

# BUENAS PRÁCTICAS PARA INVERSORES. PROFESIONALIZA TU ACERCAMIENTO A PROYECTOS INVERTIBLES

---

Taller MURCIABAN  
16.11.2017



INNOVENTURES CAPITAL

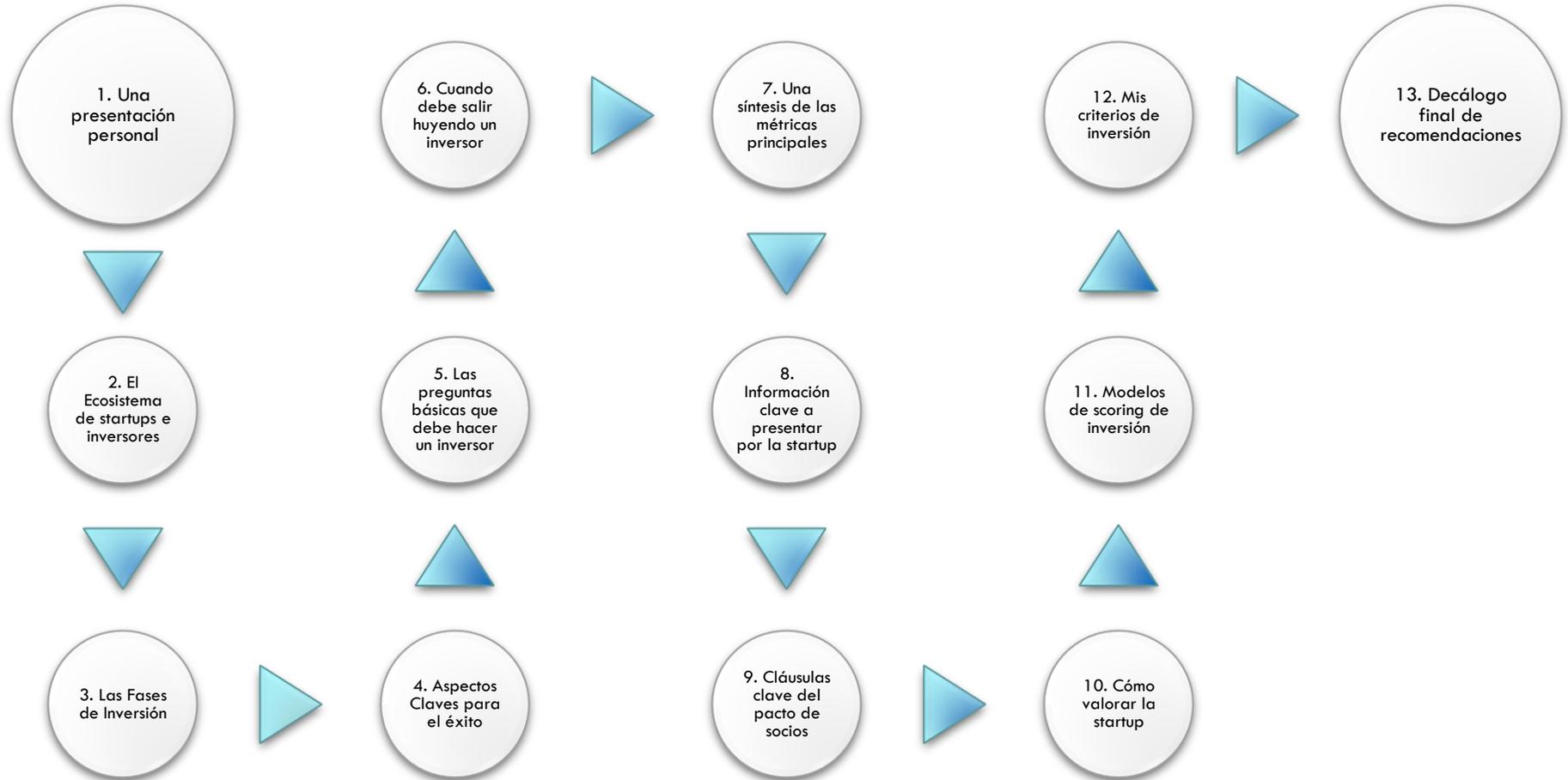


**ceeim**

CENTRO EUROPEO DE  
EMPRESAS E INNOVACIÓN  
DE MURCIA

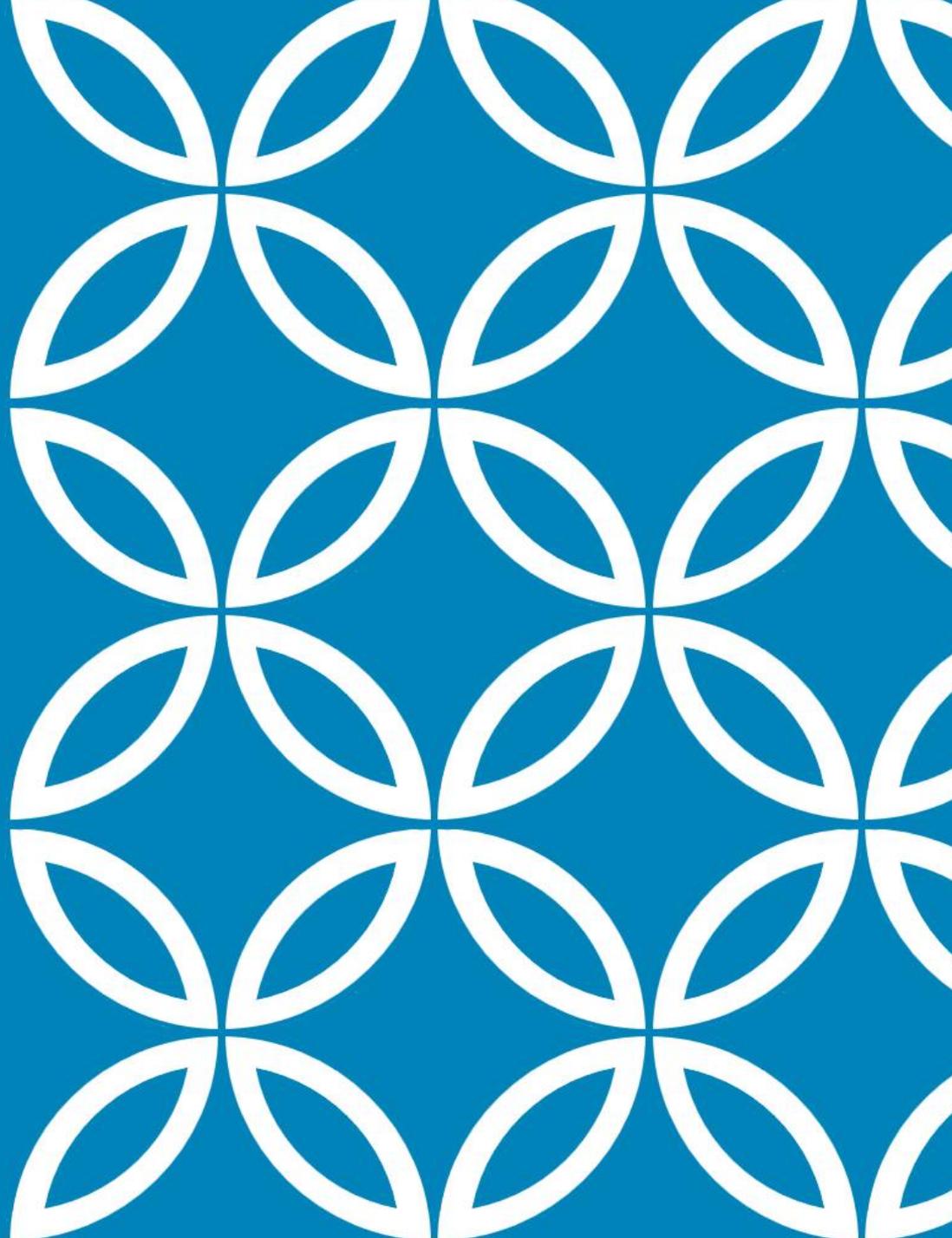
 **MurciaBan**  
BUSINESS ANGELS NETWORK

# INDICE PRESENTACIÓN



# 1.- UNA PRESENTACIÓN PERSONAL

---



**Más 20 años trabajando en el sector financiero, formación, industrial, inmobiliario y consultoría**



**Desde hace 5 años socio Gestor de 2UP Seed Capital, Startup Factory e Innoventures**



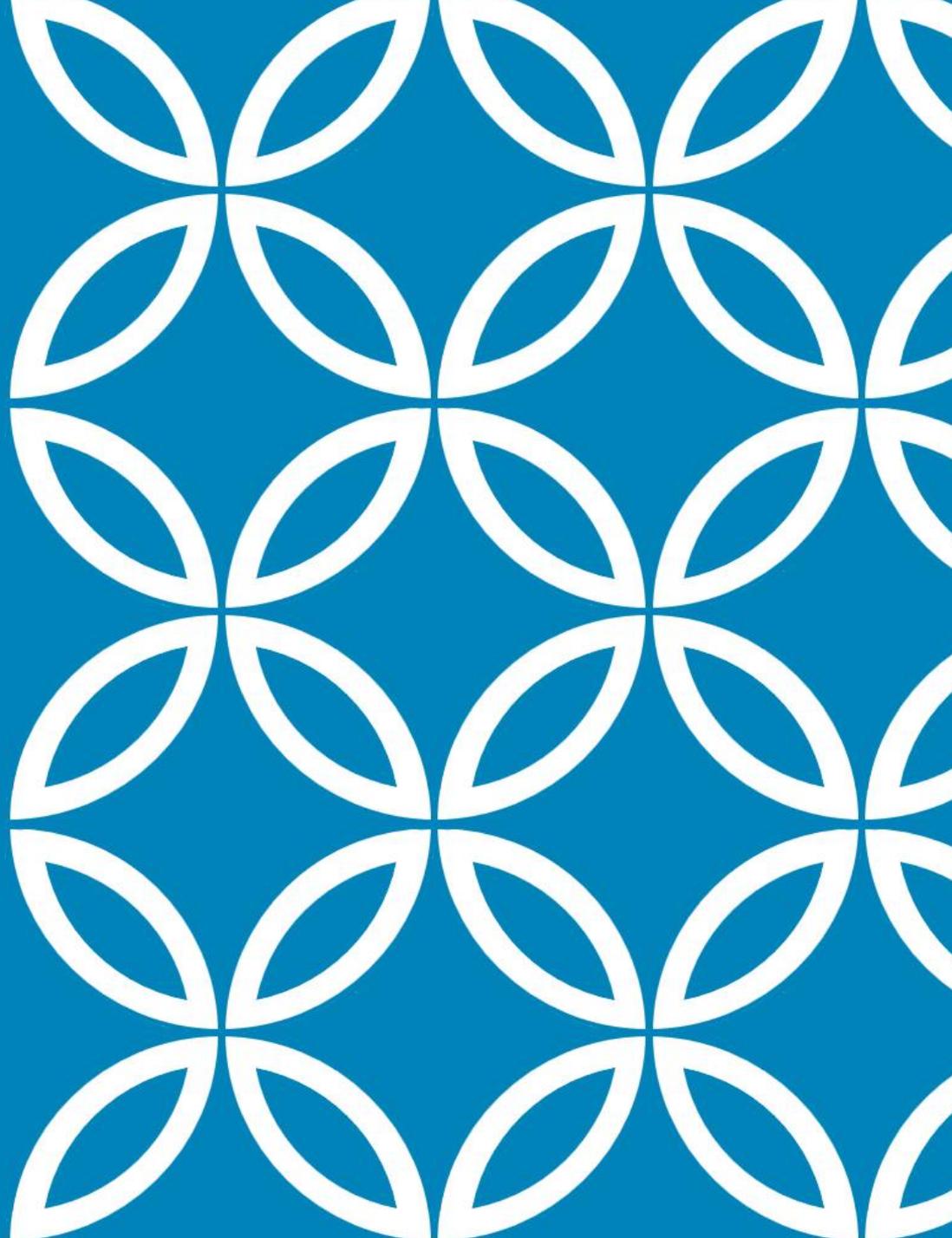
**11 inversiones en los últimos 5 años**



## 2.- EL ECOSISTEMA DE STARTUPS E INVERSORES

---

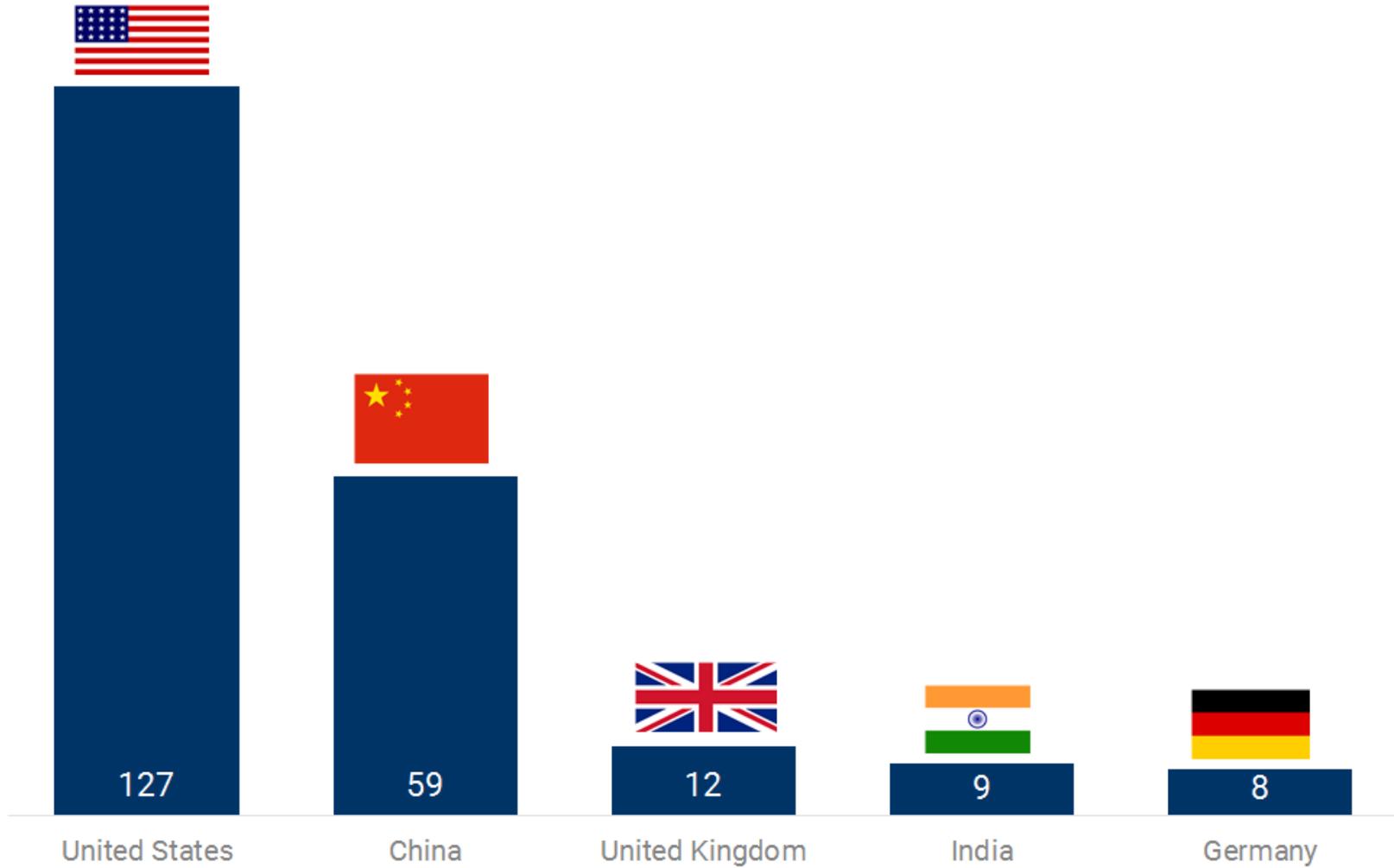
A.-Que está ocurriendo en el Mundo





# Total number of unicorns born by country

2013 - 2017 YTD (9/28/2017)





