

Temari

Unidad 3

- a) Levantamiento de Fondos**
- b) Qué es un Pitch Deck y para qué sirve**
- c) Comunicación con los inversores después del cierre**

Unidad 3

Levantamiento de Fondos

... Temas: Por qué una startup requiere levantar fondos. Levantamiento de fondos en etapas tempranas: pre-seed y seed.

Algunas claves en etapas tempranas pre seed y seed a tener en cuenta al momento de pensar en levantamiento de capital.

1. Tener definido un buen modelo de negocios

Para iniciar un proceso de levantamiento de capital, lo primero que hay que hacer es definir un buen modelo de negocios, que le permita a un inversionista entender qué es lo que el emprendedor espera de su empresa para los próximos 3, 5, 10 años.

2. La escalabilidad es clave

Es necesario tener claro dónde está la escalabilidad del modelo de negocios que están proponiendo, cuál es la diferenciación con modelos similares o empresas que hacen lo mismo en el mercado.

Unidad 3

Levantamiento de Fondos

...

3. Siempre hay competidores

Hay que tener muy claro cuáles son los competidores. Generalmente para que cuando inversionistas le preguntan a los emprendedores cuáles con sus competidores, dicen que no hay, que son los únicos. El punto es que “haciendo un poco de investigación te das cuenta que deben haber 10 o 15 empresas que hacen lo mismo en distintos países. Es fundamental hacer una exhaustiva investigación de mercado*, levantar quiénes son los competidores y entender muy bien cómo ha sido la evolución de esas empresas, en cuántos años han logrado estar en el punto que están ahora” dice Felipe.

*Para hacer investigación de mercado ocupamos pitchbook que es una base de datos de distintas empresas o startups de tecnología y además usamos mucho Google.

4. La apariencia sí importa

“La experiencia me ha enseñado que es muy importante en una primera reunión una buena presentación, lo que llamamos un *deck*” dice Henríquez. Es decir, una presentación ordenada, con el modelo de negocios y con hitos claves.

Unidad 3

Levantamiento de Fondos

... En definitiva, donde el inversor pueda ir internalizando el modelo de negocios que le están presentando y sobre todo para que él después pueda compartirlo con el resto de sus socios que está evaluando la opción de invertir. También ayuda un video que explique el modelo de negocios, que deje claro lo que hace la empresa y por qué necesita hacer un levantamiento de capital. Luego, en una segunda o tercer reunión uno comienza a ver los números más finos y el inversionista se comienza a involucrar en el presupuesto y en las proyecciones.

Es relevante que los emprendedores tengan el foco de su negocio muy claro. “Muchos emprendedores están tratando de hacer muchos proyectos al mismo tiempo, por ejemplo están contigo en una reunión por un modelo específico de negocios, pero resulta que están paralelamente haciendo otro” cuenta Felipe, y agrega que eso los inversionistas lo ven como una debilidad. Ven que el emprendedor no tiene foco.

Unidad 3

Levantamiento de Fondos

...

6. Equipo sólido.

También es relevante mostrar un equipo sólido, comprometido, que está full en la compañía. “Uno cuando recibe al emprendedor asume que es una empresa que está andando por lo que necesitas que haya detrás un equipo *all in*”, señala.

7. ¿En qué voy a usar el capital?

“En Nazca, invertimos cuando ya está el modelo de negocios definido, cuando hay un plan para los próximos 3, 4, 5 años y donde está claro cuánto capital va a necesitar para lograr “x” hito” asegura Henríquez. Ese hito pueden ser algunos indicadores de gestión, clientes, cantidad de venta o participación de mercado. Pero ese es el momento para salir a levantar capital. El ecosistema chileno tiene etapas anteriores que son StartUp Chile, el Scale Up, el SAF, o sea hay muchas opciones hoy día para los emprendedores, pero sobre todo para los emprendedores de startup para tener acceso a capital y después empezar a hablar con fondos.

