



Financiación e inversión

1. Consejos para tus finanzas personales
2. Tipos de financiación
3. Cuánto recaudar y cuándo hacerlo
4. Otras golosinas financieras



“Calcula cuánto dinero crees que necesitas, después multiplícalo por 2 y entonces sal ahí fuera a buscarlo”.
– Marc Zornes, cofundador de Winnow Solutions

Capítulo 5

La recaudación de dinero es una parte fundamental del emprendimiento. En el sector agroalimentario existen desafíos únicos alrededor de las finanzas a causa de la mayor lentitud en las tasas de crecimiento, la estacionalidad del flujo de caja y el tiempo necesario para recuperar las inversiones. Si bien algunos negocios crecen de manera orgánica y no necesitan financiación externa, la inmensa mayoría sí que depende de la inyección de dinero, ya sea en forma de deuda, participación o subsidios.

El acceso a fondos en el caso de las mujeres y las minorías étnicas es aún más difícil, a pesar del creciente número de evidencias que demuestran que son unas inversiones muy inteligentes ([fuente](#)). Esta [lista](#) reúne recursos de financiación útiles para empresas emergentes dirigidas por mujeres y esta otra [lista](#) recopila recursos y redes de apoyo para empresas emergentes dirigidas tanto por mujeres como BAME. Aunque no lo incluye todo, a partir de la [página 53](#) este informe presenta datos valiosos para inmigrantes y minorías étnicas referentes a una serie de países europeos.

En este capítulo descubrirás los diferentes tipos de financiación disponible, consejos sobre *pitching* o presentación ante los inversores y todo lo relativo a la financiación de tu empresa. Pero antes de empezar, hablemos de las finanzas personales.

Consejos para tus finanzas personales

- **Calcula tu colchón personal y decide qué harás para mantenerte cuando las cosas te lleven el doble de tiempo de lo que deberían** (porque siempre lo hacen). Algunos emprendedores empiezan a trabajar en su idea mientras todavía están empleados en otro sitio y solo dan el salto cuando han ahorrado suficiente dinero o recibido algún fondo con el que empezar. Tal vez puedas trabajar a tiempo parcial en las primeras fases de la empresa emergente o hacer algún trabajo por cuenta propia para rellenar un poco tu colchón financiero.
- **¿Por qué importa tanto tu colchón personal?** Porque lo último que quieres es montar una empresa emergente genial para al final tener que abandonar porque te has quedado sin dinero en tu cuenta personal justo cuando las cosas empezaban a ir bien. Además, el estrés financiero también puede tener un impacto enorme sobre tu bienestar, tu productividad y tu capacidad para liderar a tu equipo.
- **He aquí algunas preguntas importantes que plantearte:** ¿Puedes apañártelas sin cobrar durante uno o 2 meses (o más) para aliviar tu flujo de caja porque necesitas pagar a tu equipo? ¿Estás dispuesto a sacrificar algunos gastos o aspectos de tu tren de vida para poner en marcha tu empresa emergente?

Tipos de financiación

El tipo de estrategia de financiación que decidas adoptar dependerá de la empresa que quieras crear. Algunas ideas de negocio necesitan muy poca financiación para echar a rodar, mientras que otras requieren de mucho capital. Una empresa agrícola, como una granja acuapónica, tendrá unos gastos de capital iniciales brutales (maquinaria, ubicación física, conocimientos científicos, etc.), mientras que otra empresa de productos alimentarios puede empezar a pequeña escala con una inversión inicial reducida, crecer de forma orgánica y no necesitar capital hasta que decida crecer. El tipo de financiación que tomes también dependerá del control que quieras tener sobre tu propio negocio y tus ganas de riesgo. Si aceptas inversión en capital, estarás cediendo una parte de tu empresa a los inversores, mientras que si aceptas deuda, tendrás control total, pero también la responsabilidad de liquidarla. Echemos un vistazo a diferentes opciones en mayor profundidad.



Subvenciones

Si puedes conseguir subvenciones, ¡ve a por ellas! ¿Cuáles son las ventajas? Es dinero gratis, dinero que no tienes que devolver, y dinero a cambio del que no tienes que ceder participación. A menudo es otorgado por gobiernos, fundaciones, ONG o grandes empresas. ¿Y las desventajas? El proceso de solicitud suele ser largo, complejo, con fases de procesamiento lentas y requisitos relativamente estrictos que hay que cumplir, a menudo a cambio de que ofrezcas objetivos caritativos, no para que perfecciones tu empresa. Si quieres encontrar fuentes de subvenciones, busca en fundaciones caritativas de tu país, asiste a eventos filantrópicos y específicos para empresas emergentes, investiga si otras empresas sociales y sostenibles han recibido financiación que tú también puedas solicitar, fíjate alertas de Google con palabras clave y busca si existen grupos emisores de subvenciones en tu país. Estos son algunos paneuropeos o globales por los que puedes empezar (no hemos incluido ninguno específico para países concretos):