# GLOBAL UNICORN CLUB: 185 PRIVATE COMPANIES VALUED AT \$1B+ MARKET MAP as of 2/1/2017

## E-COMMERCE/ MARKETPLACE

Africa Internet Group, Airbnb, 爱屋吉屋, AUTO1 GROUP, 贝贝网, Blue Apron, 美团, Coupang, Delivery Hero, FANATICS, 返利网, FARFETCH, Clipkart, JFG, 瓜子, Lianjia, Everetthq, Houzz, 酒仙网, 口袋购物, mercori, 蜜芽, NewDada, OfferUp, ShopClues, snapdeal, SOUQ, JUSTPAK, Thumbtack, tuia, VANCL, WARBY PARKER, 微票, Wish, 小红书

## INTERNET SOFTWARE & SERVICES

anaplan, AppDirect, APTTUS, AUTOMATTIC, doctolib, DocuSign, FANDUEL, GitHub, glassdoor, Hootsuite, Infor, 知乎, Dropbox, MEDALLIA, MuleSoft, Pivotal, slack, SMS ASSIST, Spotify, SurveyMonkey, T&X, Zeta, zoom

## ON-DEMAND

BlaBlaCar, Careem, instacart, 滴滴, ele.me, GOJAK, GRABTAXI, 曹操出行, Lyft, OLA, UBER

## BIG DATA

actifio, cloudera, DOMO, INSIDESALES.COM, MarkLogic, mongoDB, OVH.com, Palantir, Qlik, UPTAKE, Ma Sigma

## HARDWARE

carbon, datto, DJI, INFINIDAT, LAWBONE, RAZER, ROYOLE, MEIZU, LISTECH, 小米, 掌阅科技

## MOBILE SOFTWARE & SERVICES

APUS, Garena, IronSource, SHAZAM, yello mobile

## FINTECH

STUFEN, adyen, AVANT, 信而富, Credit Karma, Funding Circle, GreenSky, CUSTO, Klarna, 芝麻信用, 众安保险, stripe, 58同城, MOZDO, one97, PROPPER, 融360, SoFi, Transferwise



## HEALTHCARE

23andMe, BenevolentAI, FLATIRON, 挂号网, HUMAN LONGEVITY INC, iCarbonX, Intarcia, Adaptive, moderna, OSCAR, NANOPOR, proteus, Zocdoc

## MEDIA

BuzzFeed, STX, VICE, VOX MEDIA

## REAL ESTATE

COMPASS, GLOBAL SWITCH, Matang, UR WORK, OPENDOOR, wework

## SOCIAL

hike, kik, 蘑菇街, Nextdoor, Pinterest, snapchat, sprinlr, Tango, 一下, zomato

## CYBERSECURITY

avast!, illumio, Lookout, okta, zscaler, CYLANCE, CLOUDFLARE, TANIUM

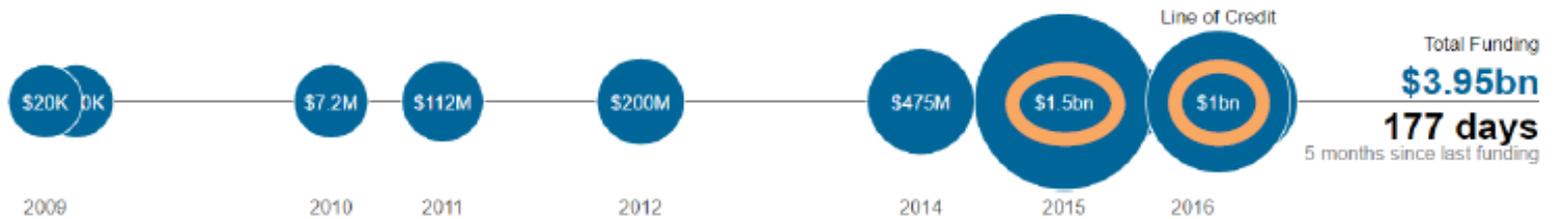
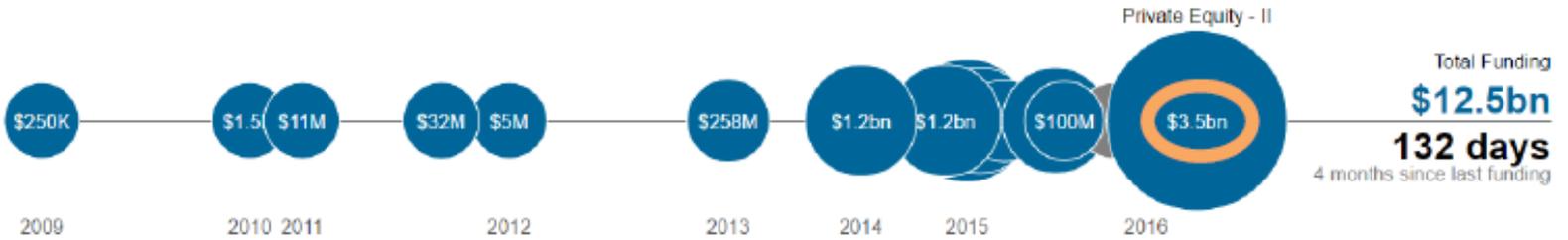
## OTHER

appnexus, INMOBI, PANGLOSS, magic leap, KENDRA SCOTT, Age of Learning, iTutorGroup, mindmoze, PROMASIDOR, PLURALSIGHT, 猫眼网, SPACEX, LifeMiles, unity, decolor.com, QUANERGY, ZIXX, Bloomenergy, 货车帮

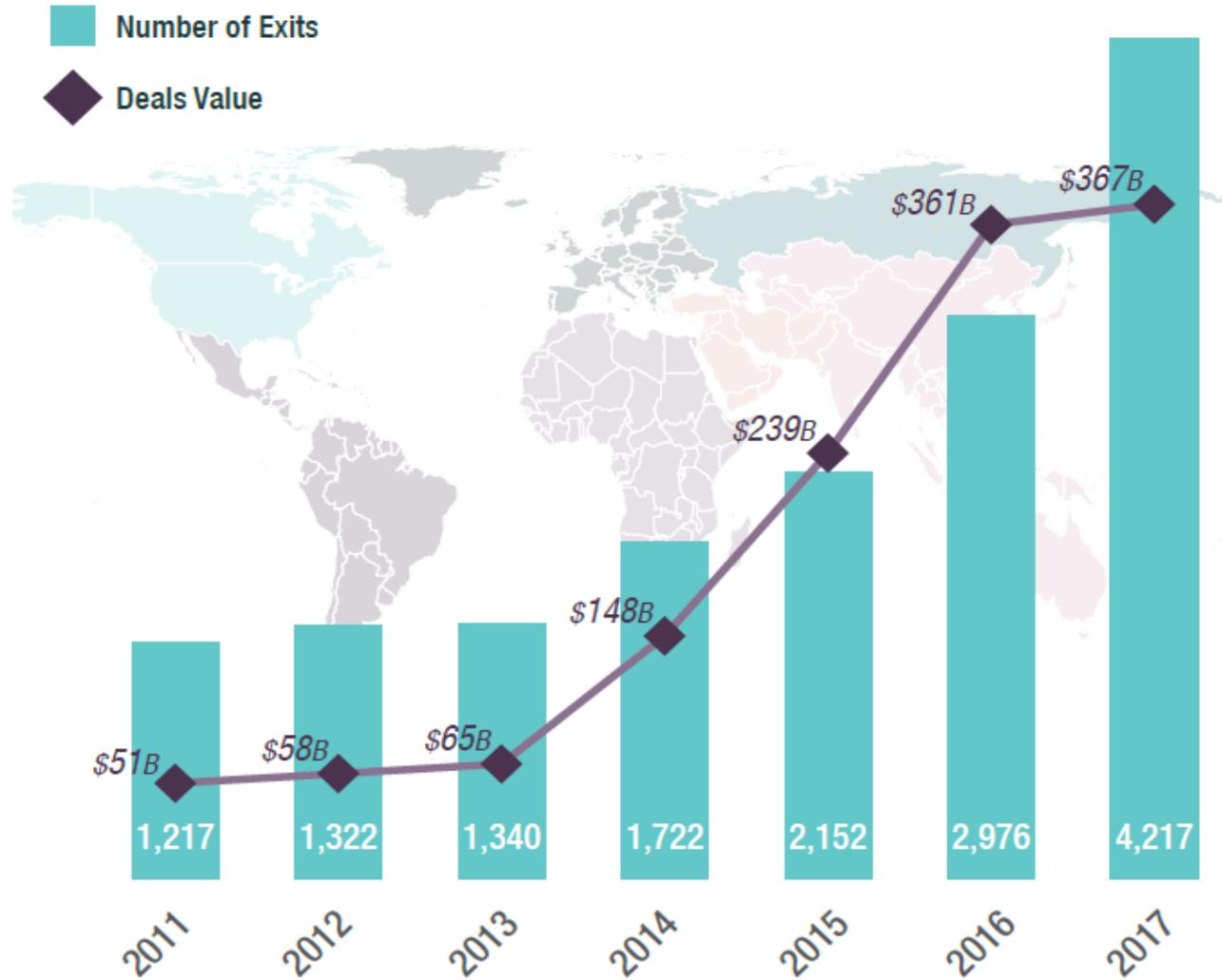


# SELECT \$1B+ ROUNDS FOR LATE STAGE UNICORNS

as of 2017 YTD (2/1/2017)



# Worldwide Startup Exits: 2011-2017



\* Data refers to startup acquisitions completed between July (previous) and July (current). Annual data refers to the period July (previous) - June (current).

## US and European Exits and Acquisitions: Top 15 Countries

### EXITS: TOP 15 COUNTRIES

(per nationality of the acquired startup)

1	US	8704	
2	UK	1234	
3	Germany	434	
4	France	321	
5	Netherlands	186	
6	Sweden	159	
7	Spain	131	
8	Italy	100	
9	Ireland	98	
10	Switzerland	89	
11	Denmark	85	
12	Finland	77	
13	Belgium	65	
14	Norway	55	
15	Poland	37	



EU-US  
Top Countries

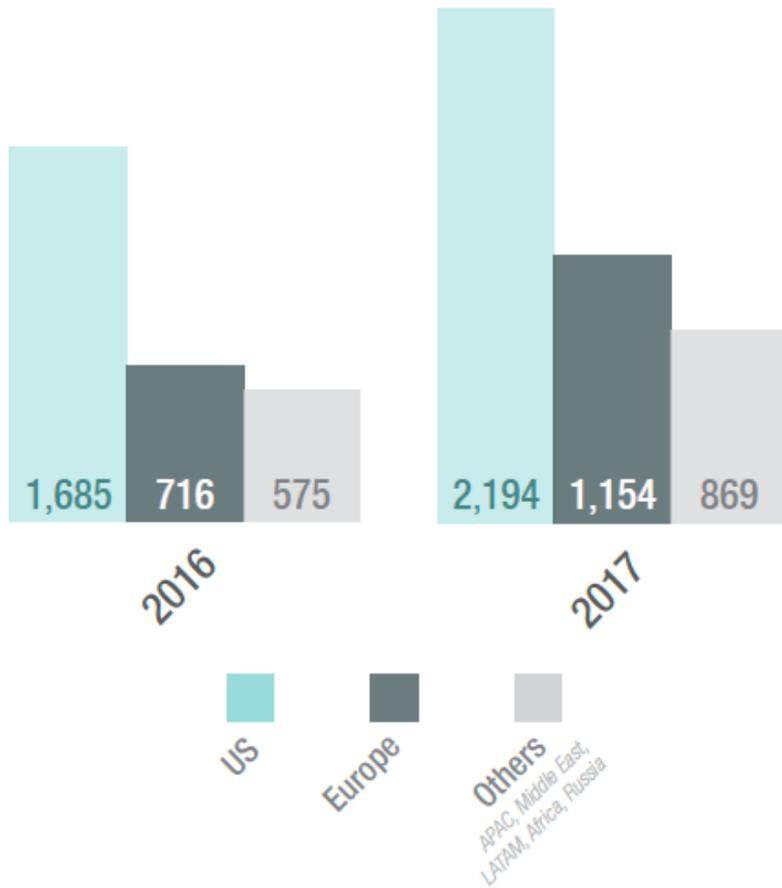
### ACQUISITIONS: TOP 15 COUNTRIES

(per nationality of the buyer company)

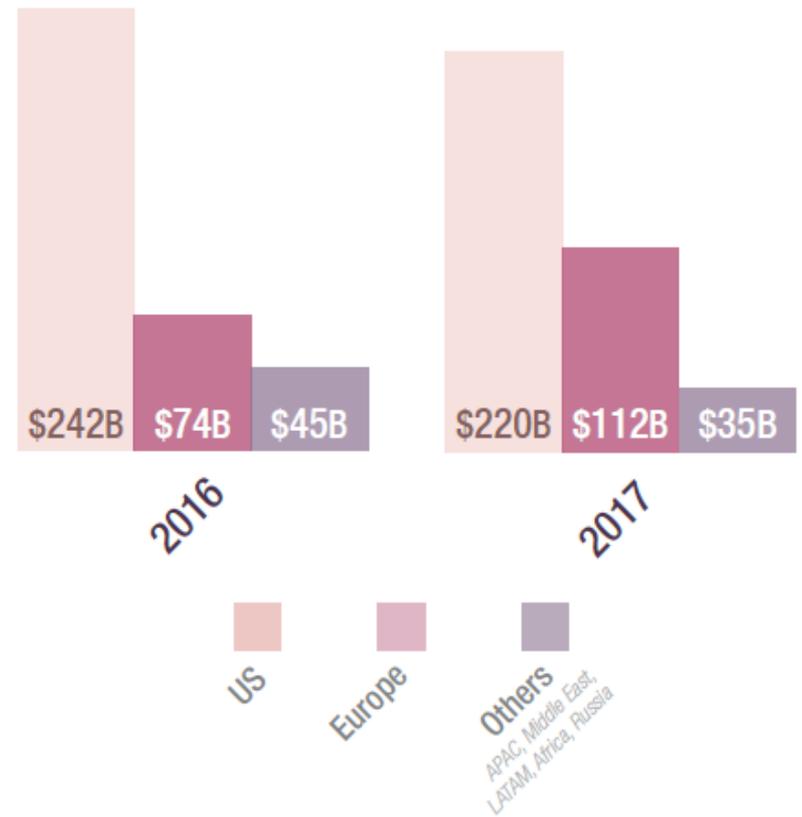
1	US	9176	
2	UK	1031	
3	France	354	
4	Germany	336	
5	Sweden	175	
6	Switzerland	130	
7	Netherlands	124	
8	Ireland	116	
9	Spain	80	
10	Finland	74	
11	Italy	63	
12	Norway	59	
13	Belgium	49	
14	Denmark	43	
15	Austria	23	

# Worldwide Startup Exits: 2016 vs 2017

## Number of Exits

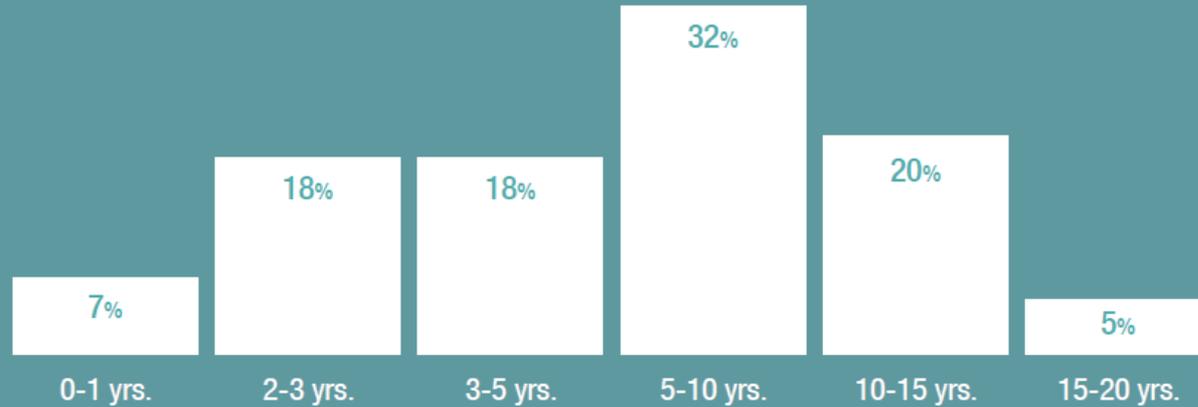


## Deal Value



\* Data refers to startup acquisitions completed between July 2010 and June 2017.  
 Annual data refers to the period July (previous)-June (listed)

## Average Age At Acquisition



On average, startups got acquired 8 years after foundation.



crunchbase

**STARTUP M&As**  
2017 REPORT

## Capital Raised Before Acquisition



On average startups have raised approximately \$127M.