8. Buscar la rentabilidad.

“Me he topado con casos de emprendedores que levantan capital y que después gastan lo que tienen en sobrevivir. Es decir, estiran los recursos para vivir dos años con ese capital porque tienen miedo de no tener acceso a una nueva ronda de financiamiento” cuenta. Por eso que lo más sano es que un emprendedor se focalice en hacer rentable su negocio, como lo hacían nuestros abuelos. Desde el día uno buscar la rentabilidad. Hoy se orientan mucho a hacer levantamientos de capital y postergar la generación de utilidad, pero eso hace que la empresa no dependa de sí misma.

Unidad 3

Levantamiento de Fondos

... como fondos. Lo importante en esta relación es que tienen que tener muy claro cuál es la visión de la empresa y deben respetarla. El fondo tiene que tener ganas de invertir en ese modelo de negocios, no entrar y buscar que los emprendedores cambien el modelo. En eso los emprendedores tienen que tener mucho ojo porque los conflictos con los socios son los más desgastantes y los que menos valor crean, más bien destruyen valor.

10. Preparar bien la ronda de inversión.

Para salir a levantar capital hay que planificar una carta gantt donde se contactan de manera preliminar a fondos e inversionistas privados. En una segunda etapa se siguen las conversaciones con aquellos que han mostrado interés en avanzar en las negociaciones. Para que este proceso sea eficiente es ideal planear hacerla durante un período determinado, así los emprendedores no se salen tanto del día a día y pueden concentrarse exclusivamente en este proceso. En esta planificación, es sumamente importante tener claras las condiciones, es decir, por qué se está saliendo a buscar capital, cómo se quiere negociar y qué se quiere lograr, y no hay que cambiarlas de acuerdo al inversionista que está al frente. Si un inversionista propone modificar alguna condición como parte del proceso de negociación de la ronda esta modificación tiene que ser conocida y aceptada por el resto de los inversionistas que están participando.

Unidad 3

Qué es un Pitch Deck y para qué sirve

...

3.2) Qué es un Pitch Deck y para qué sirve

Temas: Cómo piensan los inversionistas. Pitch y pitch elevator. Elementos de un pitch deck en etapa pre-seed. Elementos de un pitch deck en etapa seed. Deck de presentación y deck de mail.

¿Qué es un pitch deck y para qué sirve?

Si deseamos que un inversionista se interese en nuestro proyecto o empresa, tendremos que hacer uso de un *pitch deck*, una técnica de venta —usualmente presentada en Power Point, Google Slides o Keynote— que resumirá en una breve presentación visual la misión de tu empresa, tu plan de negocio y la visión de crecimiento de la misma, es decir, la forma en que le **venderás tu empresa** a los potenciales clientes.

Intenta ponerte en los zapatos de un inversionista que revisa muchas propuestas de startups al año. Lo que verdaderamente necesita es encontrar en cada una de ellas

Unidad 3

Qué es un Pitch Deck y para qué sirve

... información real y medible que le permita detectar el potencial de las empresas que buscan su inversión. Las preguntas para las que buscará respuesta suelen ser de este tipo: *¿Cuánto dinero generan por mes?, ¿cuál es su capital hasta el momento?, ¿cuánto han crecido?*

Quizás, sin siquiera pensarlo, un inversionista hace uso de algo conocido como “Teoría Financiera”, que algunos consideran el mejor método para conocer la aceptabilidad u ordenación de los proyectos de inversión. Consiste en averiguar el valor actual neto (VAN) de los flujos de la caja, es decir desembolsos y reembolsos, asociados al proyecto.

Entonces, para que un *pitch deck* sea verdaderamente bueno y funcional, tanto para quien presenta la propuesta como para el inversionista, debe contener al menos los siguientes 12 puntos:

Unidad 3

Qué es un Pitch Deck y para qué sirve

...