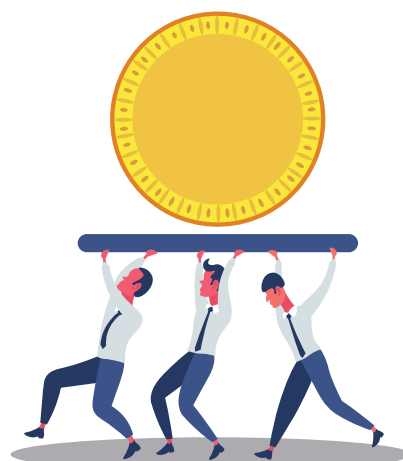
- **Subvenciones a la innovación EIT RIS:** podrás recibir hasta 10 000 EUR de fondos libres de participación para tu innovación agroalimentaria; estas becas premian a los mejores emprendedores y empresas emergentes del sur y el este de Europa con una idea empresarial en fase temprana que pueda ayudar a EIT Food en su misión. <https://www.eitfood.eu/programmes/ris-innovation-grants>
- **Postcode Lotteries Green Challenge:** es una competición anual abierta a soluciones empresariales que contribuyan a mejorar la sostenibilidad en el planeta, ¡y el ganador se lleva 500 000 EUR! <https://www.greenchallenge.info/info/green-challenge-fund>
- **Thought for Food** empodera a la próxima generación de innovadores para que desarrollen nuevas soluciones que contribuyan a transformar nuestro sistema alimentario. <https://thoughtforfood.org/challenge/>
- **Barilla Centre for Food and Nutrition:** The 2018 BCFN YES! Research Grant Competition invita a investigadores jóvenes cursando su doctorado o posdoctorado de cualquier ámbito y nacionalidad a presentar un proyecto de investigación que mejore la sostenibilidad del sistema alimentario a cambio de un premio de 20 000 EUR. <https://www.barillacfn.com/en/>
- **Eurostars:** esta iniciativa se ha desarrollado concretamente para dar cobertura a las necesidades específicas de empresas pequeñas que necesitan financiación pública para sacar adelante una idea innovadora: <https://www.eurostars-eureka.eu/2019-cut-offs>
- **Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:** son subvenciones para el desarrollo sostenible del sector agrícola y forestal, así como para territorios rurales. https://www.welcomeurope.com/european-funds/eafrd-european-agricultural-fund-rural-development-713+613.html#tab=onglet_details
- **Fondo Europeo Marítimo y de Pesca:** ayuda a los pescadores en su transición hacia unas prácticas sostenibles y fomenta los avances para una acuicultura sostenible. https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/emff_es
- **Oportunidades de financiación y licitación de la Comisión Europea y otros organismos de la UE:** <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>
- **Fundación Nestlé:** fomenta y ayuda a la investigación en materia de nutrición humana con relevancia para la salud pública en países de renta baja y de renta baja-media según la clasificación del Banco Mundial. <http://www.nestlefoundation.org/>

Crowdfunding

El *crowdfunding* o financiación colectiva ha ganado mucha popularidad entre las empresas emergentes durante los últimos 10 años como una alternativa para la captación de fondos. Existen 2 grandes tipos: a base de premios y a base de participación.

El *crowdfunding* a base de premios ofrece a las personas (a menudo denominadas "garantes" o "patrocinadores") un premio, generalmente una versión del producto o del servicio de la empresa que está intentando recaudar fondos a cambio de su dinero. Estos tipos de campañas de *crowdfunding* suelen ser para recaudaciones pequeñas (el tamaño medio en Kickstarter es de 18 000 EUR), aunque las hay que han llegado a reunir cientos de miles o incluso millones de euros. Sin embargo, estas campañas no son gratuitas. Las plataformas de *crowdfunding* cobran entre un 3 y un 7 %, la mayoría cobran más por campañas flexibles (aquellas en las que obtienes el dinero independientemente de si cumples tus objetivos o no) que por las fijas (aquellas en las que solo consigues el dinero si cumples tus objetivos). El *crowdfunding* a base de premios es una estrategia genial para conseguir fondos iniciales para tu *startup* con otros beneficios asociados. Te permite medir el interés por tu idea, construir una comunidad de apoyo leal que seguramente te siga a lo largo de todo tu viaje empresarial, así como generar ruido alrededor de tu marca y producto/servicio.

El *crowdfunding* a base de participación es lo mismo que captar capital de inversores (te remitimos a la sección de inversión en capital, más abajo) salvo que se hace a través de una plataforma específica como Crowdcube, WiSeed o FundedByMe. Particulares invierten diferentes cantidades a cambio de una participación en la compañía; la mayoría de las plataformas ofrecen inversiones desde cantidades tan pequeñas como 10 EUR. Invierten a la expectativa de obtener un beneficio en un plazo de 5 a 10 años, ya sea a través de una venta comercial (la empresa se vende a otra empresa), de un esquema de readquisición (la empresa decide recuperar las acciones de los inversores) o de una OPI (oferta pública inicial, en la que la empresa sale a bolsa). Estas campañas exigen un trabajo más laborioso que las basadas en premios, ya que necesitan planes de negocio, previsiones financieras y valoraciones, mientras que las otras no. El *crowdfunding* a cambio de participación está regulado financieramente por las autoridades del país, tanto en cuanto las plataformas deben estar debidamente autorizadas por los organismos financieros relevantes.



El *crowdfunding* no es una vía más fácil que otras para recaudar fondos, y tampoco hay que subestimar el trabajo que supone. Exige labores de *marketing* de un alto nivel de sofisticación.

Cómo lograr el éxito con el *crowdfunding*:



- **La clave está en la preparación:** planifica lo que necesitas hacer antes de arrancar tu campaña de *crowdfunding*, cada paso que darás una vez que esté en marcha y cómo vas a gestionar las cosas después. Tu plan deberá incluir la cantidad que necesitas recaudar, tu estrategia de *marketing* y de RR.PP. y tu lista de contactos. Redacta correos electrónicos y comunicaciones de antemano para enviarlos en los momentos clave. Es esencial estar bien preparado para el lanzamiento de la campaña de *crowdfunding*, pero también es importante estar preparado para cuando esta termine. Los patrocinadores van a volcar su dinero y su fe en ti, así que asegúrate de poder darles aquello que ofreces.
- **Creatividad y autenticidad:** diseña una campaña original e interesante para las personas que estás intentando atraer. Tal vez parezca obvio, pero muchas campañas fracasan porque los fundadores creen que encontrarán respaldo simplemente porque su negocio es "guay". Cuéntales tu historia y apela a sus emociones. Remueve su imaginación y hazles sentir que al patrocinar tu campaña forman parte de algo más grande.
- **Ten en cuenta todo el trabajo que lleva: el *crowdfunding*:** es algo más que simplemente lanzar una campaña en línea y ver cómo el dinero entra en tu cuenta. Te tienes que preparar para trabajar, y trabajar, y trabajar... Una vez que pones tu campaña en marcha, se convierte en un empleo a tiempo completo para gestionar las redes sociales y el contacto directo con las personas. Tendrás que dar un toque a todo el mundo que conoces, tanto a nivel profesional como personal.
- **Busca la manera de empezar con buen pie:** la mayoría de campañas de *crowdfunding* que no logran recaudar el 30 % de sus objetivos durante el primer par de días suelen fracasar, así que asegúrate de tener un plan para conseguirlo. Deberías tener a los patrocinadores/inversores haciendo cola para participar el mismo momento en que lanzas la campaña. Genera una sensación de urgencia, tal vez algún incentivo para que la gente invierta rápido (por ejemplo, un número limitado de premios, un sorteo, la posibilidad de ganar algo especial, etc.). Merece la pena hacer cuentas para saber más o menos cuánta gente necesitas que se involucre para alcanzar tu objetivo.
- **Construye relaciones:** intenta alimentar la relación personal con el máximo número posible de patrocinadores, que tienen tanta fe en ti como para invertir en algo que aún no existe. Muéstrales el agradecimiento que se merecen. Si gestionas bien estas relaciones, lo más probable es que inviertan más dinero en ti en el futuro.
- **Aprende de los demás:** déjate inspirar por otras campañas de éxito. A continuación te presentamos un par de ellas.

Testimonios de emprendedores sobre crowdfunding

“Nos animamos porque vimos que era una oportunidad para compartir nuestra misión y nuestro éxito con los clientes. Por poco más del precio de nuestro producto, la gente podía invertir en la visión de llevar las cosas al siguiente nivel, así que la campaña estuvo muy animada y fue todo un éxito. Ahora tenemos un ejército de personas que no solo creen en lo que hacemos, sino que también han invertido emocionalmente en ello. La conexión es increíble y también algo exclusivo del crowdfunding. Sin embargo, también es como un dolor de tripas... Exige mucho esfuerzo. Sobre todo si es a cambio de participación, con todo el rollo legal, etc., que es caro de poner en marcha”.

– **Dan Kurzrock, cofundador y jefe de control de granos de Regrained**



“Recomiendo encarecidamente el crowdfunding. Pero no para recaudar fondos, sino para construir una comunidad. Es una manera genial de difundir la noticia, llegar a los medios y atraer a la gente hacia tu marca. Sin embargo, exige mucho tiempo y esfuerzo. Solo funcionará si tienes suficiente poder de marketing en tu equipo”.

– **Chantal Engelen, cofundadora de Kromkommer**

Estudio de caso de crowdfunding a cambio de premios: Toast Ale

- **Plataforma:** Crowdfunder (<https://www.crowdfunder.co.uk/raiseatoast#start>)
- **Objetivo:** 20 000 GBP
- **Resultado:** 29 452 GBP con 449 participantes en 28 días

¿Por qué funcionó? Toast Ale tomó un problema grave (el despilfarro de comida) y lo convirtió en algo apetecible y popular (cerveza).

- Difundió un mensaje serio de manera positiva y con humor y ofreció a los patrocinadores la sensación de proporcionar valor real (combatir el desperdicio de alimentos) explicándoles cuál era su impacto tangible (cuántas rebanadas de pan se salvaban con cada contribución).
- Una explicación muy clara de a qué se iba a destinar el dinero.
- Premios inteligentes y creativos para muchos presupuestos diferentes.



“¡El crowdfunding es la MEJOR herramienta de marketing! ¿Dónde más puedes promocionarte, contar tu historia, llevar tu producto a la gente, obtener su feedback, conseguir embajadores de marca y recaudar dinero al mismo tiempo?”

– **Cheryl Clements, fundadora y CEO de la plataforma de crowdfunding para alimentos y bebidas PieShell**



Caso de estudio de crowdfunding a cambio de participación: Oppo Ice-cream

- **Plataforma:** Seedrs (<https://www.seedrs.com/oppo-ice-cream>)
- **Objetivo:** 100 000 GBP
- **Resultado:** 353 811 GBP

En 2015, Oppo se convirtió en la oferta “más sobrefinanciada” de la historia a través de su iniciativa en Seedrs. Se propusieron recaudar 100 000 GBP pero acabaron consiguiendo más de 300 000. Cuando volvieron a Seedrs para una ronda de seguimiento en 2016, Oppo alcanzó su objetivo de 150 000 GBP en unas 6 horas.

¿Por qué funcionó? No solo vendieron un producto, sino que también contaron la historia de cómo nació la empresa. Los humanos solemos sentir primero y pensar después, así que no es mala idea captar la imaginación de la gente y apelar a sus emociones.

Deuda

Pedir prestado dinero en diferentes fases de tu empresa emergente puede ser una forma efectiva de conseguir capital al tiempo que mantienes todo el control posible sobre tu negocio. La deuda se puede adquirir de bancos, aunque no es lo más habitual para las startups; una opción mucho más popular son los prestamistas de deuda dirigida a empresas emergentes. También existen iniciativas gubernamentales. El inconveniente de la deuda es que tienes que devolverla con intereses (a diferencia del crowdfunding, la participación o las subvenciones). Algunos préstamos para empresas emergentes pueden incluso requerir un aval personal, lo que significa que serás responsable personalmente de devolver el dinero si el negocio fracasa.