## Price Paid for Acquisition

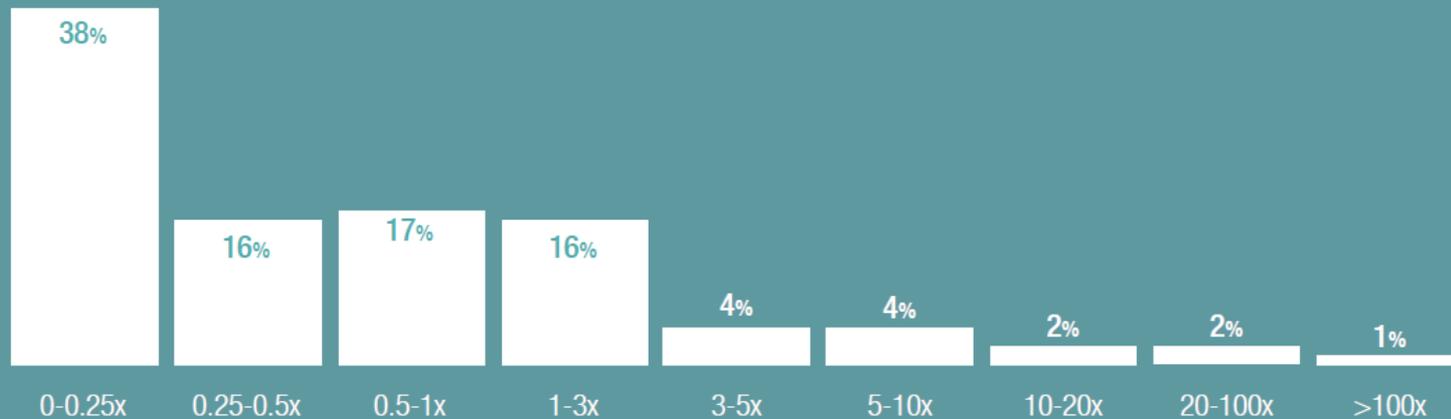


Mind the Bridge

crunchbase

**STARTUP M&As**  
2017 REPORT

## Multiple Price Paid/Capital Raised



**The average (median) multiple between acquisition price and capital raised is 0.4<sup>12</sup>.**

- ✓ 71% of the exited startups don't return the capital invested;
- ✓ 54% are sold at a value that is less than half the amount of capital raised;
- ✓ 16% of the acquired startups return between 1 and 3 times the capital invested;
- ✓ 8% of the startups are sold at a multiple between 3 and 10 times the capital raised;
- ✓ 5% of the exited startups are sold at more than 10x multiple.

## STARTUP M&As 2017 REPORT

- ✓ European startups make an exit a bit later (on average they are 9 years old at the time of the acquisition, compared to 8 from the US)
- ✓ European startups are smaller at the time of the exit, both in terms of headcount and capital raised - \$113M raised versus \$145M of the American peers.
- ✓ European startups sell for less: average (median) selling ticket is \$46M vs \$100M for US startups.
- ✓ European exited startups on average return more capital than US startups (or more properly lose less capital). They show an average (median) ratio between acquisition price and capital raised of 0.6 versus 0.35 of US exited startups.

## Top 30 World Acquirers (Founded After 1999): Ranking (2010-2017)

1	Facebook	Menlo Park, CA		16	Just Eat	London, GBR	
2	Twitter	San Francisco, CA		17	Snapdeal	New Delhi, IND	
3	Salesforce	San Francisco, CA		18	Foodpanda	Berlin, GER	
4	Groupon	Chicago, IL		19	Infor	New York, NY	
5	Zynga	San Francisco, CA		20	Spotify	Stockholm, SWE	
6	Dropbox	San Francisco, CA		21	Alibaba	Hangzhou, CHN	
7	LinkedIn	Mountain View, CA		22	Atlassian	Sydney, AUS	
8	TripAdvisor	Needham, MA		23	Baidu	Beijing, CHN	
9	Airbnb	San Francisco, CA		24	Box	Redwood City, CA	
10	Pinterest	San Francisco, CA		25	Kabam	San Francisco, CA	
11	Delivery Hero	Berlin, GER		26	Square	San Francisco, CA	
12	Snap	Venice, CA		27	Zomato	Gurgaon, IND	
13	Agilent Technologies	Santa Clara, CA		28	Automattic	San Francisco, CA	
14	Chegg	Santa Clara, CA		29	Freelancer	Sydney, AUS	
15	Hootsuite	Vancouver, CAN		30	Gravity4	Miami, FL	

Una conclusión final importante a recordar:

Only 13% of the exited startups return more than a 3x multiple of the capital invested.



crunchbase

**STARTUP M&As**  
2017 REPORT

## 53 acquisitions by Top 5 US tech titans (AMZN, AAPL, GOOGL, MSFT, FB) from 2011 to 2016



Alphabet



Cloud9IDE (2016)	LinX Imaging (2015)	Moodstocks (2016)	Solair (2016)	Two Big Ears (2016)
Colis Prive (2016)	Faceshift (2015)	Hark (2016)	MinecraftEDU (2016)	MSQRD (2016)
NICE (2016)	VocallIQ (2015)	Digisfera (2015)	SwiftKey (2016)	Pebbles Interfaces (2015)
Liquavista(2013)	Semetric (2015)	Thrive Audio (2015)	6Wunderkinder (2015)	Surreal Vision (2015)
Evi (2013)	Metaio (2015)	DeepMind (2014)	Secure Islands (2015)	Moves App (2014)
Ivona Software (2013)	Carnel Audio (2015)	Rangespan (2014)	Mojang (2014)	13 <sup>th</sup> Lab (2014)
Pushbutton (2011)	Novauris (2014)	drawElements (2014)	HockeyApp (2014)	Pryte (2014)
	Acunu (2013)	spider.io (2014)	Captain (2014)	Monoidics (2013)
	AlgoTrim (2013)	Bitspin (2014)	SyntaxTree (2014)	Face.com (2012)
	C3 Technologies (2011)	Dark Blue Labs (2014)	Netbreeze (2013)	Lightbox (2012)
		Vision Factory (2014)	Skype (2011)	
		FlexyCore (2013)		
		Channel Intelligence (2013)		
		VirusTotal (2012)		
		Sparrow (2012)		

37 acquisitions have been made since 1 January 2014, meaning more than one deal per month on average to September 2016

Note: Deep tech companies acquired highlighted in red  
 Source: [dealroom.co](http://dealroom.co)

# EUROPEAN TECH COMPANIES ARE MAKING MORE ACQUISITIONS

Europe-initiated M&A is helping to drive a virtuous cycle by helping release talent & capital back into hubs

Selection of acquisitions of European tech companies by larger European tech companies



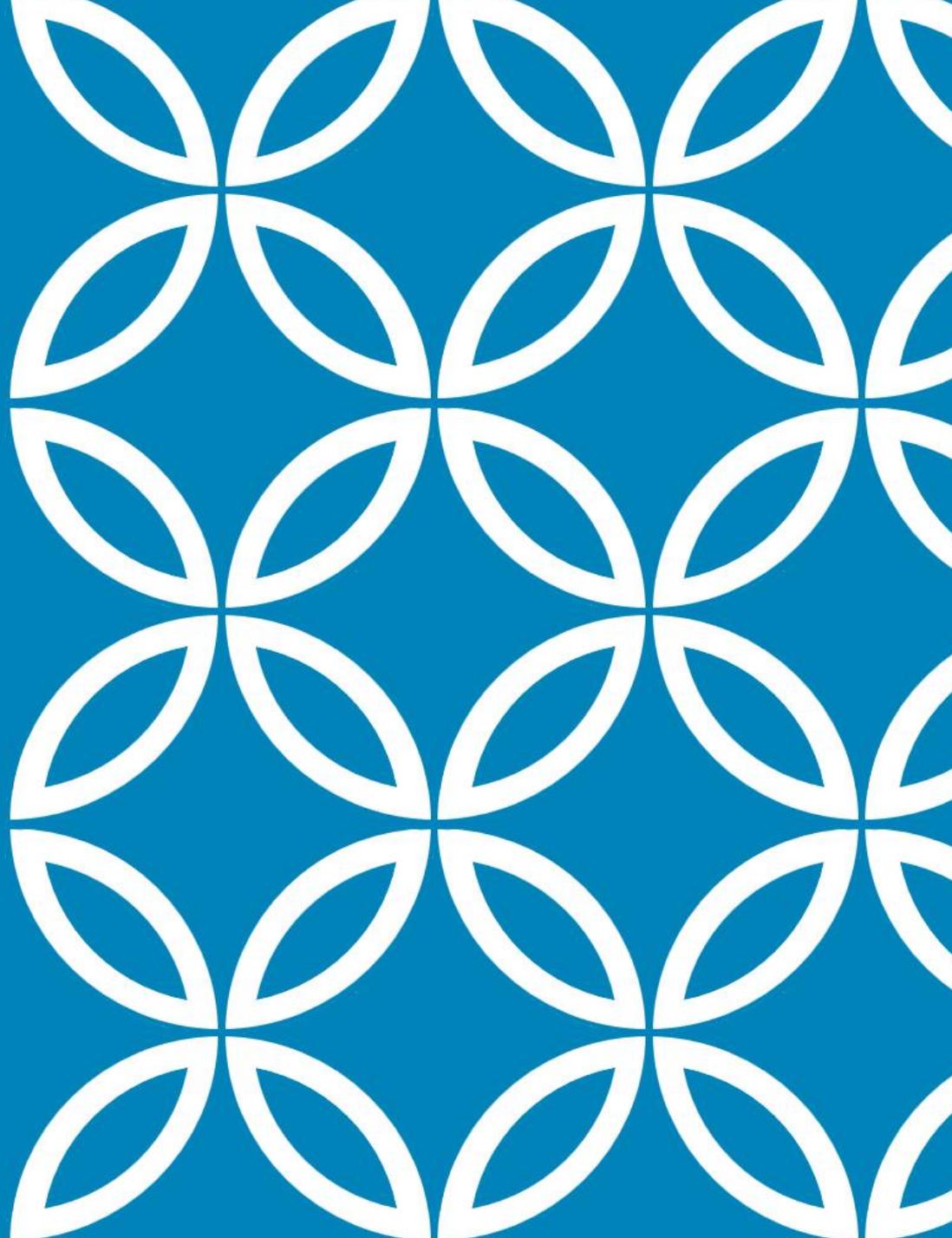
- The acquisition of local tech companies by larger European tech companies, even when at a smaller scale (<\$100M), helps to release capital and talent back into local ecosystems
- Samaipata Ventures, for example, is a €35M Madrid-based European fund created very shortly after the acquisition of La Nevera Roja by Rocket Internet for \$100M in 2015
- The founders of Hybris, which was acquired for \$1B by SAP in 2013, have gone to become key angel investors in Switzerland and beyond

Source: Atomico research

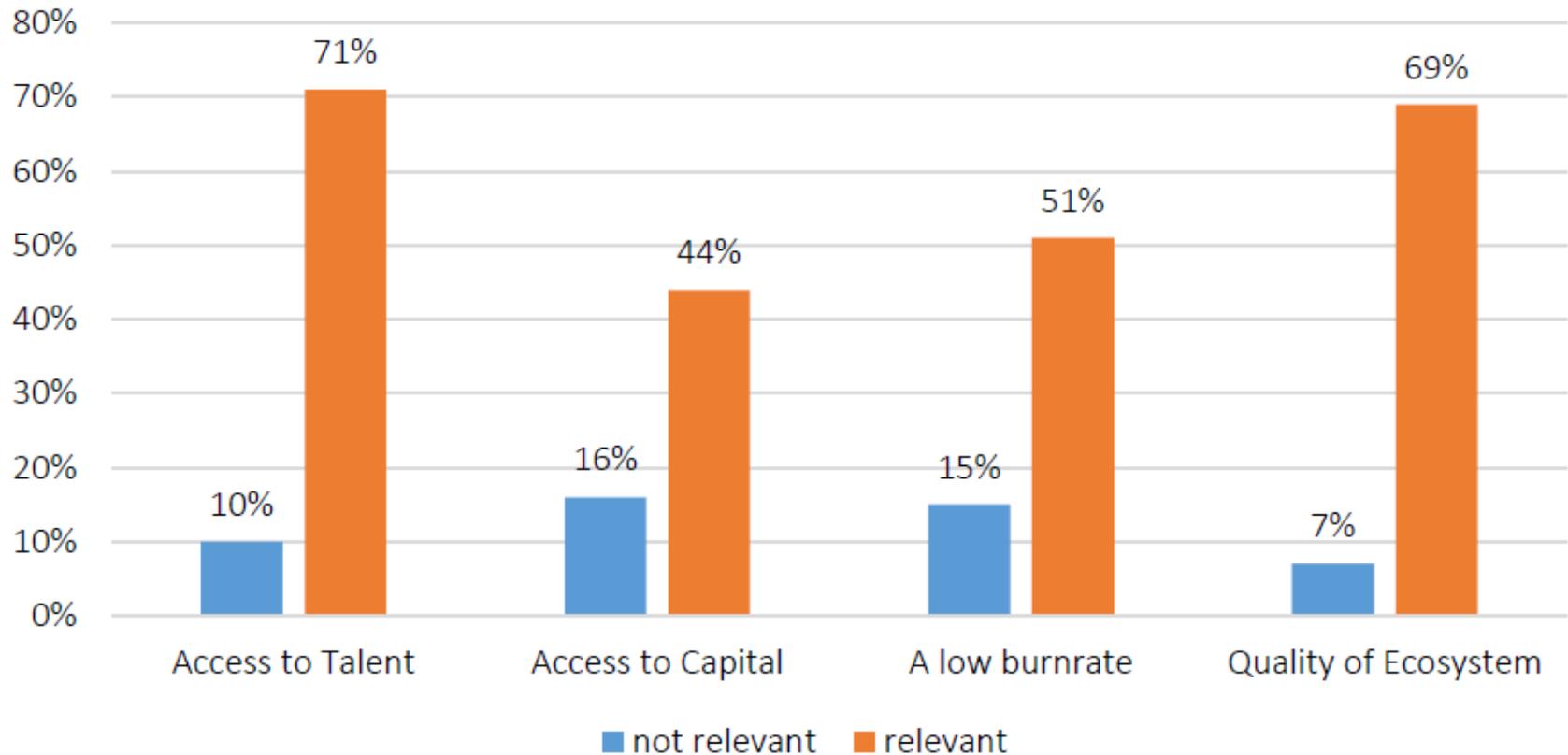
## 2.- EL ECOSISTEMA DE STARTUPS E INVERSORES

