
¿QUÉ BUSCAN LOS INVERSORES?

ÍNDICE

Prólogo <i>por Pablo Aixelá Ugued Socio Director de Emprende Capital</i>	3
Introducción	6
Mercado	9
Equipo	12
Producto y empresa	15
Área financiera	17
Comunicación	20
¿Qué Buscan Los Inversores en una Empresa de Internet? <i>Por Javier Martín, autor de Loogic</i>	23
Pacto de Socios. 3 Aspectos a Tener en Cuenta <i>por Carlos Guerrero co-fundador de MAB Legal</i>	25
Conclusiones	27



Prólogo

Hace algún tiempo, "sufrí" en calidad de emprendedor ese proceso de captación de inversores del que Iván habla en este ebook. Añadiendo a mis funciones de CEO que ocupaban ya el 150% de mi tiempo, la nueva misión de preparar documentos, acudir a eventos de inversores y hacer presentaciones ante gente que muchas veces me parecía en aquel momento que su único propósito en la tierra era torturarme o demostrar con toda certeza mi incompetencia.... Pese a todo, y gracias principalmente a mis socios, tuvimos la suerte de captar inversión.

Más adelante, he estado vinculado en el lado inversor, incluso con alguna modesta inversión por mi parte, principalmente con los inversores que forman parte de Empeñe Capital. Esto me ha permitido tener también la otra perspectiva, la del inversor en capital semilla que sabe que el 10% de sus inversiones deben hacerle recuperar lo que pierda con la mayoría de sus inversiones, para poder tener un retorno global positivo aceptable.

Puede sonar algo "naif" o "simplón", pero a través de estas experiencias/golpes, me he dado cuenta de que lo que muchas veces perjudica en mayor manera al proceso de captación de inversión es algo tan sencillo como la falta de claridad y confianza entre las partes. Ante todo, el proceso de inversión implica una relación de confianza, sobre todo con aquellas empresas que están en fase start-up. Debe haber un tipo de confianza entre ambas partes que no supone caerse bien, eso es un plus, sino que significa tener la certeza de que los compromisos por ambas partes están claros y que todos van a poner lo mejor de sí para cumplirlos.

Ayuda mucho para que se establezca esta falta de claridad y de confianza, esa percepción que se tiene en ocasiones del inversor



como el enemigo al que hay que convencer (por no utilizar otro término...). El inversor no es el enemigo, es tu futuro socio, y yo no querría tener como socio en ningún caso a un enemigo, el camino es muy largo... En esta concepción de algunos emprendedores tampoco ha ayudado cierta arrogancia de algunos inversores, una minoría en cualquier caso; siempre recordaré mi primer contacto con inversores profesionales, en Berkeley, hace ya bastantes años, destrozaron mi proyecto en 10 minutos, sin rasgo de arrogancia, sólo con conocimientos, experiencia y datos, y aprendí la lección de que el tiempo del inversor merece un respeto, al igual que la pasión y la ilusión de un emprendedor.

En este libro, Iván resume algunas de las principales claves de lo que buscan los inversores privados, con las que coincido plenamente, pero creo que en este proceso nunca debemos olvidar dos cosas: que las relaciones entre socios están basadas en la claridad y la confianza, y que el principal inversor para nuestra empresa se llama.... cliente.



Pablo Aixelá Ugued
Socio Director de Empeñe Capital



Como complemento a este libro, desde Finanziapyme hemos creado un grupo de LinkedIn con el propósito de ayudar a emprendedores en su misión de incorporar inversores privados a su empresa.

[Únete al grupo](#)



Introducción

Si tu empresa necesita fondos probablemente te estarás preguntando qué es lo que buscan los inversores privados, cuando lo que realmente deberías estar preguntándote es si estás preparado para buscar inversión

Cuando un emprendedor decide que necesita dinero para lanzar o hacer crecer su empresa, muchos piensan en acudir a inversores privados que, a cambio de parte del capital de tu empresa, aportarán los fondos necesarios. Muchas de las preguntas que se hacen los emprendedores se parecen a:

- ¿Dónde están los inversores?
- ¿Cómo o quién puede ayudarme a acceder a ellos?
- ¿Qué buscan?

Pero pocos son los que se hace la pregunta correcta: ¿Estoy preparado para que inviertan en mi empresa?