Los bonos convertibles están ganando cada vez más popularidad entre las *startups*. También existen préstamos que en lugar de devolverse en dinero, se devuelven en participación. Estos bonos permiten retrasar el momento de la valoración de tu negocio (en el caso de las empresas emergentes, una operación a menudo complicada) y no tienes que devolver nada. A través de este mecanismo, los inversores no obtienen participación inmediata, pero sí que reciben una parte de tu negocio en tu próxima ronda de inversión en capital (consulta más adelante). ¿Parece un buen trato? Lo es realmente, pero recuerda que el duro trabajo de valorizar tu negocio y preparar todo el marco legal correctamente de cara a las inversiones vas a tener que llevarlo a cabo igualmente, solo que más tarde. Te recomendamos este [curso acelerado](#) sobre bonos convertibles para más información sobre cómo aprovecharlos en tu caso.

Capital con participación en la empresa

Consiste en la práctica de captar capital de inversores a cambio de una parte* de tu negocio. La inversión en capital adopta muchas formas: puedes recibir dinero de particulares (también denominados “inversores providenciales”), de grupos de inversores, de firmas de capital riesgo, fondos, etc. Existen categorías de inversores, como inversores específicos para un sector dado (en este caso tendrás que buscar aquellos centrados en alimentos y agrotecnología) o inversores de impacto (aquellos que se concentran en el impacto medioambiental y social además de en los beneficios financieros). La inversión en capital es una buena opción para captar grandes cantidades de capital y encontrar a personas que puedan ser claves para el crecimiento de tu empresa. Sopesa si quieres atraer a inversores que inviertan y no se involucren demasiado (generalistas), o aquellos que desempeñan un papel más relevante en tu empresa a título de asesores y te ayudan a abrir puertas (estratégicos). Es primordial que captes capital de los inversores correctos. Encontrar a las personas adecuadas que compartan lo que quieres hacer y cómo quieres hacerlo se traducirá en una relación más colaborativa. Los colaboradores con experiencia relevante te ayudarán a acelerar tu crecimiento facilitando los contactos clave y evitando que cometas los mismos errores que ellos cometieron en el pasado.

Los inversores de impacto aportan ciertas ventajas a la hora de crear y dirigir un negocio sostenible. Si encuentras a gente que crea en tu misión, sabrán valorar el bien mayor al que estás sirviendo tanto, si no más, como las ganancias financieras. Y esto significa que presionarán menos a cambio de rendimientos y valor del negocio ya desde el principio.

*Puede emitir diferentes tipos de acciones. Investopedia las [resume](#) convenientemente, pero recomendamos enérgicamente que solicites asesoramiento legal y financiero para decidir cuál es la mejor opción para tu empresa.

Pasos a seguir para captar inversión en capital

- **Identifica tus necesidades de financiación:** necesitas saber cuánto dinero necesitas captar ahora y de cara al futuro (de hecho, más adelante los inversores te preguntarán cuánto planeas recaudar).
- **Lleva a cabo la valoración de tu negocio:** esto significa calcular cuánto vale tu empresa y determinará el porcentaje de la misma que tendrás que delegar a cambio de inversión. Para más información ve directamente al final de este capítulo.
- **Encuentra el argumento de ventas definitivo:** deberás ser capaz de explicar en una sola frase de qué va tu negocio.
- **Elabora un libro de presentación y una campaña de inversión:** sigue leyendo más abajo para más información sobre ambos.
- **Busca oportunidades para presentarte ante inversores:** busca redes de inversores (puedes empezar por la comunidad de inversores de EIT Food) y sesiones de presentación, recurre a tu red de contactos personales y pregunta a amigos y otras empresas emergentes si tienen algún consejo o pueden recomendarte a alguien.
- **Aprende a hacer una buena presentación:** la práctica hace la perfección. Si tienes la oportunidad de presentarte ante algún inversor, tómatelo muy en serio y prepárate bien. Ensayá tus argumentos y apréndetelos de memoria. Prepárate además para posibles preguntas que te puedan lanzar. Igual te parece intimidante, pero recuerda que nadie conoce tu negocio como tú, así que defiende tu propuesta con confianza. Los inversores no están ahí para cazarte en un descuido. Si sienten algún interés en tu proyecto, simplemente querrán asegurarse de que has hecho tus deberes, cuentas con un gran equipo y tienes un plan para ejecutar tu idea.



Aquí tienes otros consejos de gran utilidad:

- Que sea breve. Cuanto más conciso y directo seas, mejor. Asegúrate de cumplir con los tiempos que se te conceden si son decisión de otra persona.
- Muéstrate entusiasta y comparte tu pasión. Los inversores quieren invertir en personas que lo dan todo por hacer su negocio crecer. Si no transmites buen rollo, ellos tampoco lo harán.
- Conoce a tu público: si tienes la oportunidad de investigar a tus inversores antes de presentarte ante ellos (no siempre es el caso si asistes a eventos de presentación), hazlo y prepara una presentación a la medida de sus intereses.

- Cuenta una historia: comparte tu gran visión y vende tu sueño. Encuentra la manera de que se identifiquen contigo y apela a las emociones de tu público. Ya se centrarán en los detalles una vez que les haya convencido la idea. .
- Después de encontrar inversores: redacta un pliego de condiciones. Puedes encontrar [plantillas](#) en Internet, aunque lo mejor es trabajar directamente con abogados para elaborar el pliego (y otros documentos relativos a inversiones), ya que las consecuencias financieras directas de hacerlo mal pueden ser muy graves para ti.
- Prepara la documentación legal con abogados
- ¡Que empiece a entrar el dinero! Y entonces empezará lo bueno...