1. **Introducción:** ¿Quién eres y por qué estás aquí?
2. **Equipo:** ¿Quiénes están detrás de la idea y cuál es su función?
3. **Problema:** ¿Qué problema resolverás?, ¿es realmente un problema?
4. **Ventajas:** ¿Por qué tu solución es especial?, ¿qué la hace distinta a las otras?
5. **Solución:** ¿Cómo piensas resolver el problema?
6. **Producto:** ¿Cómo funciona tu producto o servicio? Muestra algunos ejemplos.
7. **Tracción:** Tracción significa que cuentas con clientes que demuestran potencial.
8. **Mercado:** Conocer, o por lo menos intentar predecir, el tamaño del mercado que impactarás.
9. **Competencia:** ¿Cuáles son las soluciones alternativas al problema que planteas?
10. **Modelo de negocio:** ¿Cómo harás dinero? Presenta un calendario en el que muestres cuándo esperas obtener retornos de la inversión.
11. **Inversión:** ¿Cuál es tu presupuesto y cuánto esperas ganar?
12. **Contacto:** Deja tus datos al cliente y hazle saber a la gente cómo pueden contactarte.

Unidad 3

Qué es un Pitch Deck y para qué sirve

... Lo más difícil será lograr mantener el interés de un inversionista que ha revisado cientos de propuestas, convencerlo de que la tuya es la mejor y lograr el “sí”.

A continuación, los *do's* y *dont's* que deberás tener en mente al momento de realizar tu *pitch deck*:

Los *do's*

1. Cuenta una historia y genera un vínculo emocional con el inversionista
2. Limita una diapositiva a una sola idea, no aburras a tu audiencia
3. Haz una excelente primera impresión
4. Muestra a las personas que están detrás de la idea
5. Sé consistente en el formato
6. Conoce tus métricas mejor que nadie

Unidad 3

Qué es un Pitch Deck y para qué sirve

... Los *dont's*

1. No uses demasiados *bullets*
2. Que tu presentación no sea tan larga
3. No leas todo, interactúa con tu audiencia
4. No incluyas demasiado texto en la presentación, tu audiencia no podrá leer y escucharte al mismo tiempo
5. No llegues sin prepararte
6. No uses fuentes pequeñas

Unidad 3

Comunicación con los inversores después del cierre

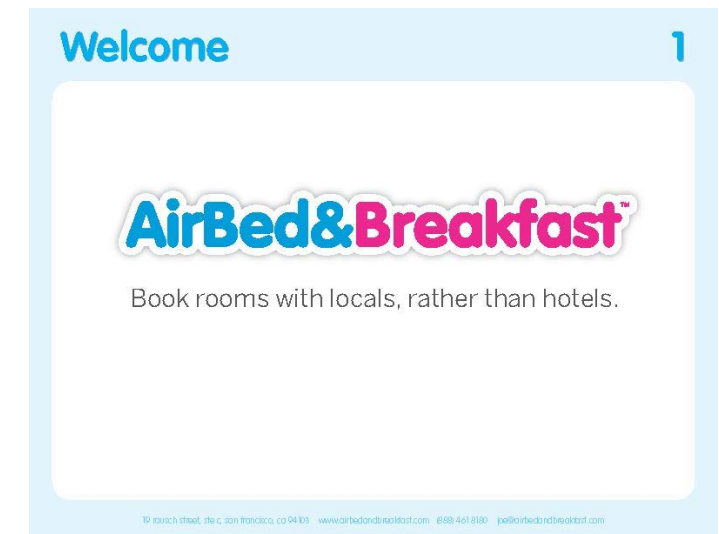
... Ejemplos

Plantilla de problema-solución

Esta plantilla es ideal para nuevas empresas que tienen una solución particularmente única para un problema generalizado.

1. Tapa deslizante

- Título: N / A
- Nombre de la compañía
- Sitio web
- Discurso de ascensor de una oración (10 palabras como máximo)
- Nombre y apellido del CEO
- Correo electrónico del CEO (debe ser la dirección de correo electrónico directa del CEO)
- Número de teléfono del CEO