Antes de ponernos a soportar una ronda de financiación ante inversores privados (business angels, capital semilla, venture capital...) debemos hacernos la pregunta clave que es si nuestra empresa y nuestro equipo están realmente preparados para para afrontar esa ronda de inversión o, como lo denominan los anglosajones, que nos llevan algo de ventaja en el mundo del emprendimiento: ***Are you Investment Ready?***

Salir al ruedo sin estar debidamente preparado es un deporte de riesgo, y en este caso lo que está en juego es el éxito de tu empresa.



Por tanto, en este eBook intento reflejar lo que realmente debes dominar para ser una empresa que esté lista para conseguir afrontar esa ronda de inversores privados con garantía. No es, ni más ni menos, que identificar qué buscan los inversores privados para sentirse suficientemente confiados como para meter dinero en una empresa.



Yo identifico 22 puntos a tener en cuenta que se podrían agrupar en 5 áreas fundamentales:

Mercado: En este apartado profundizaremos en aspectos de la oportunidad que tu empresa va a aprovechar, el cliente y los volúmenes de mercado.

Equipo: Uno de los puntos en el que todos los inversores están prácticamente de acuerdo, es que la confianza en el equipo es primordial a la hora de tomar la decisión de inversión. En esta área hablaremos de 4 puntos clave a tener en cuenta.



Producto y Empresa: El estado de madurez del producto y las ventajas competitivas de la empresa son otros puntos clave en los que nos adentraremos junto con otros aspectos a tener en cuenta.

Área financiera: No nos olvidemos de que estamos vendiendo un producto financiero. Cuando ofreces una parte del capital de tu empresa a un inversor estás vendiendo un producto financiero y por tanto es fundamental estar preparado en esta área. Entraremos en la necesidad de tener claros los fondos necesarios, las inversiones a realizar, el exit y la valoración.

Comunicación: Se trata de la venta de tu empresa y, como en cualquier venta, cuidar los aspectos de una buena comunicación es importantísimo.

Después de leer este eBook no sólo pretendo que seas capaz de valorar si estás preparado para afrontar una ronda de inversores privados, sino que tengas claro qué aspectos debes trabajar para afrontar esa ronda de inversión con garantías.



Mercado



Ya pueden estar todas las piezas de tu empresa encajadas que como no exista un mercado claro y amplio estamos perdidos. Ya puedes tener el mejor equipo y el producto más novedoso que si nadie está dispuesto a comprarlo no hay caso. En este apartado, aparte de demostrar que atacas un mercado grande, deberás preguntarte si existe una oportunidad real, si el cliente está definido de una forma clara y concisa, si le puedes brindar una oferta irrechazable y si tu modelo de ingreso está bien definido.

- 1 Oportunidad clara:** Debe existir una oportunidad evidente de la que tu empresa se va a aprovechar. Esto consiste en definir claramente qué problema vas a resolver. Las personas, y eso también va para el mundo B2B, compran para resolver un problema, cubrir una necesidad. En el 99,9% de los casos ya lo



estarán resolviendo y por tanto en este apartado no sólo debes tener claro qué problema estás resolviendo, sino las ineficiencias de las soluciones actuales.

2 Clientes bien definidos:

Una vez identificada la oportunidad que existe, el inversor privado querrá visualizar al cliente y tener claro que le conoces a la perfección, pero no me estoy refiriendo al típico “hombre, nivel socio-económico medio alto” me refiero algo más como: “hombres entre 30 y 45 años que viven en ciudades con más de 100.000 habitantes que practican deportes de riesgo los sábados por la mañana” y si sabes los nombres de sus hijos mejor 😊. Los inversores privados deberán ser capaces de visualizar tanto el corto como el largo plazo de tu empresa y para eso debemos empezar con trasladar estos dos puntos de forma que los tenga meridianamente claros en su cabeza: ¿a quién me dirijo? y ¿qué le resuelvo?

3 Oferta irrechazable:

Aunque podríamos encajar este punto dentro de la sección de producto, prefiero destacarlo aquí porque es una consecuencia directa de los dos puntos anteriores. Identificada la oportunidad y visualizando a tu cliente, tienes que ser capaz de transmitir que tienes una oferta irrechazable. En este punto deberás tener perfectamente definida cuál es la propuesta de valor que ofreces y cómo es de diferente de lo demás.