Crear un libro de presentación y una campaña de inversión

Un libro de presentación (también se conoce como *pitch deck*) es una presentación breve que recoge aspectos clave de tu plan de negocio y sirve para darte a conocer a los inversores (u otras partes de las que quieras obtener algo, como aceleradoras o determinados clientes, por ejemplo). En general, no debería ocupar más de 15 diapositivas y tiene que ser sencillo y claro. ¡Menos es más! Lo cierto es que no vas a tener demasiado tiempo para forjar una impresión en aquellas personas ante las que te presentes, así que pon sumo cuidado en la elaboración de tu libro de presentación y en cómo lo presentas. Asegúrate de que es visualmente atractivo, no una mera lista de puntos y de texto que lees directamente en la pantalla. Hazlo vibrante y cuenta una historia para entablar un vínculo emocional con tu público.



A continuación, te presentamos un buen guion para tu libro:

- ¿Cuál es el **problema** que tratas de resolver?
- ¿Cuál es tu **solución**?
- ¿A qué **mercado** te diriges y cuál es su tamaño?
- ¿Cómo funciona o qué proporciona tu **producto o servicio**?
- ¿Quién es tu **competencia** y qué solución ofrecen ellos al problema?
- ¿Cuál es tu **propuesta única de ventas (USP)**?
- ¿En qué te diferencias de la competencia?
- ¿Qué **tracción** has conseguido hasta ahora? ¿Cuáles son tus ventas y clientes existentes o potenciales?
- ¿Quién conforma tu **equipo** y por qué son las personas adecuadas para este proyecto?
- ¿Cuáles son tus **perspectivas financieras** para los próximos 3 a 5 años?
- ¿Cuánta **inversión** necesitas? (o lo que sea, si no se trata de captar inversión).



Una campaña de inversión, al igual que el libro de presentación, suele ser lo primero que ven los inversores potenciales. Normalmente ocupa 1 o 2 páginas e incluye las mismas secciones que el libro de presentación solo que en mayor detalle, ya que en este caso no realizarás ninguna presentación.

Además, recuerda que deberás tener cuidado con la manera en que abordas a los inversores potenciales, ya que existe legislación para proteger a la gente frente a estafas alrededor de oportunidades de inversión fraudulentas. Lo mejor será que revises los reglamentos vigentes en tu país y/o que pidas asesoramiento legal.

Tabla resumen de tipos de financiación

Tipo de financiación	Pros	Contras
Subvenciones	<ul style="list-style-type: none"> No tienes que devolverlas ni ceder parte de tu empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> El proceso de solicitud puede ser complejo y largo. El proceso de resolución puede ser largo. Normalmente imponen estrictos criterios de participación.
Crowdfunding (basado en premios)	<ul style="list-style-type: none"> Permite medir el apetito para consumir tu idea y obtener <i>feedback</i>. Brinda la oportunidad de construir una comunidad de seguidores leales y encontrar embajadores para tu marca. Ayuda a divulgar tu historia y genera ruido alrededor de tu marca y producto/servicio. No tienes que devolver nada ni ceder parte de tu empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Requiere mucho trabajo antes, durante y después de la campaña. Necesitas contar con defensores de tu proyecto antes de iniciar el proceso de <i>crowdfunding</i>, de lo contrario las posibilidades de éxito se reducen mucho. Los sitios web de <i>crowdfunding</i> cobran una tarifa de entre el 3 y el 7 %. Se captan cantidades limitadas de fondos (media de Kickstarter de 18 000 EUR). Son menos idóneos para empresas B2B.
Crowdfunding (a cambio de participación)	<ul style="list-style-type: none"> Ofrece la posibilidad de captar grandes cantidades de fondos en comparación con el <i>crowdfunding</i> a base de premios. Ayuda a divulgar tu historia y genera ruido alrededor de tu marca o producto/servicio. Brinda la oportunidad de construir una comunidad de seguidores leales y encontrar embajadores para tu marca. 	<ul style="list-style-type: none"> Requiere de más trabajo incluso que el <i>crowdfunding</i> a base de premios (necesitas tener un plan de negocio, una previsión financiera y la valoración de tu empresa). Deberás ceder parte de tu negocio. Debe contar con la aprobación de las instituciones financieras relevantes.
Deuda	<ul style="list-style-type: none"> Recaudas capital sin perder el control de tu negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Debes devolverla con intereses. Es difícil de conseguir para empresas emergentes sin tracción previa. Puede que necesites un aval personal.
Capital con participación en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> Brinda la oportunidad de conseguir mayores cantidades de capital. Puede acelerar tu crecimiento gracias a la relación colaborativa con los inversores. 	<ul style="list-style-type: none"> Deberás ceder parte de tu negocio. Después tendrás a inversores con los que tratar y ante los que rendir cuentas (esto puede ser tanto bueno como malo).

Relación con los inversores

Una vez que los inversores se han unido a tu equipo, tendrás que decidir cómo tratar con ellos. Algunos serán más exigentes que otros. Puedes organizar reuniones o llamadas frecuentes con los inversores más entusiastas si tienes la sensación de que te pueden ayudar de alguna manera. En general, tendrás que desarrollar un método de información regular, ya sea semanal, mensual o trimestralmente (periodos más largos resultan excesivos).

Consejo de emprendedores sobre cómo tratar con los inversores

"Mejor informar en exceso que en defecto hasta que hayas encontrado el equilibrio para generar confianza".

– David Rosenberg, CEO y cofundador de Aerofarms





“Los inversores no son tus jefes y si los tratas como tales, ni vas a sacar el máximo provecho de ellos, ni vas a ser un buen líder para los tuyos. Antes de elegir a nuestros inversores, les medimos para conocer su compatibilidad con nuestra misión. Llevamos a cabo la prueba del tornasol: si un inversor no compartía una historia o anécdota sobre cómo se sentía al tirar comida, lo más seguro es que nunca llegase a entender nuestra misión. Busca la manera de probar a tus inversores. Además, tampoco olvides que cuando un inversor pasa de tu negocio, no es nada personal, simplemente no le convence”.