---

B.-La selección natural de  
localizaciones

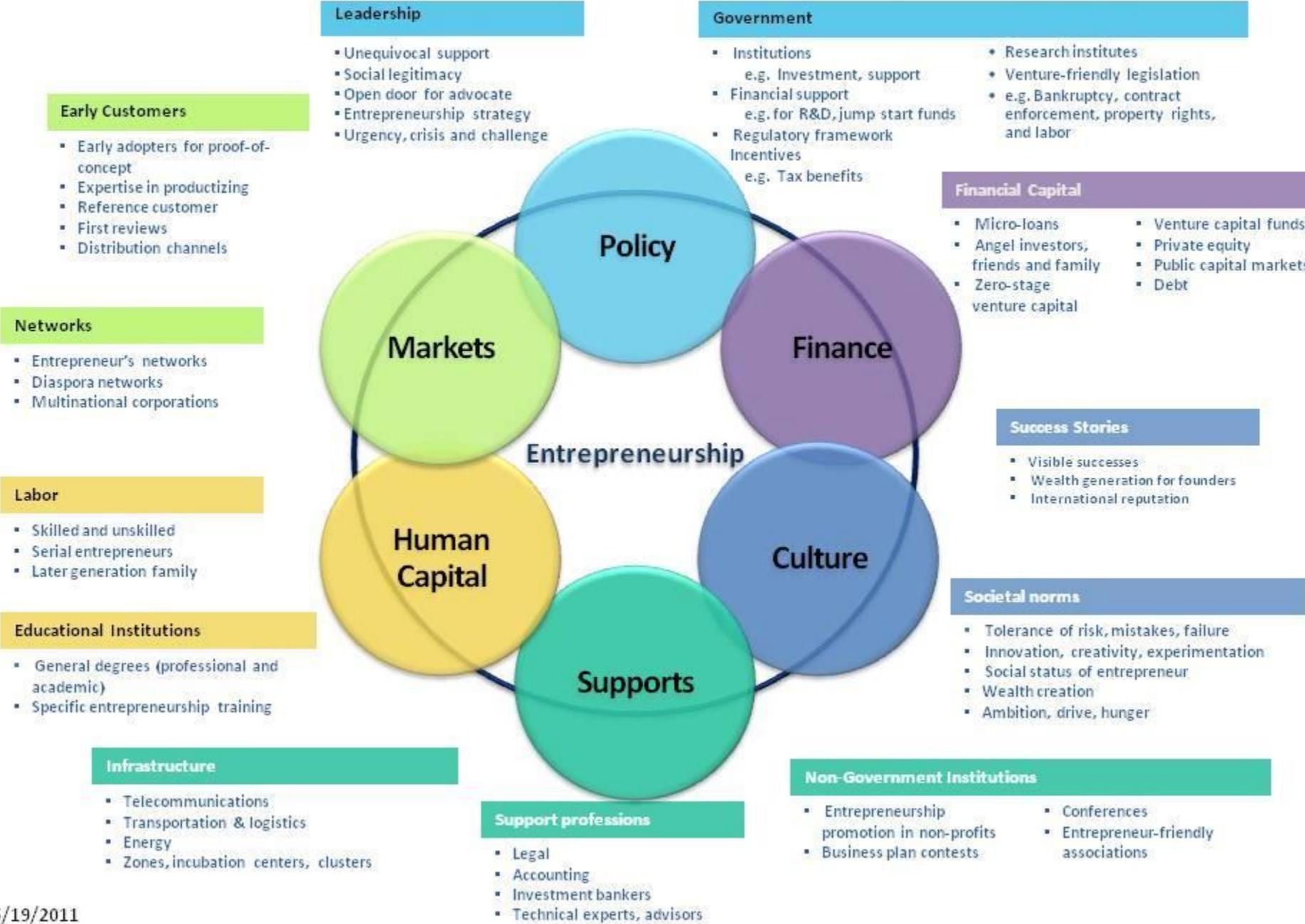


## Relevance of Factors for Location Choice



Startup Heatmap Europe 2016

# Domains of the Entrepreneurship Ecosystem



---

***Around 60 tech hubs in Europe***

+1/3 of European startups concentrated in the 10 biggest hubs

Barcelona and Madrid ranked in the European top 10 in Europe by number of startups



London



Berlin



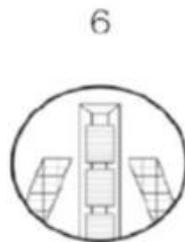
Paris



Amsterdam



Barcelona



Madrid



Stockholm



Dublin

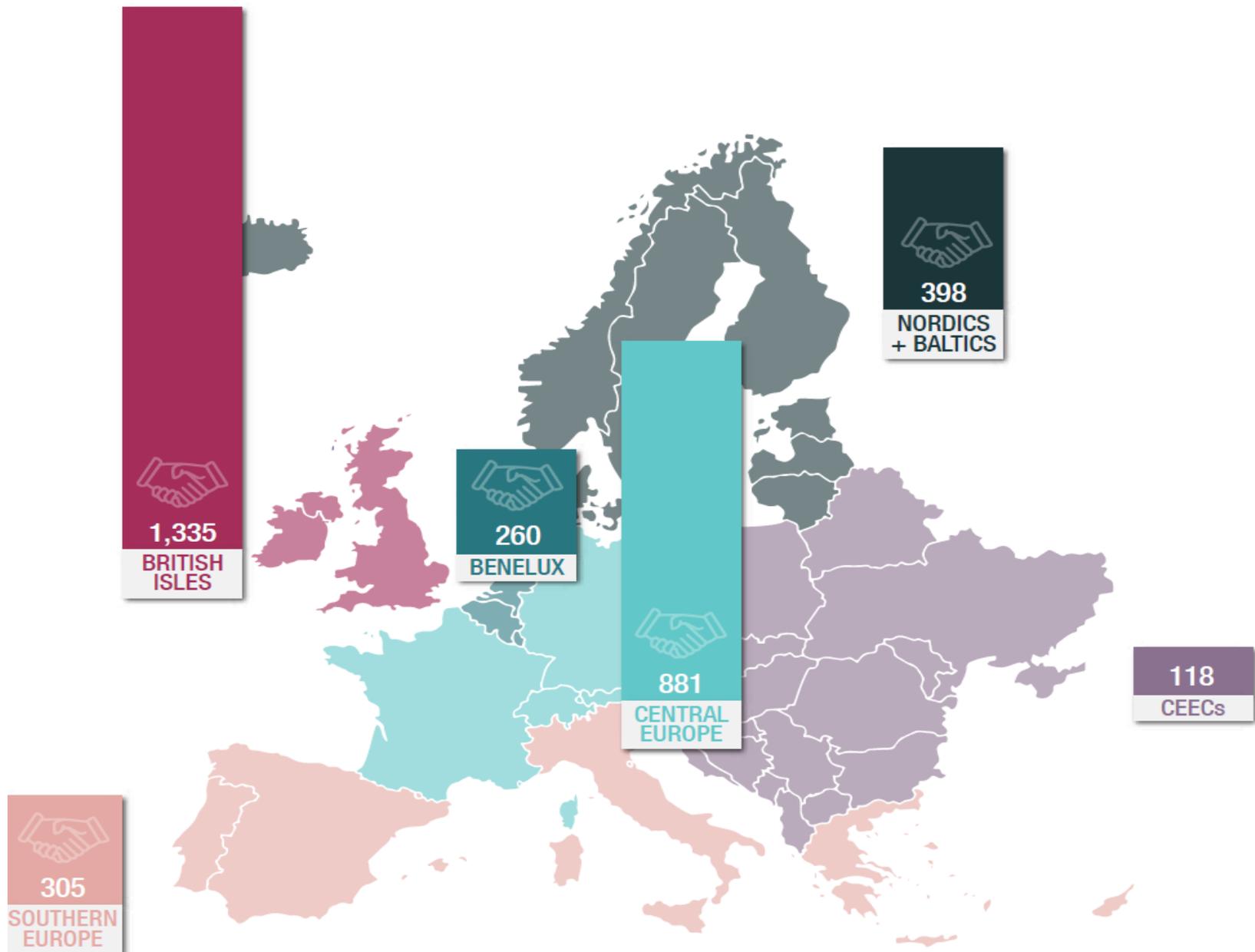


Copenhagen



Milan

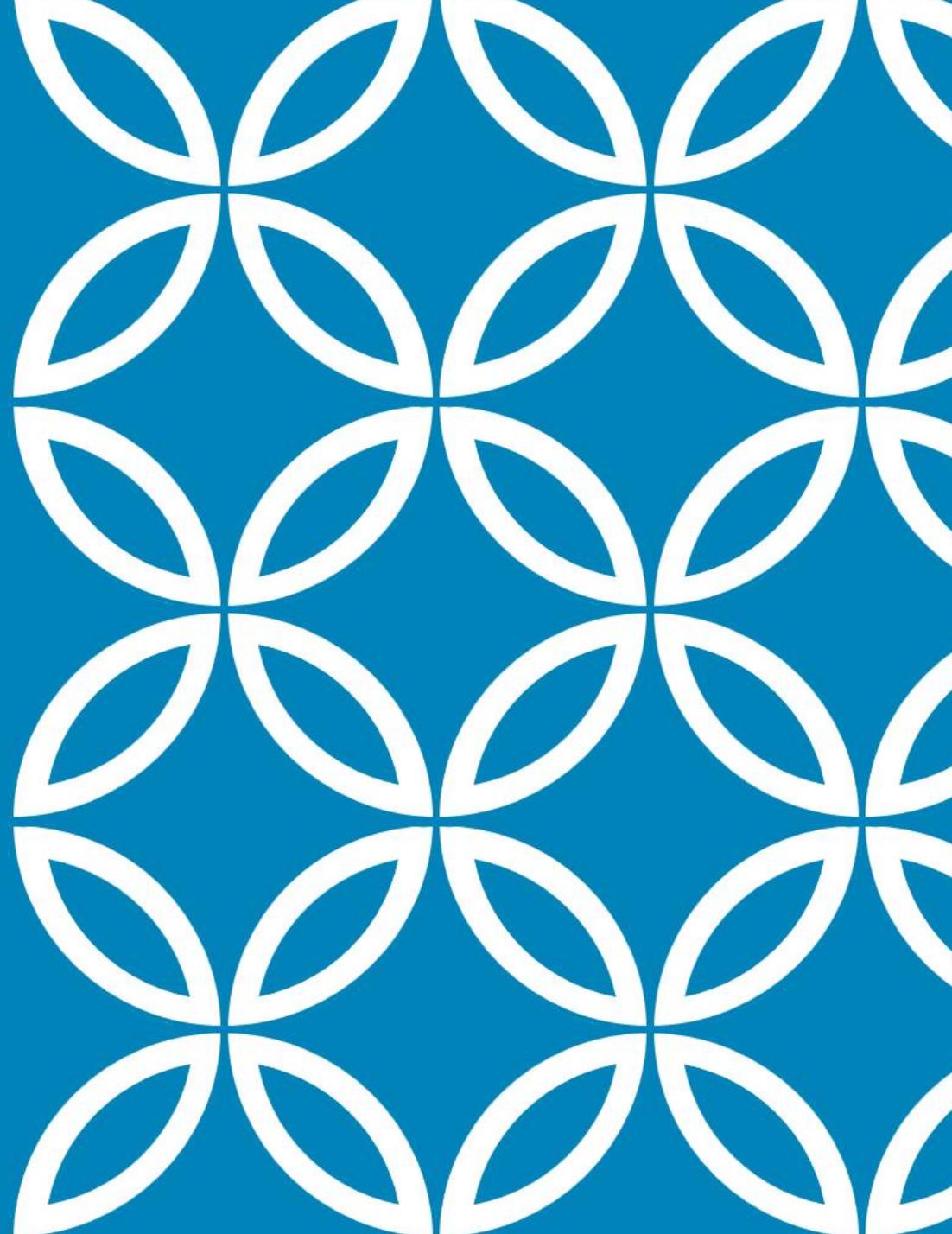
## Startup Acquisitions: Most Active Regions in Europe



## 2.- EL ECOSISTEMA DE STARTUPS E INVERSORES

---

C.- Que está ocurriendo en España



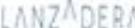
# PRINCIPALES ACTORES DE ECOSISTEMA ESPAÑOL

<b>Aceleradoras</b>	<b>Grupos de Inversores</b>	<b>Redes Business Angels</b>	<b>Plataformas Crowdfunding</b>
Wayra (78)	Toubkal Partners (10)	IESE BAN (18)	Crowdcube (16)
Lanzadera (27)	Antai VB/ Antai BAN (6)	ESADE BAN (15)	The Crowd Angel (4)
Impact (19)	Sitka Capital (6)	Reus Tarragona BA (7)	Capital Cell (2)
Bbooster <sup>2</sup> (16)	Gin Venture Capital (5)	Big Bang Angels (7)	
Conector (12)	Civeta Investment (5)	StartupXplore (4)	
Plug & Play España (12)	Making Ideas Business (5)		

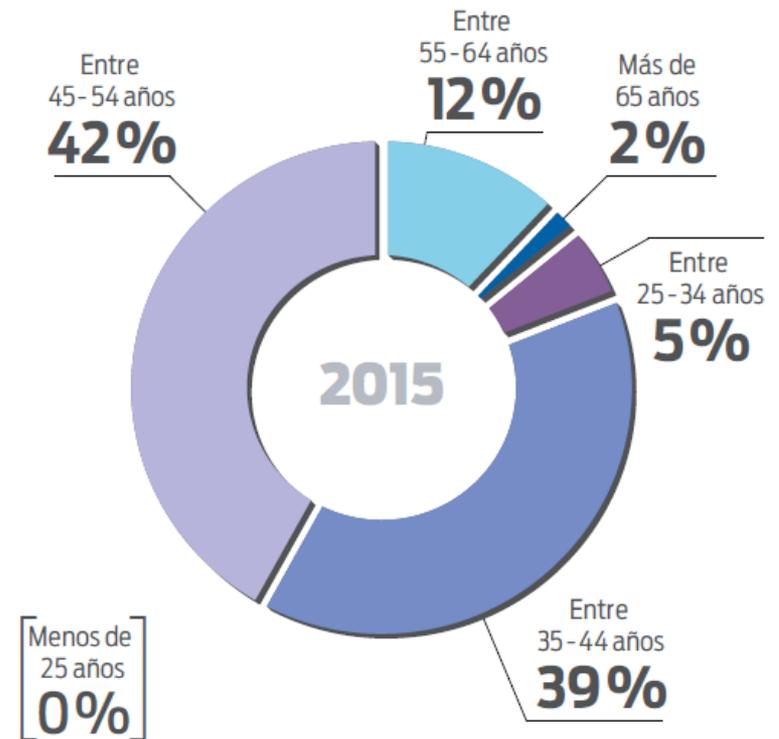
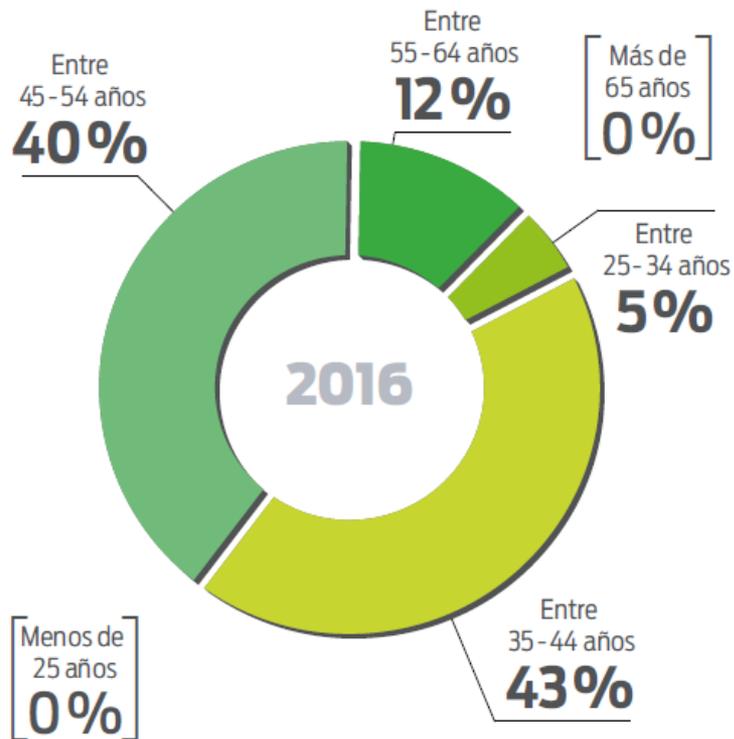
# STARTUPXPLORE