4 Mercado grande:

Los inversores privados están para ganar dinero (¿acaso alguien lo duda?) pero sin un mercado grande y capacidad para conquistarlo se hace muy difícil ese retorno de inversión que



esperan los inversores privados. ¿Tu empresa puede ser grande algún día? Una vez resueltas las dos preguntas de: ¿a quién me dirijo? y ¿qué les resuelvo? debes dar muestras del tamaño del mercado, dejando claro que te diriges a un montón de clientes dispuestos a pagar por tu solución.

5 Monetización y precios:

Has identificado ya un mercado grande con una oportunidad clara y un cliente bien definido. Tener claro tu modelo de ingresos y la estrategia de precios es el siguiente punto que un inversor privado tendrá en su agenda. Se puede entender mucho sobre un negocio y el equipo promotor simplemente conociendo y escuchando cuál es su modelo de ingresos y cómo son la estructura y estrategia de precios. Además, no es ningún secreto que la línea de ventas probablemente sea el punto más crítico de la rentabilidad de una empresa.



Equipo



Es casi unánime entre los inversores que una de las cosas que más influye en su toma de decisión es el equipo que forma la empresa. Por supuesto, es fundamental el emprendedor o equipo promotor, pero igualmente importante es cómo se ha rodeado para conseguir un equipo ganador.

6 Track Record:

En el apartado de equipo deberás responder a la principal duda que tendrá el inversor privado que mientras te observa se pregunta si serás capaz de sacar esto adelante, o, lo que es lo mismo, si puede confiar su dinero a esa persona y su equipo. Para esto, lo primero es mostrar todo lo que has conseguido – y que sea relevante, claro – tanto tú como el resto de tu equipo. Pero ¿puedes demostrar con hechos que eres capaz de alcanzar el éxito?



7 Cubrir Áreas Clave:

Muchos emprendedores creen que son Superman y que son capaces de todo. Es verdad que los emprendedores deben ser capaces de hacer cualquier cosa porque les tocará hacer de todo, pero el inversor querrá ver un equipo de contrastada experiencia en todos los aspectos clave de tu negocio: conocimiento del sector, expertos en la tecnología de tu producto, capacidad comercial, capacidad de gestión, gestión financiera... El equipo promotor seguro que no cumple todo, así que rodéate de expertos que complementen el equipo o que lo asesoren en los aspectos claves.

8 Conocimiento Exhaustivo del Mercado:

He escuchado por varias fuentes que es triste encontrarte con que el inversor conoce mejor tu sector y mercado que tú. En gran medida, los inversores buscan empresas lideradas por expertos en un sector que conocen perfectamente los aspectos que hemos reflejado en el apartado de mercado: oportunidad, cliente, mercado... donde incluimos competencia, toda la cadena de valor, volúmenes, etc. Tener una visión clara de las tendencias del sector y cómo prevenir ciertos peligros identificados da mucha tranquilidad a un inversor que sentirá que su dinero está en manos de expertos en su área. Si no eres un experto, deberás complementar el equipo como hablamos en el punto anterior y, por supuesto, haz lo deberes y demuéstreselo a los inversores.



9 Pasión y Compromiso:

Debes preguntarte si tu emprendimiento es realmente tu pasión. Ya no sólo por cuestiones de imagen y comunicación que ya hablaremos más adelante, sino más bien por un tema de compromiso. En este aspecto, los inversores también querrán ver que realmente te juegas algo; el hecho de que hayas invertido tu dinero y el de gente de tu entorno y que lo dejes naufragar simplemente no es una opción. Esta es una de las razones por la que la primera ronda de FFF es casi obligatoria.



Producto y Empresa



En el apartado de producto debemos empezar por el punto tres – un oferta irrechazable – o lo que es lo mismo, una propuesta de valor potente que no deja lugar a dudas de su atractivo para el cliente. Además de este punto primordial, debemos tener los siguientes cuatro puntos claros antes de afrontar la ronda de inversores.

10 Ventaja Competitiva:

Vivimos en un mundo competitivo y deberás ser capaz de explicar muy bien por qué los clientes van a comprarte a ti y no tu competencia, presente y futura. Ahora, lo que va esperando todo mundo es una ventaja competitiva clara y sostenible en el tiempo. Personalmente, esto se me antoja difícil o simplemente imposible en la mayoría de casos, pero eso no exime de responder a la pregunta ¿por qué seguirán comprándote a ti? Y en este sentido también es importante explicar qué barreras tendrán los demás para quitarte mercado. Aunque lo he enmarcado en el epígrafe de producto, pueden ser aspectos más generales.