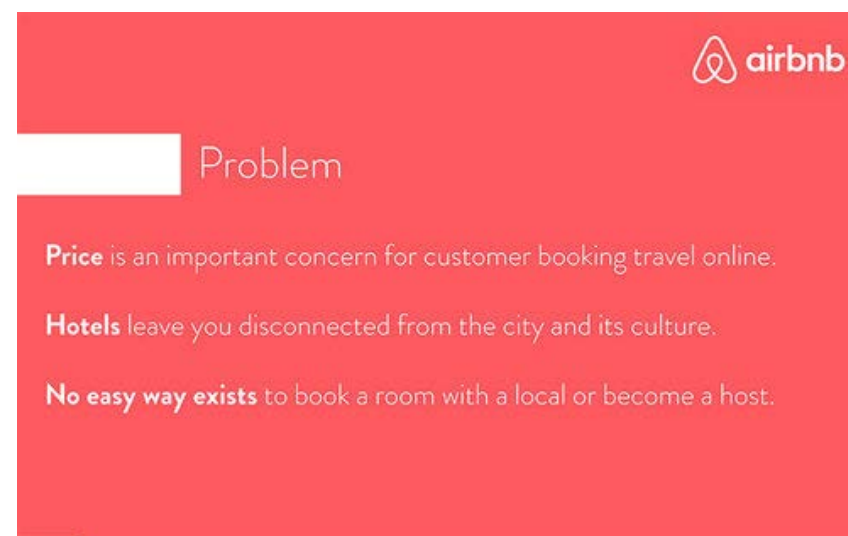


Unidad 3

Comunicación con los inversores después del cierre

Problema

- Título: Problema
- Descripción de una oración del problema (10 palabras como máximo)
- 3 viñetas como máximo con una subdescripción del problema (2 palabras como máximo / viñeta), muestra datos para cuantificar el problema (s)
- * es decir, selección limitada, que consume mucho tiempo

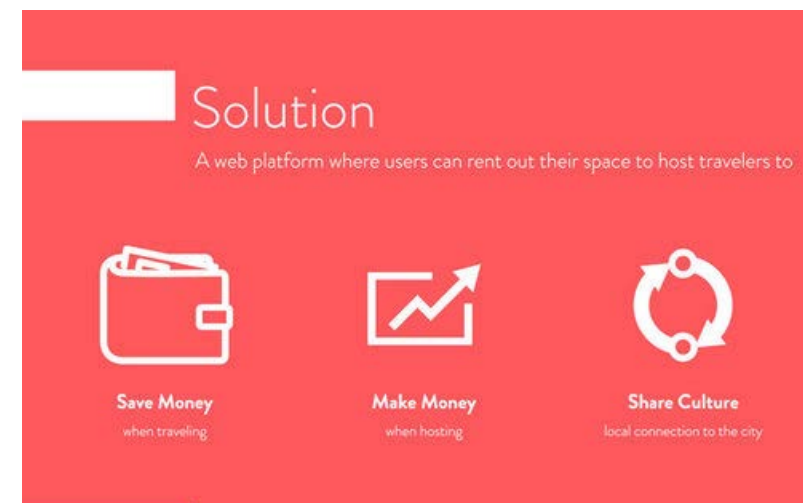


Unidad 3

Comunicación con los inversores después del cierre

Solución

- Título: Solución
- Descripción de una oración de la solución (10 palabras como máximo)
- 3 viñetas como máximo con una subdescripción de la solución que coincide con cada viñeta de la diapositiva del problema. (2 palabras máximo / viñeta). Muestre datos para cuantificar la solución.
- * Ej .: Problema Bullet: Solución que consume tiempo Bullet: Ahorra tiempo



Unidad 3

Comunicación con los inversores después del cierre

Producto

- Título: Producto
- Captura de pantalla del producto
- Varias diapositivas (si es necesario)
- * Esta es la única sección de su mazo donde puede tener varias diapositivas

Product

4



Copyright 2015 Gleamr. Created by PitchDeckCoach.com

Material complementario de la unidad

Link a video relacionado

https://www.youtube.com/watch?v=_V8WrfhAyHQ

Link a lectura complementaria

https://www.minciencia.gob.cl/sites/default/files/capital_de_riesgo_-_informe_cualitativo_abril_2020.pdf

Link a investigación relacionada

http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/crespo_j/sources/crespo_j.pdf