la comunidad de startups e inversores

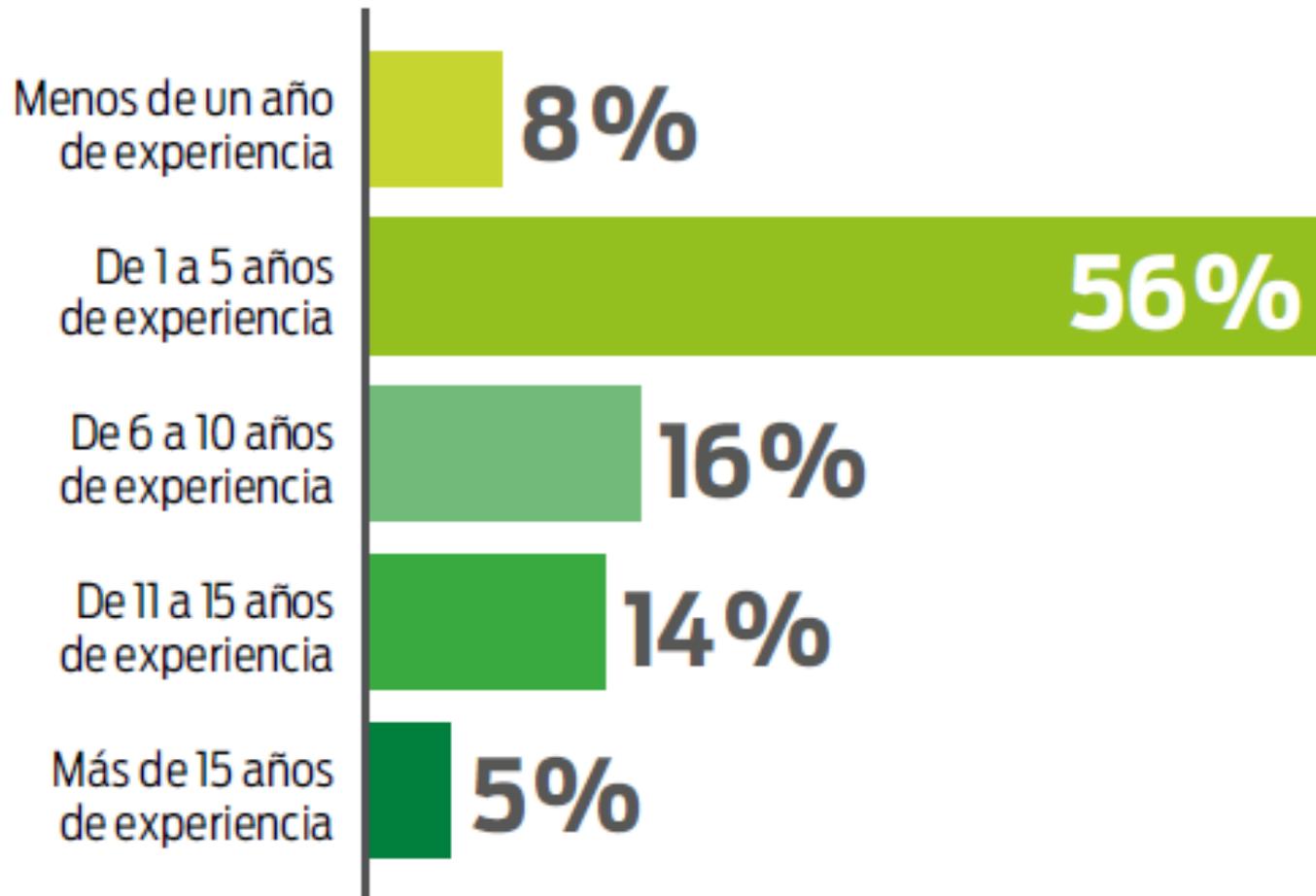
## ACELERADORAS TOP DE ESPAÑA

COMPañIA	FASE	LOCALIZACIÓN	DURACIÓN	ESPACIO DE COWORKING	MENTORES	INVERSORES	FECHA PROGRAMAS	EQUITY	CAPITAL
	Preseed	Madrid	8 semanas	✓	✓	✓	Septiembre	✗	✗
	Preseed Seed	Valencia	11 meses	✗	✓	✓	Noviembre > Preseed Febrero > Seed	✗	hasta 200K
	Seed	Valencia	4 meses	✓	✓	✓	Julio/Agosto Enero	5-10%	25-50K
	Seed	Madrid	6 meses	✓	✓	✓	Abril	7-10%	50K
	Seed	Barcelona y Madrid	3-6 meses	✓	✓	✓	2 veces al año: en primavera y otoño	✗	Investor's day hasta 200K
	Seed Startup Crecimiento	Valencia	4 meses	✓	✓	✓	Mayo Octubre	Depende del proyecto	hasta 300K

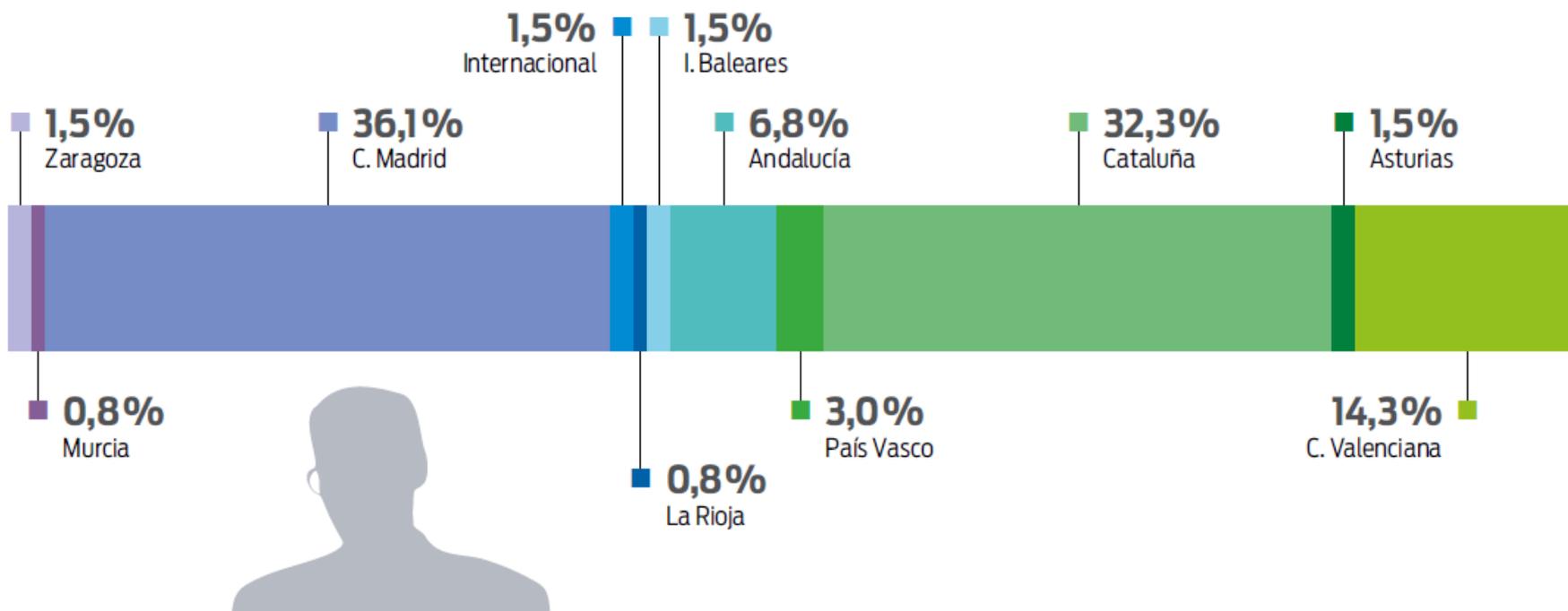
## La edad media de los *business angels*, 2016 y 2015



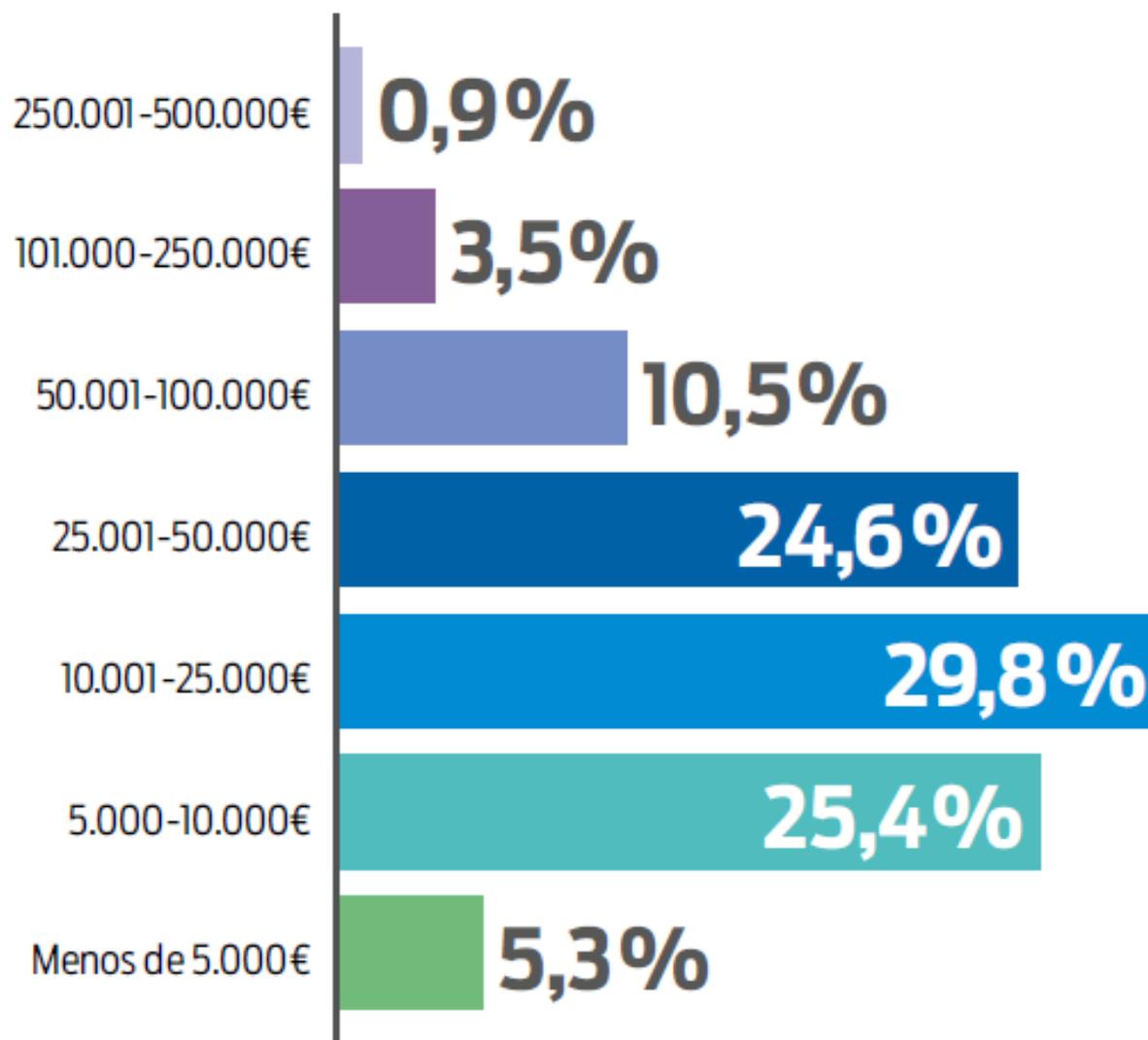
## Desglose de los *business angels* según experiencia



## Desglose de los *business angels* según ubicación



## Ticket medio por inversor



## Principales fuentes de oportunidades de inversión

Buscando activamente en eventos, aceleradoras y otros;

**11%**

Referencias de emprendedores en los que ya he invertido;

**4%**

Emprendadores directamente;

**24%**

Amigos y socios;

**25%**

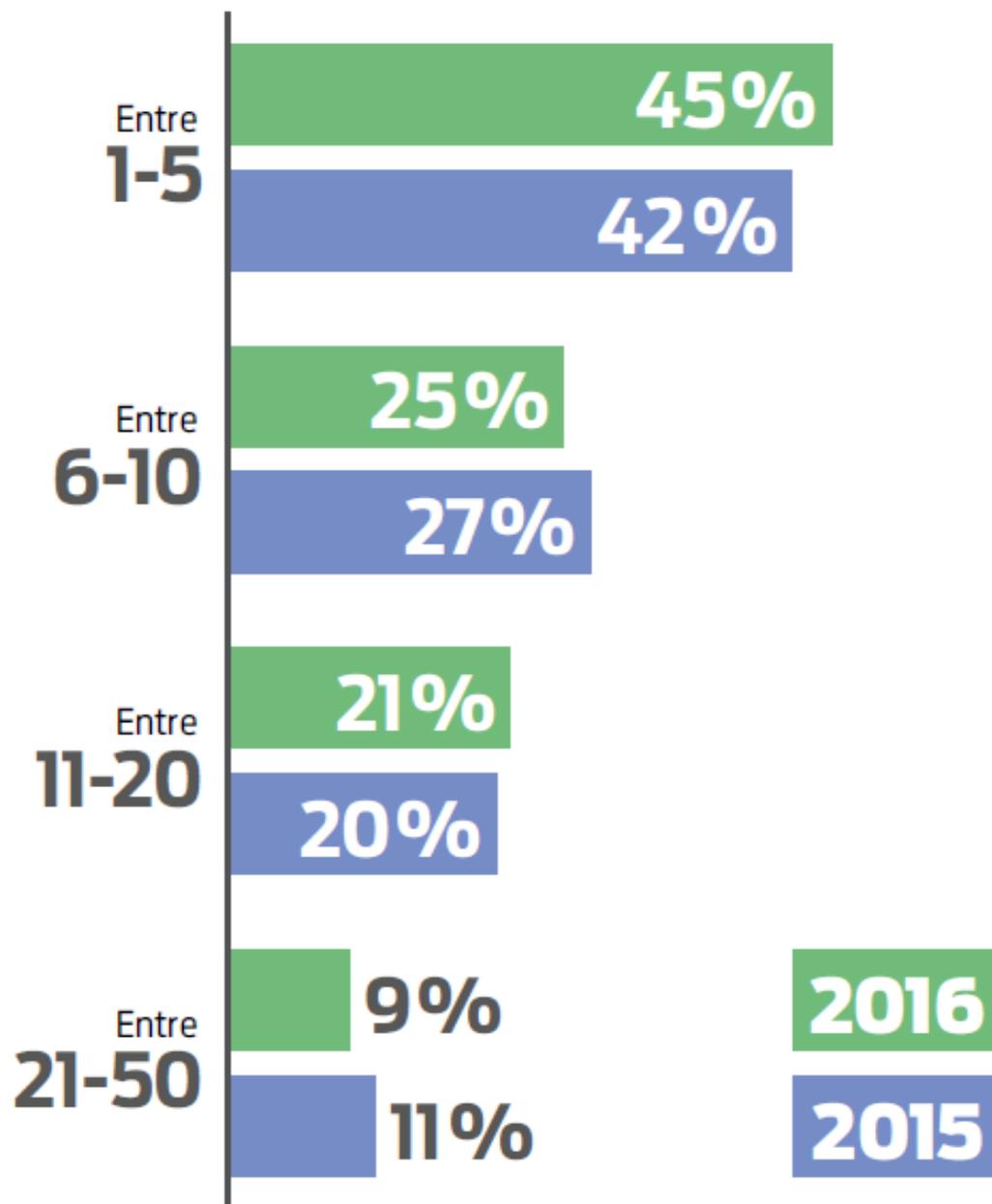
Una red de *business angels*, un club o un fondo;

**29%**

Plataformas online de *crowdequity* o *crowdfunding*;

**7%**

## Tamaño de las carteras (n.º inversiones)





Solos, sin otros  
coinversores

**6%**  
(1,68 %)



Con otros  
*business angels*

**85,9%**  
(88,8 %)



Con fondos de  
capital riesgo

**43,8%**  
(56,3 %)



Inversores  
corporativos

**18%**  
(30,1 %)



Plataformas de  
crowdfunding

**21%**  
(21,4 %)



Financiación  
pública (ENISA, ICF...)