11 Estado del producto:

Aquellas empresas en fases aún muy semillas deben tener en cuenta que los inversores privados quieren ver el producto, son pocos los que invierten sobre plano. Para poder afrontar una ronda de inversión con garantías cuanto más maduro esté tu producto mejor, pero al menos deberías responder afirmativamente a la pregunta ¿tengo un producto que puedo vender? Esto enlaza con el siguiente punto; tracción.

12 Tracción:

No sólo debemos tener un producto capaz de ser vendido, debe tener cuanta más tracción mejor. No sé muy bien cómo definir tracción, pero es una buena excusa para no invertir, por lo que deberás hacer tú mismo un esfuerzo y demostrar tracción con número de usuarios, ventas, resultados de campañas de marketing, “me gustas” en Facebook... todo lo que demuestre interés y una buena base de demanda sobre la que construir.

13 Visión:

Un aspecto que no sólo está relacionado con el producto sino también con la empresa en su conjunto es la visión. Aunque esté de moda el lean startup y se hable continuamente de la capacidad de pivotar para llegar al éxito, esto no significa que un inversor privado vaya a aportar una cantidad de dinero importante si tú no tienes claro hacia dónde vas. Una cosa es ser flexible y otra muy diferente es estar perdido. Un aspecto muy importante, por tanto, es tener claro a dónde quieres llegar a largo plazo y ser capaz de que otros puedan visualizar esa perspectiva.



Área Financiera



Aunque a muchos les parece un enfoque que le quita todo el encanto al proceso de emprendimiento, la realidad es que cuando te pongas delante de un inversor tu empresa y tú os convertiréis en un producto financiero. A la larga el inversor profesional busca aportar dinero en el producto financiero que tiene a su alcance para producir más dinero. De la misma manera que si estuviera invirtiendo en Bolsa, elegiría la empresa del IBEX 35 de la que más rentabilidad esperara, lo mismo hará en su proceso de invertir en startups. Son muchos los factores que influyen en la decisión, no sólo aspectos financieros, pero si no tienes clara esta premisa, no estás preparado para afrontar una ronda de inversores.

14 Proyecciones financieras:

Si no tienes unas proyecciones financieras bien trabajadas aún no estás preparado para afrontar una ronda de inversores privados. Aparte de ser la hoja de ruta financiera de tu plan de



empresa, deberán contestar tres preguntas fundamentales que los inversores esperarán que puedas responder y que son: cuántos fondos necesitas, tanto ahora como en el futuro, en qué voy a invertir el dinero y cómo garantizo el retorno esperado del inversor. (Puedes descargar el eBook gratuito [Proyecciones Financieras Para Conseguir Financiación](#))

15 Valoración razonable:

Muy ligada al retorno de la inversión está la valoración de la empresa. En este aspecto deberemos evitar pecar de avaricia y aceptar que tu idea y esfuerzo tiene un valor importante, pero el dinero necesario para hacerlo realidad también. Por tanto, para estar listo para ser invertido deberás estar preparado para ceder una parte importante de tu empresa, porque además, lo más probable es que esta ronda de inversión no será la única. No obstante, lo más importante en una valoración es demostrar que podrás proporcionar los retornos esperados.

16 Exit clara:

Muy ligado a lo anterior – valoración y retorno de inversión – está la salida. El retorno de la inversión del inversor vendrá de su salida de la empresa, ya que mediante el reparto de dividendos no es realista alcanzar los retornos esperados. Para ser invertible deberás responder claramente a la cuestión de cómo se producirá la salida de su inversión. La respuesta por lo general pasa por una venta de la empresa a un tercero y deberemos ser capaces de explicar quién estaría interesado en comprar una empresa de las características de la vuestra y mostrar operaciones similares.



17 Criterios contrastados:

Los tres puntos anteriores sólo tienen sentido si el inversor privado se cree las proyecciones financieras y para eso debemos construir esas proyecciones sobre una base de criterios contrastados, preferiblemente por la experiencia de los primeros compases de la empresa, experiencia sectorial del equipo o haciendo los deberes necesarios en su ausencia.

