta (mentor) ayuda y enseña a un emprendedor a lanzar su proyecto.
 - ✓ **NDA - Non-Disclosure Agreement:** contrato de confidencialidad entre dos partes, que protege la información que se maneja durante un posible acuerdo.
 - ✓ **Networking:** acto de ampliar la red de contactos mediante asistencia a reuniones, eventos o similar para generar nuevas oportunidades de negocio.
 - ✓ **Outsourcing - Externalizar:** subcontratar un servicio a otra empresa o entidad (como un freelance) en lugar de hacerlo con recursos propios.
 - ✓ **Pivoting:** cambiar la estrategia de la empresa para adaptarse a los cambios en la demanda del mercado.
 - ✓ **Private equity:** es uno de los escalones más altos del capital riesgo, compuesto por grandes fondos de inversión que invierten en una empresa con alto potencial o incluso la compran. Las operaciones de private equity nunca suelen estar por debajo del millón de euros, y suelen ser para empresas que están totalmente consolidadas, facturando varios millones de euros al año y que, por ejemplo, quieren optar por la internacionalización.
 - ✓ **Producto Mínimo Viable (PMV):** en línea con la metodología lean startup, es esa versión beta que sacas de tu producto. En vez de trabajar durante años en el desarrollo de un producto, el PMV te permitirá sacar algo cuanto antes para que tu mercado lo valore, te aporte feedback y veas si tienes que hacer algún tipo de cambio antes de seguir adelante.
 - ✓ **Proof of concept - Prueba de concepto:** demostración de que el proyecto se puede llevar a cabo. Suele ser un prototipo funcional que se asemeje lo más posible a la versión definitiva.



- ✓ **ROI (Return of Investment) - Retorno de Inversión:** cantidad de dinero que el inversor gana después de vender su participación. Toda empresa busca comprar barato y vender caro, obteniendo así un ROI lo más alto posible.
- ✓ **Ronda de financiación:** es lo que llevas a cabo cuando decides que tu empresa, al margen de que aún sea rentable o no, necesita un empujón financiero. Según la situación de tu compañía, acudirás a un business angel, venture capital, a private equity, etc.
- ✓ **Seed stage:** esta es la primera de las cinco fases de una empresa. Se trata del momento de constitución y nacimiento de tu compañía, así como de los primeros desarrollos.
- ✓ **Seed - Capital Semilla:** es la primera ronda de financiación que nos permite empezar con el negocio desde cero. El dinero suele venir de círculos cercanos al emprendedor, las 3F's, pequeños inversores o de tu propio bolsillo y el de tus socios.
- ✓ **Startup:** es uno de los términos de moda para referirse a una empresa en fase inicial, pero con un potencial de crecimiento muy grande. Suelen ser empresas relacionadas con la tecnología, en sus primeros pasos de vida y con un gran potencial de crecimiento, pero también de riesgo alto.
- ✓ **Target:** se trata del conjunto de clientes potenciales, pero seleccionados, a los que diriges los productos y servicios de tu empresa. En definitiva, el tipo de personas que constituyen tu nicho de mercado.
- ✓ **Unicornio:** startup que, sin salir a bolsa, está valorada en más de mil millones de dólares. El club del unicornio es la lista de estas empresas.

- 
- ✓ **Venture capital - Capital Riesgo:** inversión realizada por una empresa o fondo de capital riesgo en una startup. Estos fondos trabajan con el dinero que terceros han puesto para intentar obtener beneficio con las inversiones del mismo.



Imágenes cedidas de Banco de imágenes de SUMIEX
Pictogramas de elaboración propia.