**62,5%**  
(62,7 %)



Fundaciones

**0,8%**  
(9,5 %)

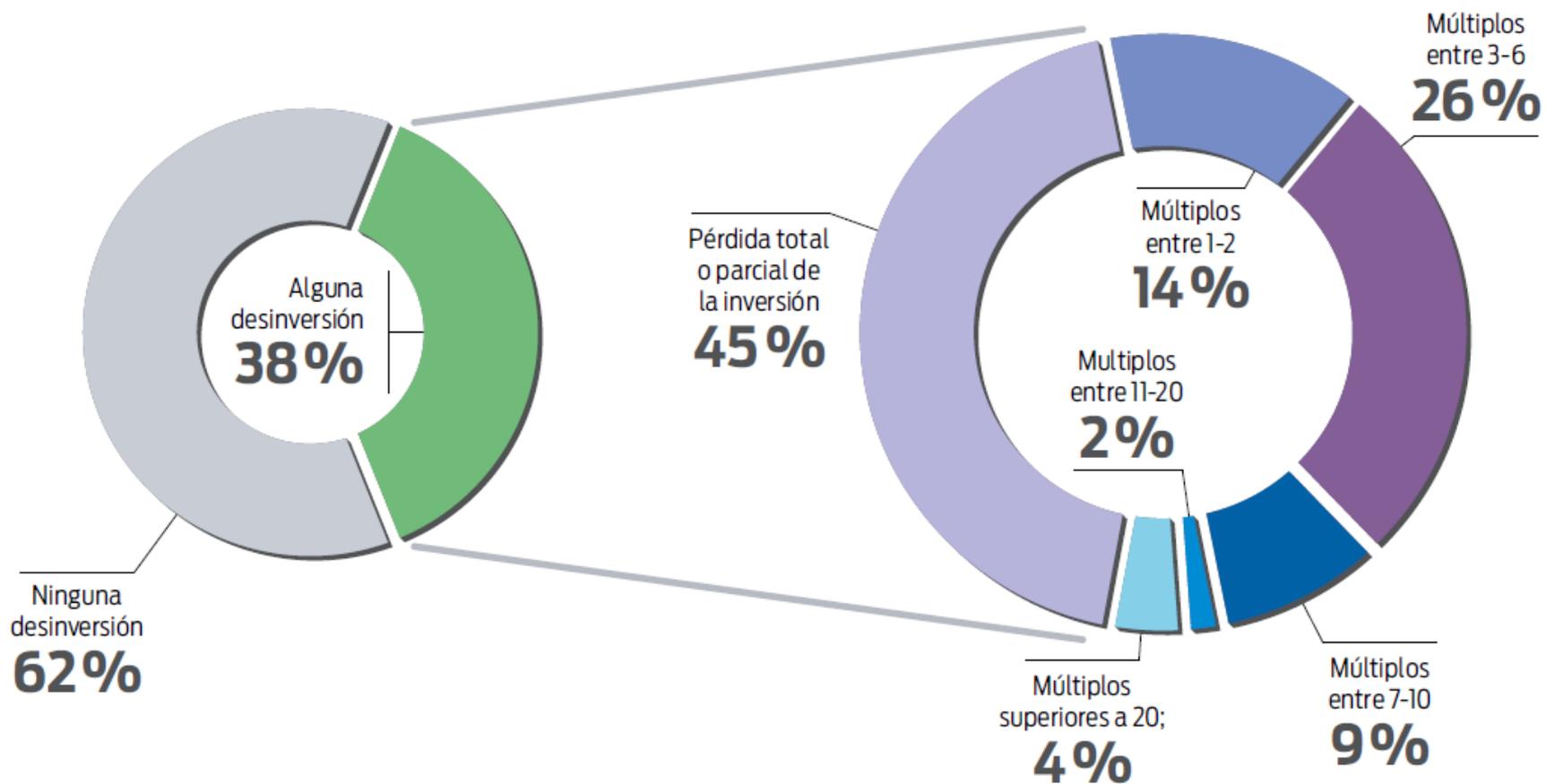


*Family Offices*

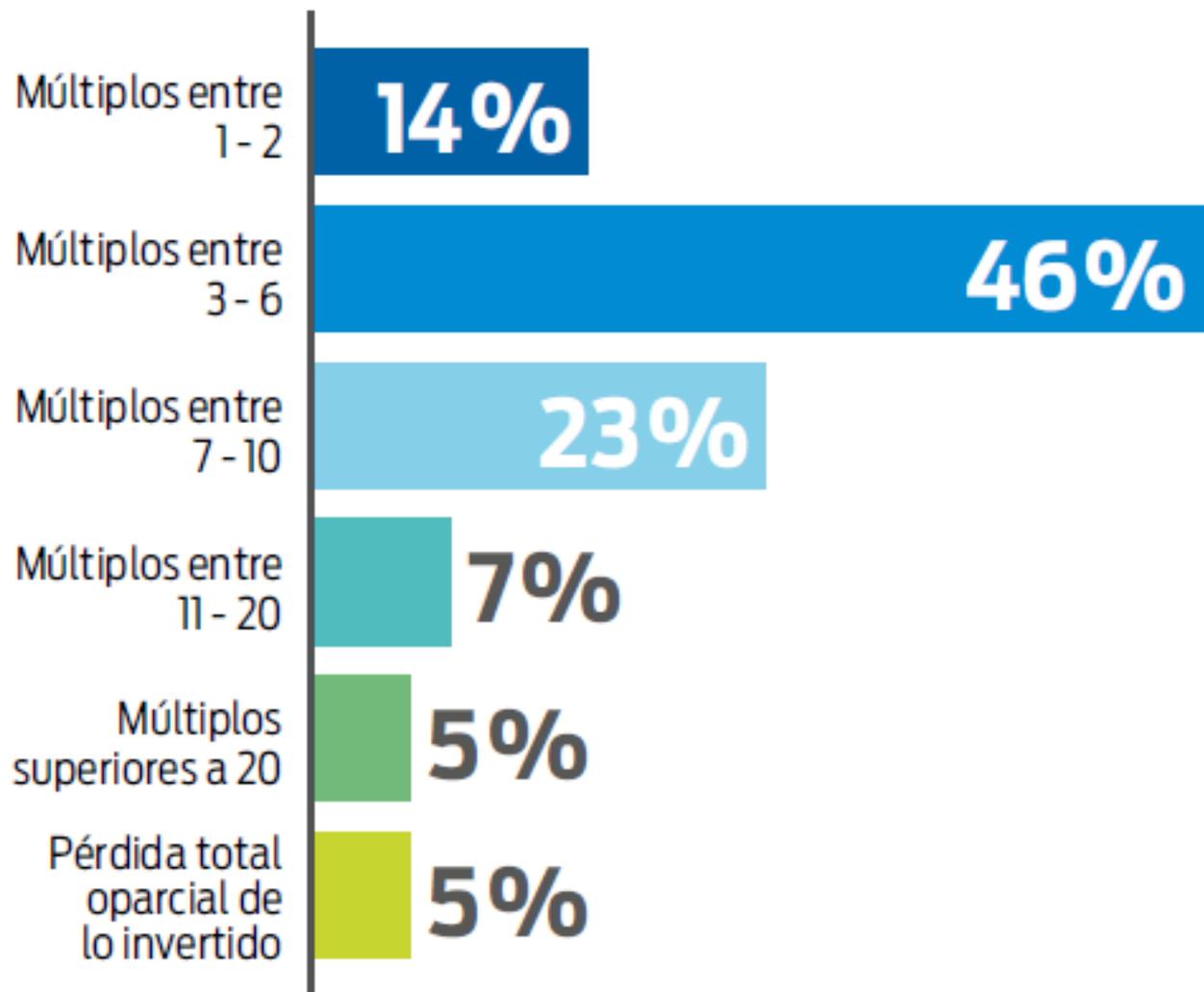
**32%**  
(47,6 %)



**2017**  
(2016)



## : Expectativas de rendimiento sobre una inversión

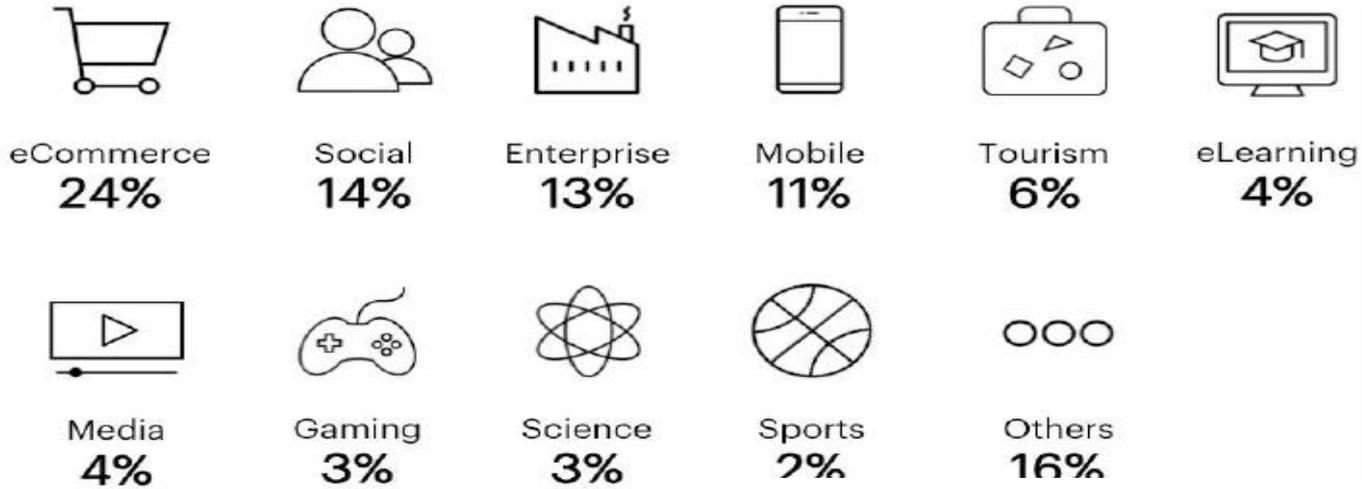


## Capital Invested by Hub



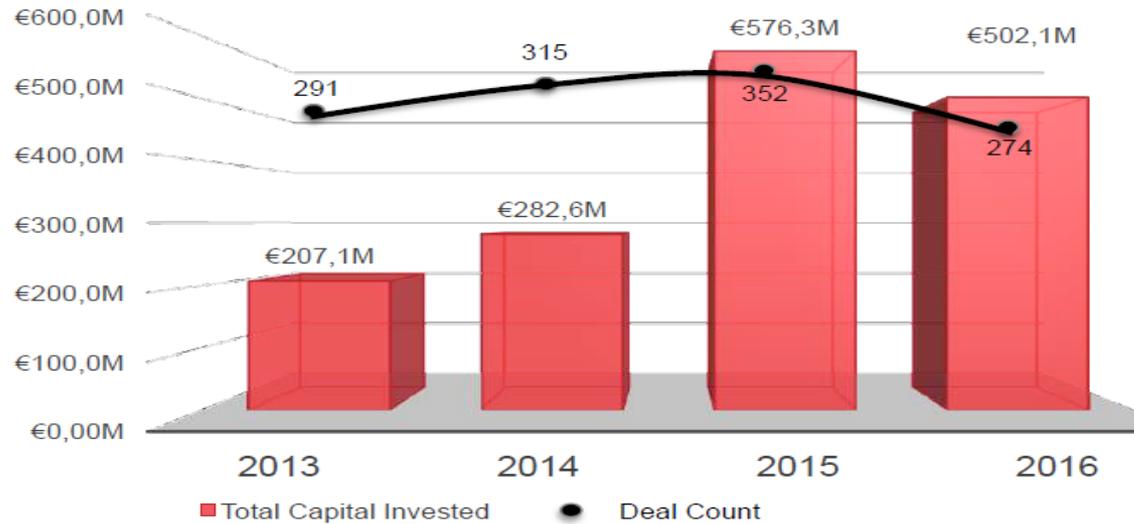
**2.663**

*Startups in Spain in 2016*

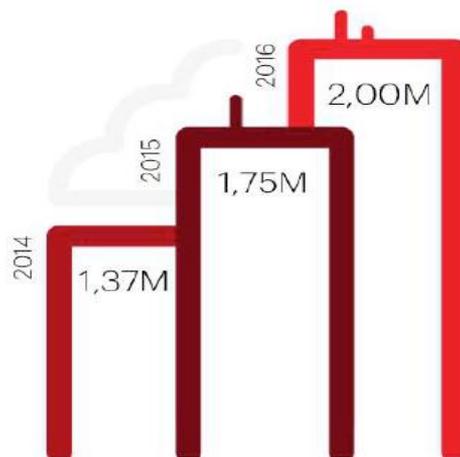


# INVESTMENT IN SPAIN: OVERVIEW

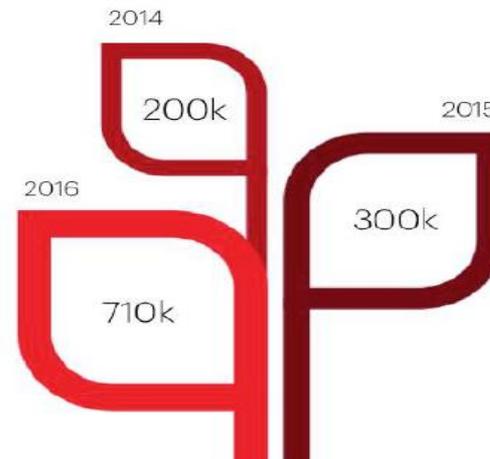
## Total Capital Invested and Deal Count



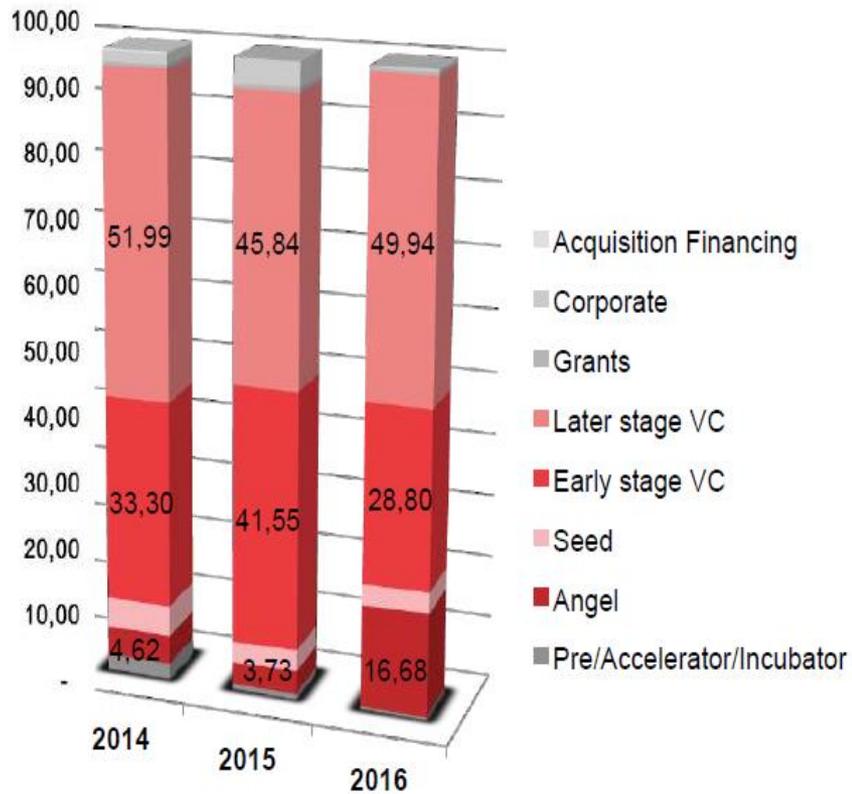
## Valuation Average (M€)