– Saasha Celestial-One, cofundadora de Olio

Cuánto recaudar y cuándo hacerlo

No existe una única respuesta a esta pregunta y dependerá enormemente del tipo de negocio que estés creando y del estadio en el que te encuentres en cada momento. Llegados a este punto, lo mejor es que te mostremos las trayectorias de un par de empresas en su proceso de recaudación de dinero.

Empresa 1: marca que produce aperitivos a partir de grillos



- 1. Fondos personales:** 3 cofundadores invierten cada uno 5000 EUR de sus propios ahorros para crear un concepto básico que consiste en un prototipo de aperitivo hecho en casa e ideas de marca iniciales desarrolladas con diseñadores autónomos. Este MVP y la marca inicial se utilizan en la siguiente fase de la captación de fondos.
- 2. Financiación a base de subvenciones:** 3 meses más tarde, la empresa obtiene una subvención de una incubadora de empresas sociales y recibe 10 000 EUR. Lo invierten en desarrollar el producto y la marca.
- 3. Campaña de *crowdfunding*:** 6 meses después de su inversión personal inicial, los fundadores deciden buscar su próximo lote de capital a través de *crowdfunding* a base de premios para empezar a crear una comunidad. Consiguen 25 000 EUR a cambio de la preventa de sus barritas. Destinan el dinero a llevar a cabo su primera prueba de producción real en colaboración con una empresa envasadora. Utilizan los aperitivos producidos en esta prueba para conseguir sus primeros clientes y para la siguiente fase de captación de fondos.
- 4. 1.ª ronda con inversores providenciales:** un año más tarde, habiendo conseguido ya sus primeros clientes y sacado adelante sus ventas a pequeña escala, los fundadores deciden captar una 1.ª ronda de inversión providencial para llevar su negocio al siguiente nivel. Consiguen recaudar 160 000 EUR y los fondos necesarios para desarrollar su equipo y la estrategia de *marketing* para mejorar el reconocimiento de la marca.
- 5. 2.ª ronda con inversores providenciales:** 19 meses después de la 1.ª ronda, cuando ya tienen tracción suficiente con 2 mayoristas y unos volúmenes de ingresos y ventas considerablemente más altos, los fundadores deciden recaudar una 2.ª ronda de inversión providencial (en parte de los inversores ya existentes, y en parte de otros nuevos). Esta vez obtienen 400 000 EUR e invierten el dinero en el desarrollo de un nuevo producto, en seguir desarrollando su equipo y en refinar sus estrategias de marca y de *marketing*. Esto les ayuda a llegar a miles de tiendas y alcanzar el punto de equilibrio (aquel en el que los ingresos totales son iguales a los gastos totales).

Empresa 2: empresa de tecnología de los alimentos que crea soluciones para minimizar el consumo de agua y pesticidas en las granjas tradicionales

- 1. Fondos personales:** 2 cofundadores utilizan fondos personales para autofinanciarse mientras desarrollan un plan de negocio y un libro de presentación para inversores. Posteriormente aseguran su 1.ª ronda de financiación.
- 2. 1.ª ronda con inversores providenciales:** 8 meses después de su idea inicial, la empresa consigue recaudar con éxito 200 000 EUR para desarrollar su producto, realizar estudios de viabilidad y probar su tecnología en 2 granjas independientes. A cambio, conceden el 20 % de su empresa, estando ésta valorada en 1 250 000 EUR *post-money* (para más información sobre jerga financiera, consulta el glosario).
- 3. Crowdfunding:** a cambio de participación: 8 meses más tarde, confiados en los progresos que están haciendo y en vista de los beneficios potenciales del crowdfunding, los fundadores deciden poner en marcha una campaña para recaudar financiación en capital, con la que consiguen 600 000 EUR a cambio del 30 % de la empresa. Esto diluye la participación tanto de los fundadores, como de los inversores providenciales. Utilizan estos fondos para seguir desarrollando su tecnología e implantarla en una serie de granjas. Gracias a los contactos establecidos durante la campaña, son presentados a una de las mayores empresas agrotecnológicas del mundo.
- 4. Deuda:** un año más tarde, los fundadores se dan cuenta de que necesitan un poco más de dinero antes de poner en marcha su siguiente gran campaña de recaudación mientras debaten la posibilidad de conseguir fondos de capital riesgo, de manera que emiten un bono convertible para los inversores ya existentes que funcione a modo de préstamo puente. Este dinero sirve literalmente como “puente” entre 2 rondas de financiación. Los inversores que prestan el dinero conseguirán un descuento cuando se convierta en capital una vez culmine la siguiente ronda.
- 5. Capital riesgo:** 17 meses más tarde, sorprendentemente ya lista para crecer, la empresa recauda 1 500 000 EUR de un inversor de capital riesgo estratégico con experiencia en el sector. Delegan otro 25 % de su empresa, con la consiguiente dilución de todas las acciones existentes. Con este capital riesgo se incorpora un miembro a la junta y la empresa consigue los recursos que necesita para crecer de verdad.



Viene bien plantearse una serie de preguntas antes de decidir cuánto dinero recaudar:

- ¿En qué vamos a gastar este dinero concretamente?
- ¿Qué queremos conseguir antes de volver a recaudar dinero?
- ¿Qué queremos demostrar antes de volver a recaudar dinero?
- ¿Cuánto valor va a aportar esta captación de fondos a nuestro negocio?
- ¿Cuál es nuestro plan B si las cosas no salen como teníamos planeado antes de nuestra siguiente ronda de recaudación de fondos?