18 Burn Rate bajo:

Empezando por el sueldo del CEO, los gastos comedidos en general y un nivel de gasto mensual conservador tanto presente como futuro es un aspecto que los inversores valoran. La capacidad de aguantar sin ingresos y que los fondos inyectados se inviertan en desarrollar producto y generar negocio es fundamental para tener la etiqueta de invertible.



Comunicación



Llegado a este punto parece que hemos tocado ya todo los elementos necesarios para definir si tu empresa es invertible o no, pero no olvides lo que hablamos en el apartado anterior. El proceso de inversión es un proceso de venta, venta de un producto financiero. Como en cualquier proceso de venta, no sólo se trata de tener un producto excelente, hay que cuidar la comunicación de forma exquisita y contar con todas las herramientas necesarias para transmitir y comunicar la gran oportunidad que ofreces, destacándolo sobre las muchas más opciones que tienen los inversores cada día.

El inversor no es un mago que identifica las excelentes oportunidades al vuelo. No lleva horas de trabajo y estudio sobre tu empresa como tú que le permitan tomar una decisión bien formada y desde luego que no tiene tiempo para dedicarlo a cada oportunidad que llama a su puerta. Por eso, una inmejorable comunicación, desde el minuto 1, es esencial.



19 **Vende al equipo:**

¿Por qué tú? Debes poder explicar claramente la respuesta a esta pregunta por cada uno de los integrantes del equipo. Ya hemos mencionado antes que prácticamente todos los inversores destacan la importancia del equipo en la toma de sus decisiones y por eso es fundamental no dejar este aspecto a la interpretación del inversor y ser capaz de explicar claramente qué aporta cada uno a la consecución de los objetivos y por qué es el adecuado para conseguirlo.

20 **Visibilidad:**

Es interesante demostrar que tienes visibilidad y eres considerado experto en tu campo. Esto, obviamente, es diferente si tu empresa se dedica a vender moda o es una empresa de biotecnología, pero ciertas dosis de conocimientos especializados y liderazgo personal o corporativo son interesantes para que tu empresa sea algo más susceptible de ser invertible. Blogs, Twitter, Facebook, conferencias, publicaciones, etc...

21 **Business Plan enfocado:**

Deberás tener un plan de negocio bien trabajado que debe ser bien distinto a un plan de uso interno, dado que ha de ser escrito pensando en el inversor. El business plan debe exponer claramente la oportunidad de inversión que ofreces, resolviendo todas las dudas que le puedan surgir y aumentando su confianza en que tu empresa será un éxito y podrá obtener el retorno esperado. Hay muchos que dirán que los inversores no se leen el business plan, pero estarás de acuerdo en que el inversor tiene muchas dudas que deberás despejar para que finalmente aporte dinero a tu empresa. La única forma de tener todas las respuestas bien enfocadas es trabajando el business



plan a conciencia. Es la base de toda tu comunicación en la ronda con inversores privados.

22 Comunicación y Pitch:

Sin embargo, tener las respuestas no es suficiente. Los inversores privados por lo general están en contacto con muchas oportunidades de inversión y por tanto no sólo debes tener una buena oportunidad de inversión para ellos, ni todas las respuestas adecuadas. También debes ser capaz de comunicar eficazmente tu propuesta y en cierto modo enamorar al inversor, ya que financieramente se casa contigo hasta que la salida o la muerte de la empresa os separe. Por eso, no puedes considerar que estás listo para ser invertido hasta que no domines el arte de presentar tu empresa y tengas bien preparados, especialmente, las presentaciones cortas y *elevator pitches* que provoquen que un inversor quiera saber más.

Con estos 22 puntos, cubrimos en gran medida todo lo que un emprendedor debe tener en cuenta para saber si realmente está preparado para afrontar una ronda de inversores privados e identificar las áreas que debe mejorar y que debe trabajar bien antes para maximizar el éxito de la ronda.

Igual en estos 22 puntos echas de menos algo importante, un punto que parece que es el pilar de cualquier empresa de Internet, la **escalabilidad**. Para complementar la visión más global que transmito en este eBook, he pedido a Javier Martín, autor del blog Loogic (referencia en el mundo de Internet, además de consejero y socio en una larga lista de empresas de Internet) que nos diera su particular visión de “Qué buscan los inversores en una empresa de Internet”.



Qué Buscan Los Inversores en una Empresa de Internet

En general no son muchas las diferencias que deberían tener las empresas de internet frente a otras empresas innovadoras de cara a despertar el interés por parte de los inversores y lograr que estos decidan apoyarlas por medio de su aportación de capital.