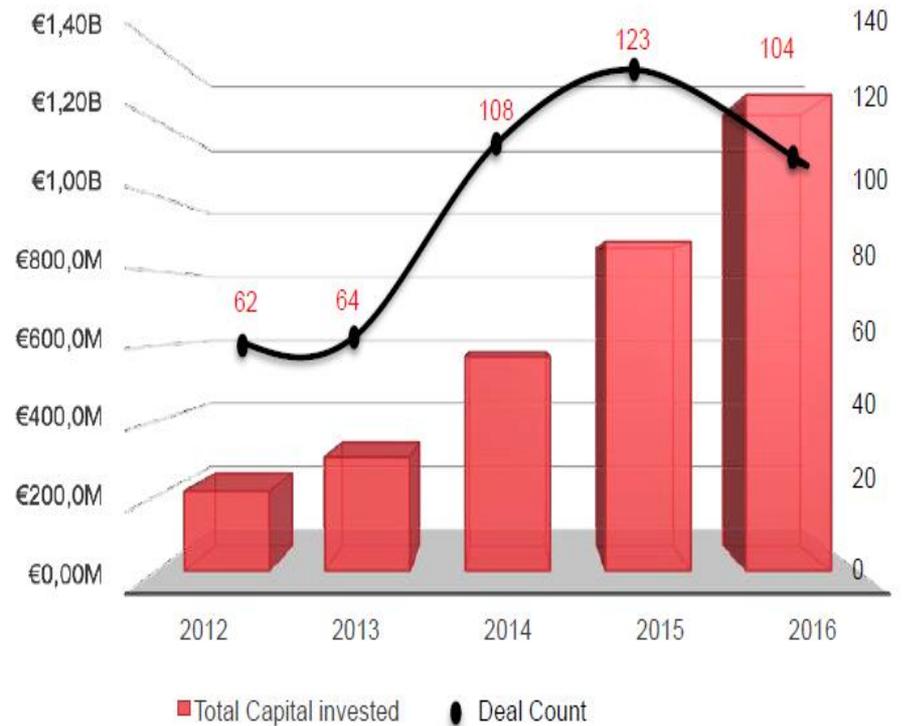
## Capital Invested (M€)



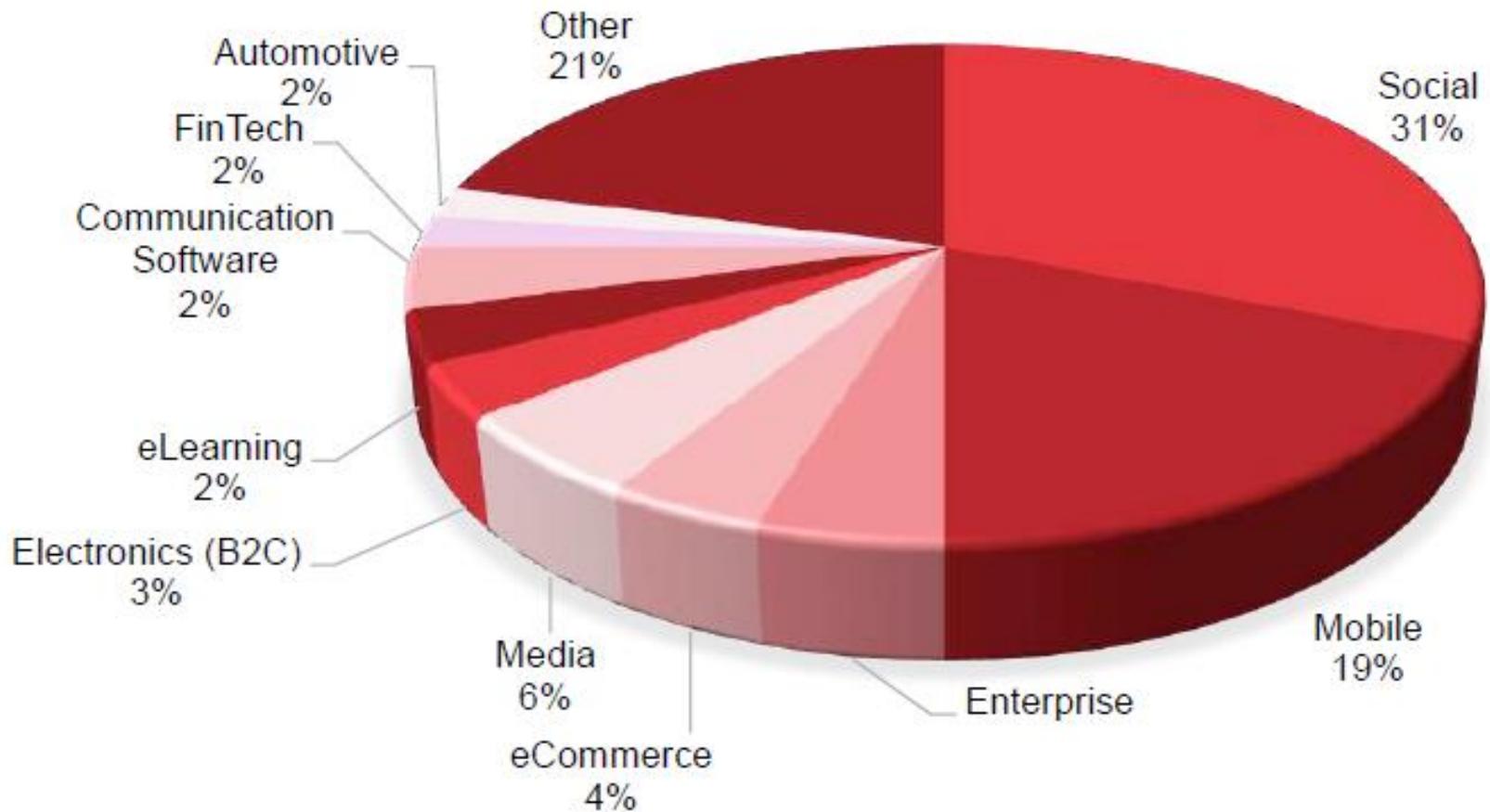
## Capital Invested by Investor Type



## Mergers & Acquisitions



## % Capital Invested by Industries



REPORT BY MOBILE WORLD CAPITAL BARCELONA, 2017

## Capital Invested by Source



# LOS 50 PRINCIPALES EXITS EN ESPAÑA

1. eDreams, €1500 millones, 2014.
2. Jazztel, €550 millones, 2000.
3. Privalia, €500 millones, 2016,
4. Vueling, €475 millones, 2006,
5. Softonic, €275 millones, 2013.
6. Idealista €270 millones, 2015.
7. Social Point, €260 millones, 2017.
8. Arsys, €203 millones, 2007.
9. Infojobs, €185 millones, 2009.
10. Ticketbis, €149 millones, 2016.
11. Olapic, €122 millones, 2016.
12. Olé, €107 millones, 1999.
13. Milanuncios, €100 millones, 2014.
14. Zed Lanetro, €100 millones, 2012.
15. Tuenti, €82 millones, 2010.
16. Acens, €80 millones, 2011.
17. La Nevera Roja, €80 millones, 2015.
18. Trovit, €80 millones, 2014.
19. BuyVip, €70 millones, 2010.
20. Hispavista, €70 millones, 2000.
21. Gige Networks, €58 millones, 2010.
22. Letsbonus, €50 millones, 2012.
23. Bodas.net, €44 millones, 2015.
24. Telepolis, €40 millones, 2011.
25. ReviewPro, €33 millones, 2017.
26. Educaedu, €33 millones, 2010.
27. Ozú, €31 millones, 2001.
28. Encomix, €30 millones, 1999.
29. Zyncro, €30 millones, 2014.
30. Akamon, €29 millones, 2015.
31. Habitissimo, €29 millones, 2017.
32. Indisys, €26 millones, 2013.
33. PasswordBank, €25 millones, 2013.
34. Sindelantal, €25 millones, 2015.
35. Viajar.com, €20 millones, 2007.
36. CTV-Jet, €18 millones, 2000.
37. LatinRed, €18 millones, 1999.
38. Inforchat, €17 millones, 1999.
39. Niumba, €15 millones, 2013.
40. WuakiTV, €15 millones, 2013.
41. Saranet, €15 millones, 2013.
42. TopRural, €14 millones, 2012.
43. Arrakis, €13 millones, 1999.
44. Intercom ISP, €13 millones, 1998.
45. Ciudad Futura, €12 millones, 1999.
46. Ferca & Veloxia, €10 millones, 2008.
47. PetCoach, €10 millones, 2017.
48. Trip4Real, €5-€10 millones, 2016.
49. Neurona, €7 millones, 2007.
50. Panoramio, €6 millones, 2007.