Consejos de emprendedores sobre la captación de inversión

“Al principio crea tu negocio de una manera muy rudimentaria. Haz sacrificios. Prepárate para no cobrar tu sueldo, para vivir sometido a estrés y buscar soluciones sobre la marcha. Vas a aprender mucho así. Después de recaudar dinero, empiezan a generarse expectativas. Antes de recaudar dinero, tú defines las normas del juego. Por lo tanto, la cuestión no es conseguir todo lo que puedas... sino conseguir suficiente como para que tengas la capacidad para alcanzar una serie de hitos. Encuentra inversores con los que seas compatible”.

– **Marc Zornes, cofundador de Winnow Solutions**



“Coge lo que necesitas para poder funcionar; la velocidad a la que el producto llega al mercado es crítica, así que si hay capital exterior disponible, acabará siendo fundamental para el éxito de la empresa”.

– **Arturo Elizondo, cofundador de Clara Foods**

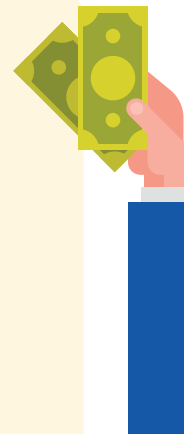


“La financiación puede ser muy compleja. No quieres ceder una parte demasiado grande de tu empresa, pero sí quieres ser capaz simplemente de construirla. Quieres deuda, pero después necesitas ventas para devolverla. Todo depende de tu producto o servicio... Somos una empresa muy centrada en los gastos de inversión; tuvimos que invertir millones antes de tener un producto, y eso afectó a nuestra estrategia/modelo de financiación. Una vez que empiezas a generar ingresos y tienes contabilidad administrativa, y clientes reales y rédito, ya no puedes seguir vendiendo sueños y arcoíris a los inversores. Para entonces ya vives en la cruda realidad. Cuando aún no generas esos ingresos, todavía vendes sueños y todo es mucho más sencillo. Eso tiene un impacto sobre tu estrategia de financiación. Si te es posible, recauda todo lo que puedas de los inversores adecuados, con el estilo y la ética de inversión apropiados, pero asegúrate de que después te acompañan durante tu viaje.”

– **Steve Dring, cofundador de Growing Underground**

“Yo recomiendo buscar fuentes de capital no diluible al principio, subvenciones, etc. pero, ante todo, ser específico y centrarse en los fondos adecuados para tu empresa y ser cauto a la hora de abordar a la competencia; aunque pueden ser una gran fuente de publicidad, algo de financiación y un poquito de dopamina, hay que ser comedido con el tiempo que se destina a solicitudes, presentaciones, etc. Respecto a los fondos de capital riesgo, de nuevo, sé específico con los inversores que buscas, el sector agroalimentario es un nicho del mercado, pero está creciendo y cuenta con una serie de fondos destinados exclusivamente a tecnologías en estos ámbitos. Una presentación cálida es 1000 veces mejor que un correo electrónico frío (...). La captación de fondos es una tarea agotadora y mi consejo es que, mientras te ocupes de ella, te centres en ella por completo. Personalmente, como CEO de una empresa en fase temprana de desarrollo, a mí siempre me ha parecido algo complicado, pero fíjate unos objetivos, por ejemplo 50 reuniones en un mes, e intenta organizar varias al día durante determinado periodo”.

– **Abi Ramanan, CEO y cofundadora de ImpactVision**



Glosario de jerga financiera

Existen un montón de términos financieros que se dejan caer aquí y allá en las discusiones sobre asuntos empresariales y si no tienes experiencia captando inversión o nunca has creado una empresa antes, posiblemente te encuentres un poco perdido. He aquí algunos conceptos con los que deberías familiarizarte:

- **Valoración de la empresa:** es el proceso según el cual se determina el valor económico de una empresa o compañía. Se puede utilizar para calcular el valor justo de un negocio por una infinidad de razones, como su venta, el reparto de la propiedad entre socios o la captación de inversión ([fuente](#)). Esta última es posiblemente la más importante para ti en esta fase, ya que tendrás que calcular el valor de tu empresa para poder recaudar fondos. [Investopedia](#) explica diferentes maneras de hacer el cálculo; ten en cuenta que no es una ciencia exacta, sino un ejercicio muy subjetivo.
- **Valoración pre-money contra post-money:** se refiere al valor de tu empresa antes (pre) o después (post) de la inversión. El valor crece después de haber captado fondos.
- **Tabla de capitalización:** muestra el reparto de participaciones en tu empresa. Si sois 2 cofundadores que no han captado inversión y se reparten la propiedad, esta tabla os incluirá a los 2 en un reparto del 50-50. A medida que vayáis recibiendo inversión, esta tabla irá cambiando. Simplemente refleja los diferentes porcentajes de participación de cada accionista.
- **Pliego de condiciones:** es el documento inicial redactado y acordado entre 2 partes antes de completar la inversión. Por ejemplo si vas a recibir inversión en capital, el inversor principal (aquel que está aportando la mayor cantidad de dinero) puede exigir que otros inversores cumplan ciertos términos y condiciones. Los pliegos de condiciones proporcionan por lo tanto la base para la redacción de otros documentos legales.
- **Convenio de accionistas:** es un acuerdo entre los accionistas de la empresa en el que se describe cómo se debe operar esta última y cuáles son los derechos y obligaciones de los primeros. Además, también incluye información sobre la gestión de la empresa y los privilegios y la protección de los accionistas. ([Fuente](#))
- **Estatutos:** es un documento que recoge todos los reglamentos aplicables al funcionamiento de la empresa y define la finalidad de la misma. Determina cómo se deben llevar a cabo las tareas dentro de la organización, incluidos los procesos de designación de directores y gestión de registros financieros. ([Fuente](#)) Tanto el convenio de accionistas como los estatutos suelen ser redactados por abogados. Tal vez parezcan un poco complejos e inaccesibles, pero dedica el tiempo que necesites a comprenderlos bien, ya que son muy importantes de cara a configurar el funcionamiento actual y futuro de tu empresa.