Quizás uno de los aspectos que mejor caracteriza los negocios en Internet es que las barreras de entrada que puede suponer crear una empresa son muy bajas y eso hace que en cuanto surge un modelo de negocio que destaca, en muy poco tiempo muchos emprendedores se lanzan a replicarlo en busca del éxito de los pioneros en hacerlo. Aquí encontramos muchos casos como los recientes de ecommerce, juegos sociales y muchos más.

Por lo tanto, uno de los aspectos a los que más importancia le dan los inversores es el posicionamiento que la empresa haya podido lograr en su trayectoria. Esto hace que cada vez más los inversores de Internet quieran participar en empresas más maduras, con mejores cifras de negocio y que hayan demostrado una capacidad para competir en el sector en el que se desarrollan.

Si hace unos años podíamos ver operaciones donde se podían llegar a invertir importantes cantidades de dinero en empresas que aún no habían comenzado el desarrollo de su producto, esto cada vez es menos habitual y los inversores profesionales prefieren esperar a que las empresas hayan demostrado su capacidad para escalar su negocio en base a la captación de clientes.

El concepto de escalabilidad resulta fundamental de cara a la toma de decisiones de inversión en startups de internet. Esta escalabilidad se basa principalmente en la captación de usuarios y generación de negocio, en algunos casos basta con lo primero pero en España la mayoría de inversores prefieren empresas que ya tienen claro cuál



va ser su modelo de negocio o incluso han comenzado a desarrollarlo por lo que ya han empezado a facturar.

No cabe duda de que esta situación hace que muchas empresas se encuentren con la problemática que supone no contar con los recursos financieros suficientes para poder llegar a comenzar a facturar y por ello es necesario recurrir a otras opciones. Por suerte para los emprendedores existen salidas a esta posible situación de estancamiento, por ejemplo en este momento cada vez se ve más claro que el crowdfunding puede ser una opción de cara a lograr una primera financiación en forma de “precompra” que los usuarios realizan para poder tener un acceso privilegiado al uso o consumo del producto o servicio que queremos desarrollar.

El crowdfunding, además, supone una herramienta ideal para demostrar a los inversores que el producto o servicio realmente va a tener buena acogida en el mercado ya que si se logra que la gente lo compre antes de su lanzamiento y sin realizar inversión en marketing es una garantía para el posterior crecimiento a nivel de negocio una vez que el producto o servicio se pueda consumir de manera libre.



JAVIER MARTÍN.
Autor de **LOOGIC**



Pacto de Socios. 3 Aspectos a Tener en Cuenta

Hasta aquí, con la ayuda de Pablo Aixelá de Emprende Capital y Javier Martín de Loogic, hemos entrado en detalle sobre los aspectos más importantes para evaluar si tu empresa está preparada para ponerse delante de los inversores y espero que de aquí saques un buen listado de deberes para que puedas afrontar esa ronda con garantías.

No obstante, una vez que te metas en materia y empieces a negociar la entrada de un inversor en tu empresa, uno de los puntos a tratar será el pacto de socios. Esta realidad te obliga a pensar en el pacto y tener claro qué te va a exigir para que su aportación se materialice. Para ello, he pedido a Carlos Guerrero, Co-fundador de MAB Legal y Blogger jurídico que nos identifique 3 aspectos importantes a tener en cuenta.

El inversor tiene como prioridad alcanzar una rentabilidad de su cartera, es decir, la inversión en una empresa será valorada por la rentabilidad que se consiga en la desinversión o salida de la empresa,

Para conseguir esa rentabilidad, en primer lugar, el inversor analiza la viabilidad del negocio en relación a las cinco áreas fundamentales identificadas por Iván en este eBook. En segundo lugar, si el inversor tiene su foco puesto en la salida de la empresa, su objetivo es proteger esa desinversión con un pacto de socios en el que se regularán entre otras cuestiones, los aspectos económicos de la inversión.

Son tres las cláusulas de un pacto de socios que se consideran imprescindibles para determinar la rentabilidad de una inversión y que por tanto debemos tener en cuenta antes de acudir a un inversor.



1 Cláusula antidilución.

Las cláusulas o mecanismos antidilución tienen como objetivo evitar que futuras ampliaciones de capital reduzcan el porcentaje de participación social de los socios beneficiarios de estas cláusulas.

El caso más habitual en la práctica es la dilución de los socios cuando en una nueva ronda de financiación con emisión de nuevas participaciones la valoración de las participaciones es inferior a la realizada con anterioridad, perjudicando a los actuales socios.

Para evitar la dilución, se otorga un derecho a los inversores, por el cual, si la sociedad realiza una nueva emisión de participaciones sociales con una valoración inferior a suscrita por el socio inversor, éste podrá ejercer su derecho a la emisión de participaciones para compensar la dilución de la ampliación. Es evidente que esta cláusula tiene como objetivo proteger la rentabilidad de la inversión.

2 Cláusula de liquidación preferente

Consiste en un pacto por el cual el inversor pretende asegurarse como mínimo la inversión realizada en la empresa. Suele instrumentarse otorgando un derecho al inversor de percibir con preferencia al resto de socios una cantidad igual a su inversión y posteriormente también el derecho a percibir la cantidad que le corresponda en virtud al porcentaje en el capital social. Normalmente se suele pactar la preferencia de una cantidad igual a la inversión realizada. Pero en otros casos el inversor pretende multiplicar por dos o por tres su inversión, como cuota de liquidación y además si sobra dinero cobrar el resto según porcentajes.

En ese caso, los socios emprendedores tienen que negociar esta cláusula, ya que por el contrario, en caso de un evento de



liquidación positivo, una venta a un tercero, el importe a repartir sea mínimo, con el perjuicio que esto supone para el emprendedor.

Os reflejo aquí un ejemplo de cláusula de liquidación preferente, “En el evento de una liquidación, fusión, absorción, compra o venta de más del 50% de las participaciones de la Sociedad, los Socios Inversores tendrán derecho a recibir del importe resultante de la transacción la mayor de las siguientes cantidades: (a) el importe efectivo invertido en la Sociedad por cada socio; o (b) el importe que les corresponde recibir en base a su participación en el Capital Social.”

De nuevo, una cláusula de carácter económico de un pacto de socios tiene la finalidad de proteger la rentabilidad de la futura desinversión.

3 Cláusula de recompra de acciones o participaciones sociales.

Y por último, la cláusula de recompra de acciones, consiste en el acuerdo entre socios emprendedores y socio inversor, por el cual el emprendedor se obliga a recomprar en un plazo determinado y a un precio fijo o variable, las acciones o participaciones sociales del inversor. De tal manera que el inversor se asegura desde el primer día de la inversión la rentabilidad de la misma.

En definitiva, los pactos de socios incluyen mecanismos que regulan aspectos económicos de la inversión y que por tanto, es clave que el emprendedor conozca el funcionamiento de estas cláusulas para comprender como actúa el inversor.



CARLOS GUERRERO.
Co-fundador **MAB LEGAL**



Conclusiones

Para concluir este eBook me gustaría volver a mi reclamo inicial. A lo largo de estas páginas hemos identificado y detallado gran parte de los aspectos que buscan los inversores de las empresas, pero la pregunta clave no es qué buscan, sino si estoy preparado para que inviertan en mi empresa.

El proceso de búsqueda de inversión debería empezar desde el momento de la constitución donde no sólo debes tener en cuenta qué debo hacer para tener éxito que sin duda debe ser tu máxima prioridad, pero qué debo hacer para tener una empresa en la que los inversores quieran invertir. Si la continuidad de tu empresa depende de la financiación externa, es un factor más junto con tu cliente, producto, propuesta de valor, equipo, etc... que deberías incorporar cuando estés construyendo tu empresa.



Iván García Berjano, como CEO de Finanziaconnect, ofrece los servicios de un equipo de expertos profesionales para el proceso de financiación, reduciendo el valioso tiempo de los emprendedores y equipos directivos y garantizando la rentabilidad de sus servicios mediante honorarios a éxito.

Finanziaconnect ofrece reducir el tiempo de inversión en el proceso de búsqueda de financiación, dirigir el esfuerzo a las alternativas con posibilidades de éxito, evitando ineficiencias, elaborar documentación y presentaciones profesionales para la obtención de fondos, evitar incorporar grandes costes fijos en la contratación de profesionales y en definitiva, garantizar el éxito de la búsqueda de financiación.



Iván García Berjano
CEO de Finanziaconnect

[¡Recomienda este eBook!](#)