Investopedia es una magnífica fuente de información sobre finanzas e inversión.

Conclusiones del capítulo 5

Principales conclusiones

- No olvides tus finanzas personales: decide qué harás para sustentarte cuando las cosas te lleven el doble de tiempo de lo que deberían (porque siempre lo hacen). Al principio, contempla la posibilidad de conservar tu empleo a tiempo completo o trabajar a tiempo parcial y volcarte en tu idea de negocio en tu tiempo libre.
- **Es hora de pararse a reflexionar:** ¿Cuán mullido es tu colchón personal? ¿Qué sacrificios estás dispuesto a hacer si/cuando las cosas se pongan difíciles? ¿Estás dispuesto a sacrificar algunos gastos o aspectos de tu tren de vida para poner en marcha tu empresa emergente?



- Existen muchos tipos de financiación (subvenciones, crowdfunding, deuda y capital), todos con sus pros y sus contras, así que medita muy bien tu estrategia para financiarte.

Es hora de pararse a reflexionar: ¿estarías dispuesto a ceder parte de tu negocio a cambio de inversión? En caso afirmativo, ¿qué prefieres, inversores generalistas o estratégicos?

- Para captar inversión en capital necesitas definir claramente tus necesidades de financiación y el valor de tu empresa, perfeccionar tus argumentos de venta y tu libro de presentación, dominar tus habilidades de presentación y encontrar oportunidades para finalmente presentarte ante inversores. Estate preparado para resolver el tema de la documentación legal con abogados y define la manera en que vas a relacionarte con tus inversores.

Es hora de pararse a reflexionar: ¿cuánto capital deseas generar? ¿En qué vas a gastar los fondos? ¿Qué quieres lograr y demostrar antes de volver a recaudar dinero? ¿Cuánto valor va a aportar la captación de fondos a tu negocio? ¿Cómo vas a gestionar el trato con los inversores?

- Además de para captar fondos, el crowdfunding es una estrategia genial para compartir tu historia, generar ruido alrededor de tu marca y llevar tu producto hasta el consumidor. Sin embargo, es de todo menos sencillo y requiere una cantidad ingente de trabajo y preparación. Para conseguir tu objetivo necesitas algo más que una gran historia.

Ahora, ¡pongámonos manos a la obra!

1. Pon en orden tus finanzas personales.

¿Cómo vas a mantenerte durante los comienzos de tu empresa emergente, especialmente si las cosas llevan más tiempo del esperado?

2. Desarrolla una estrategia de financiación.

¿Vas a solicitar subvenciones, recurrir al *crowdfunding*, adquirir deuda y/o captar capital de inversores a cambio de una parte de tu empresa?

3. Redacta un libro de presentación de 15

diapositivas que incluya los aspectos clave de tu plan de negocio. Dale rienda suelta a tu creatividad y utiliza el libro para comunicar una historia que atraiga al público a nivel emocional.



Recursos adicionales

Consulta estos sitios web para más información sobre fondos y ayudas de la UE:

Lista de programas de financiación de la UE

<https://www.welcomeurope.com/list-european-funds.html>

Fondos de ayuda de la UE

<http://startupeuropeclub.eu/eu-funds-and-support/>

¿Estás pensando en recurrir a la masa en busca de capital? Lee estos artículos para más información sobre *crowdfunding*:

Crowdfunding 101: The Basics

<https://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2012/08/02/crowdfunding-101-the-basics/#77b382b2cb4c>

Crowdfunding 101 for Entrepreneurs

https://www.huffingtonpost.com/steve-mariotti/crowdfunding-101-for-entr_b_4598741.html?guccounter=1

Top 10 equity-based crowdfunding platforms in Europe

<https://www.eu-startups.com/2017/11/top-10-equity-based-crowdfunding-platforms-in-europe/>

Útiles informaciones y consejos para recaudar dinero y bordar tu presentación:

Startup investment guide

<https://www.boardofinnovation.com/guides/startup-investment/>

How To Raise Money

<http://paulgraham.com/fr.html>

Five tips for presenting your business ideas

<https://www.bl.uk/business-and-ip-centre/articles/five-tips-for-presenting-your-business-ideas>

How to Effectively Pitch Business Ideas To Investors

<https://medium.com/swlh/how-to-effectively-pitch-business-ideas-to-investors-dd76661b02f1>

13 Tips on How to Deliver a Pitch Investors Simply Can't Turn Down

<https://www.entrepreneur.com/article/251311>

8 tips for successfully pitching an investor

<https://www.wework.com/creator/grow-your-business/marketing/8-tips-successfully-pitching-an-investor/>

Estos recursos te ayudarán a crear un libro de presentación impresionante para llevarte ese dinero al bolsillo:

What Is A Pitch Deck

<https://pitchdeck.improvepresentation.com/what-is-a-pitch-deck>

How To Create A Pitch Deck

<https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2018/03/02/how-to-create-a-pitch-deck/#12c77c9356c0>

30 Legendary Startup Pitch Decks And What You Can Learn From Them

<https://piktochart.com/blog/startup-pitch-decks-what-you-can-learn/>

What is an Investment Teaser?

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/deals/what-is-an-investment->

6 Keys to Writing Great Investment Teasers

<https://www.axial.net/forum/6-keys-to-writing-great-teasers/>