**Rounds bigger than €10M**

privalia \*



NETTV



digitalOrigin



jobandtalent

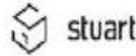


Typeform



Flyware

jobandtalent



CABIFY

Olapic

kantox  
Tomorrow's FX today

beabloo  
Communicate everywhere



CABIFY

4iQ



jobandtalent

inbenta



cornerjob

2013

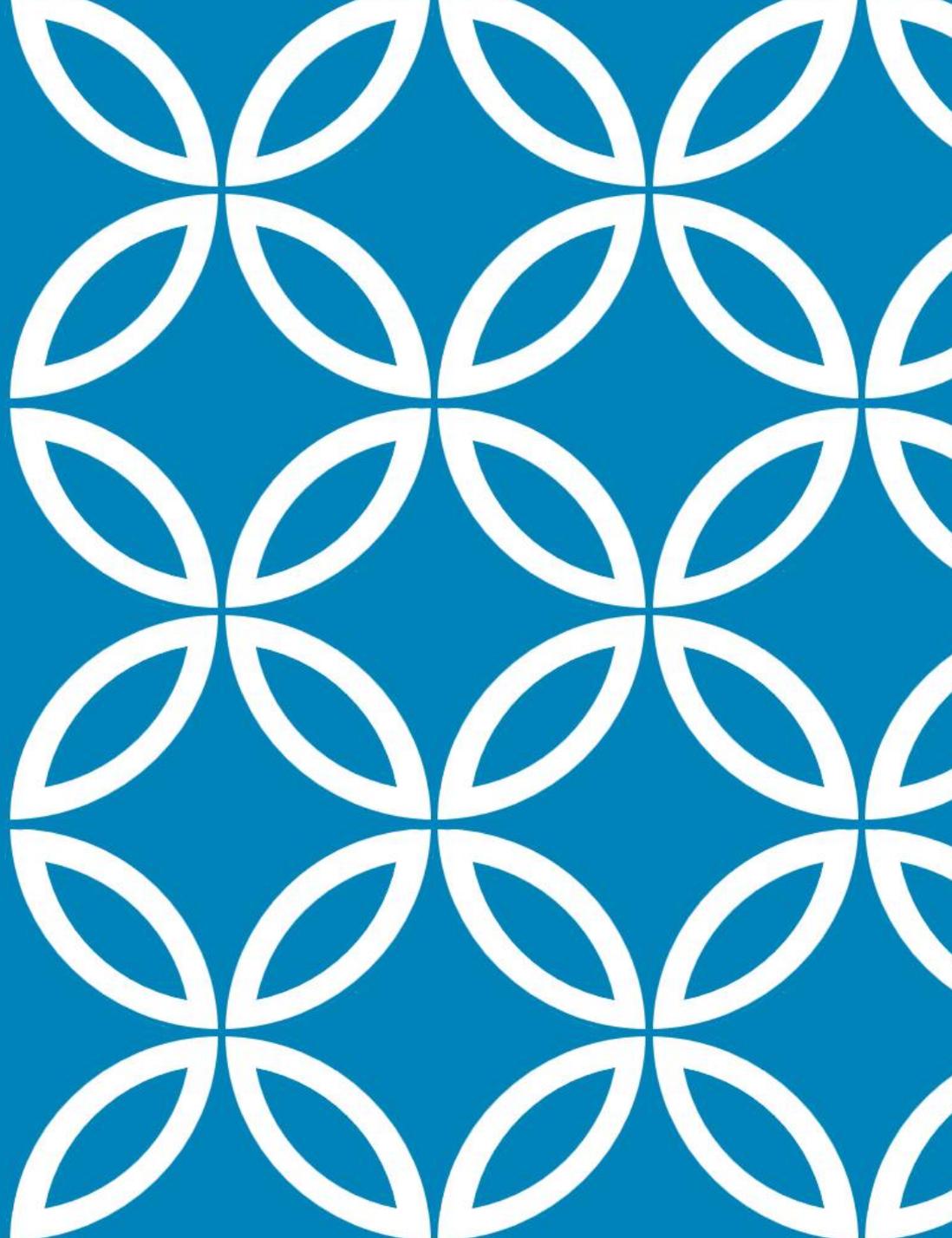
2014

2015

2016

### 3.- LAS FASES DE INVERSIÓN

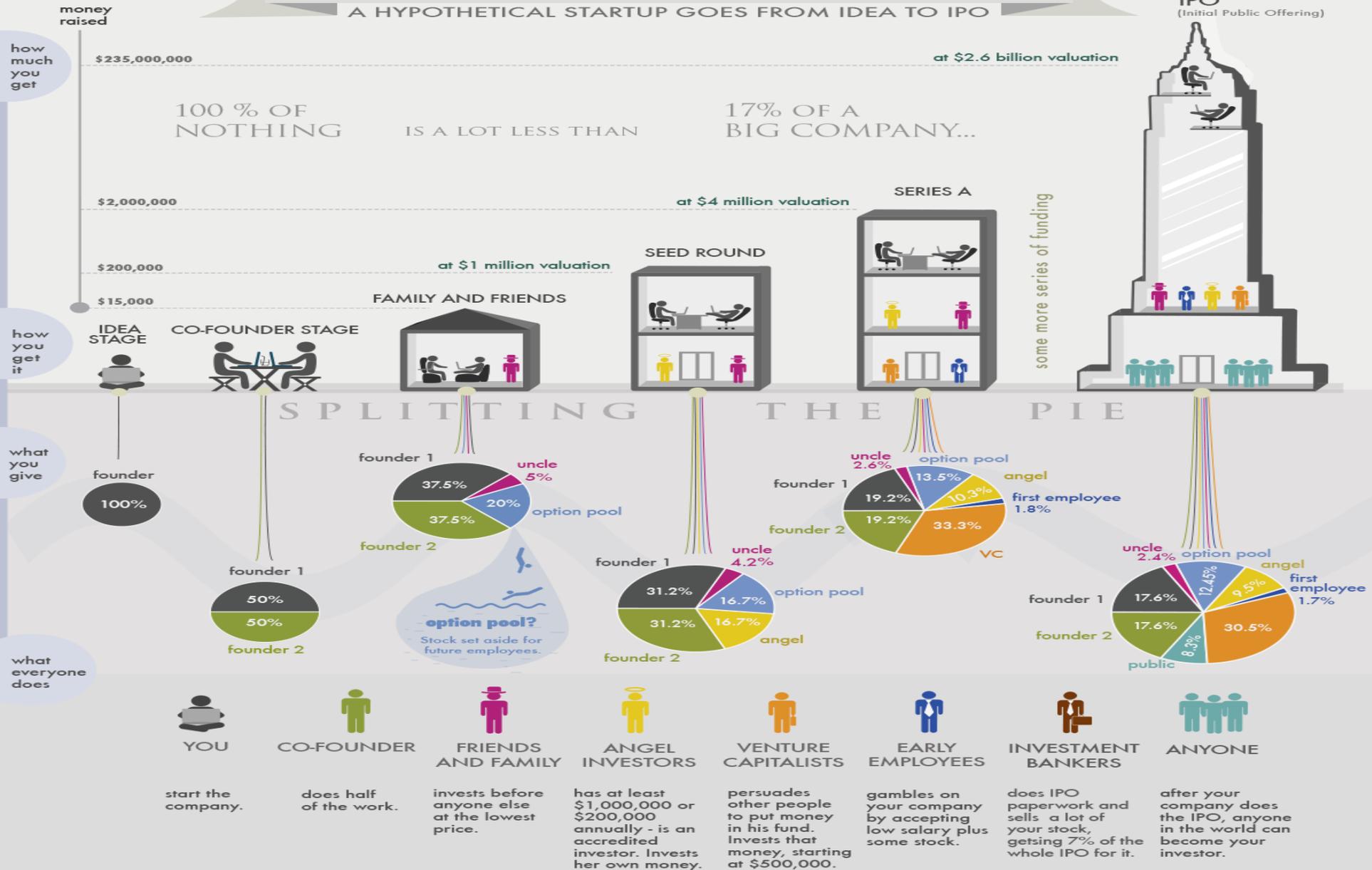
---



# HOW STARTUP FUNDING WORKS

BY ANNA VITAL

A HYPOTHETICAL STARTUP GOES FROM IDEA TO IPO



FFF

STARTUP  
FACTORY

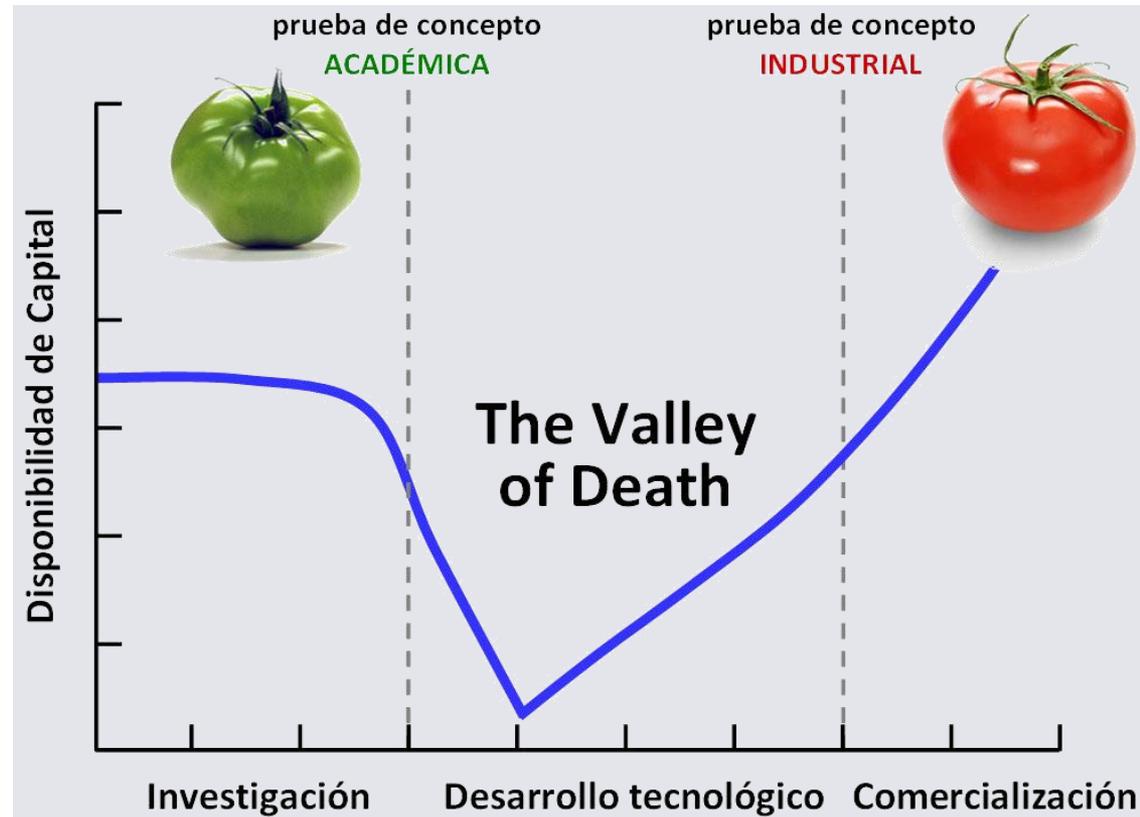
2UP

VC

SERIE A

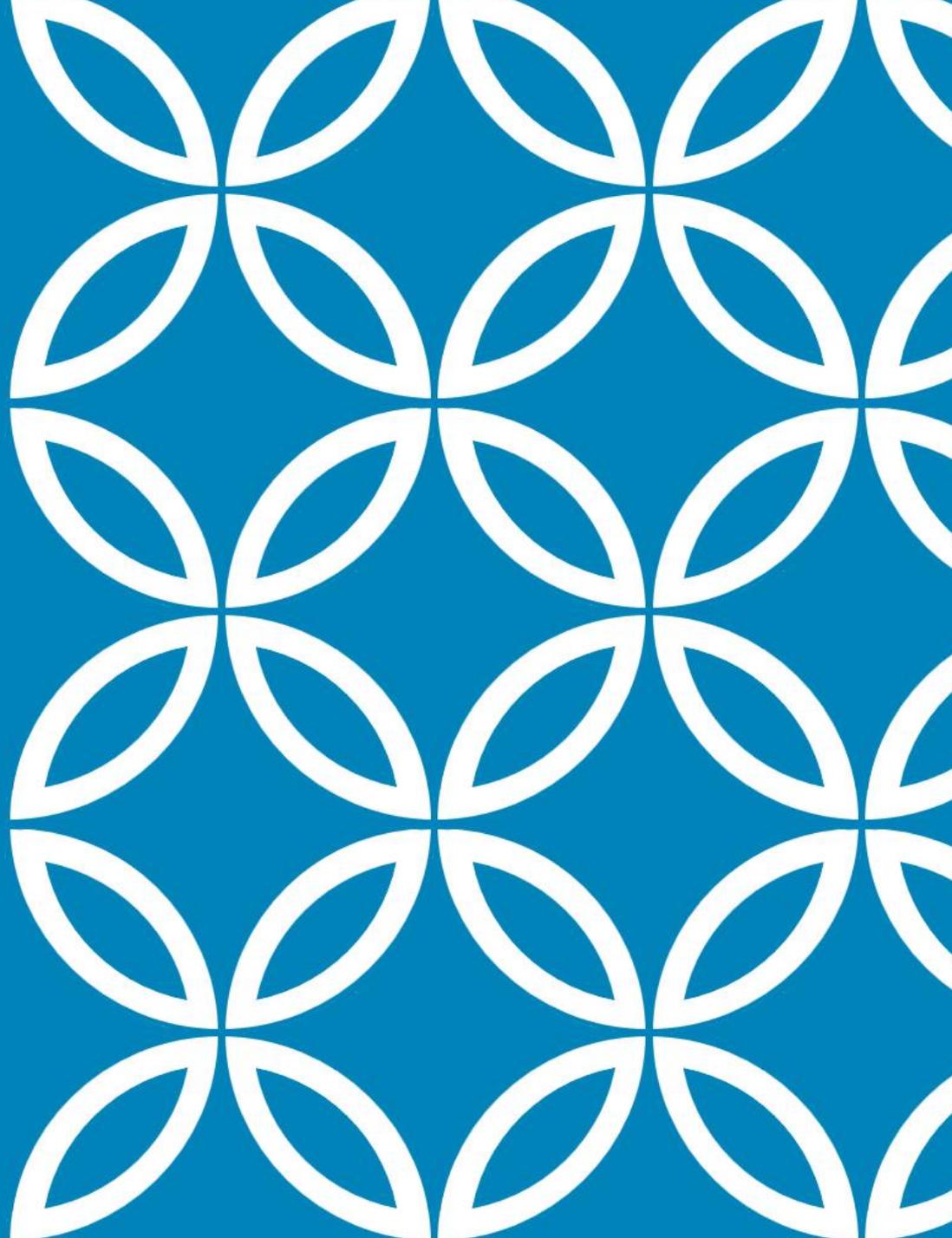


Ámbito temporal  
de la Inversión

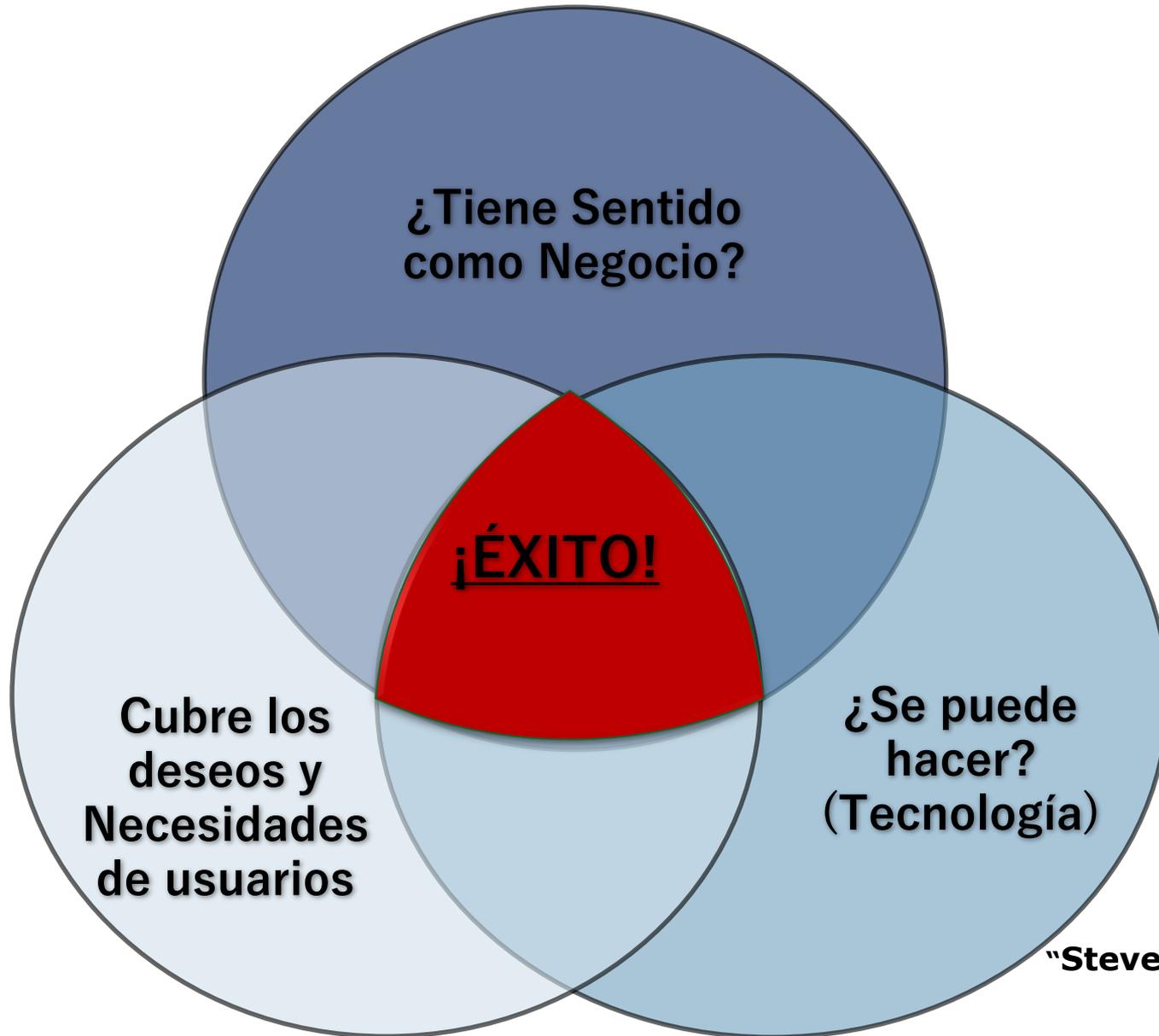


## 4.- ASPECTOS CLAVES PARA EL ÉXITO DE UN PROYECTO

---



# ASPECTOS CLAVES PARA EL ÉXITO

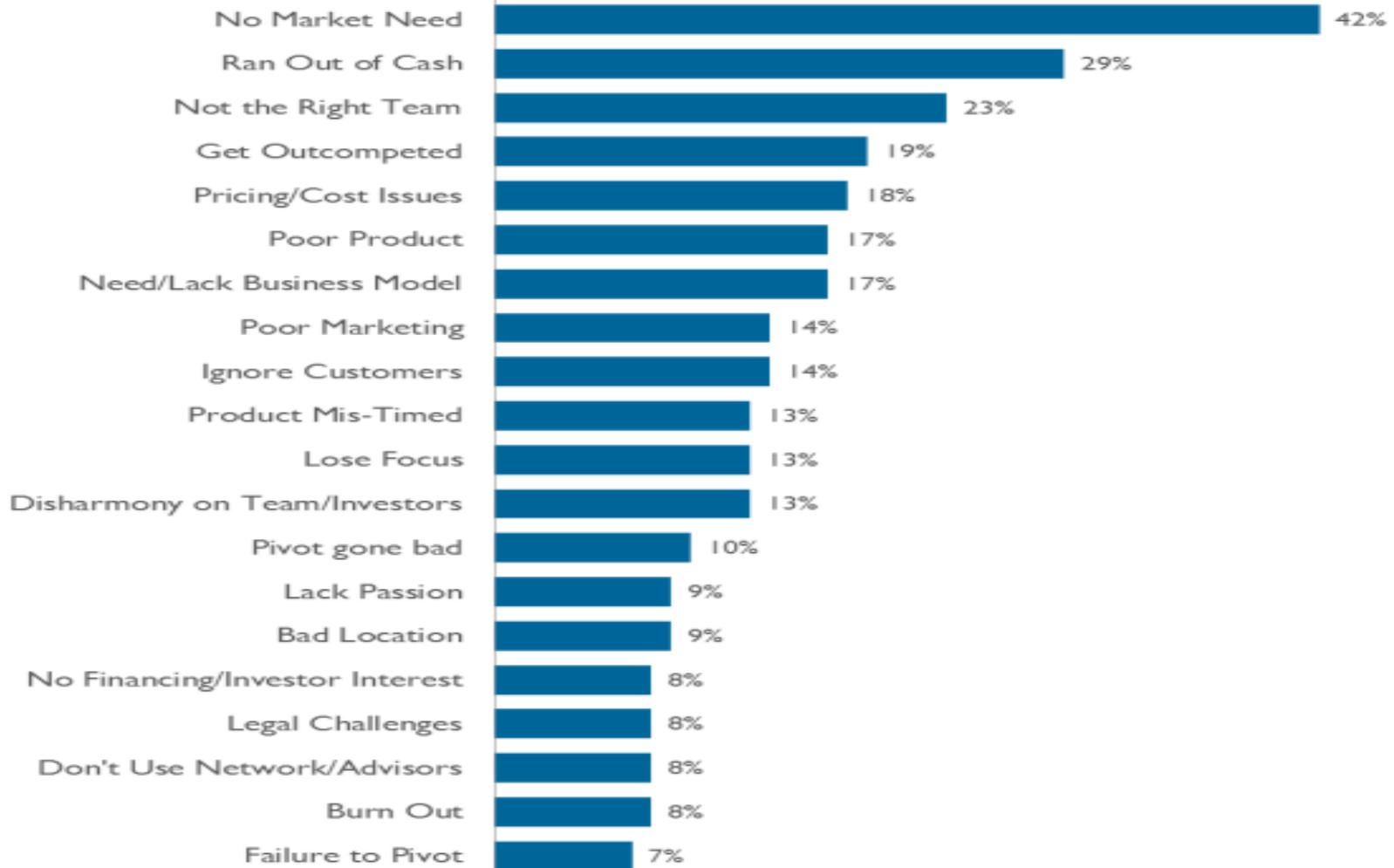


“Steve Vasallo-Stanford”

# ASPECTOS CLAVES PARA EL ÉXITO

## Top 20 Reasons Startups Fail

Based on an Analysis of 101 Startup Post-Mortems





# ASPECTOS CLAVES PARA EL ÉXITO

¿QUE ES MÁS IMPORTANTE?



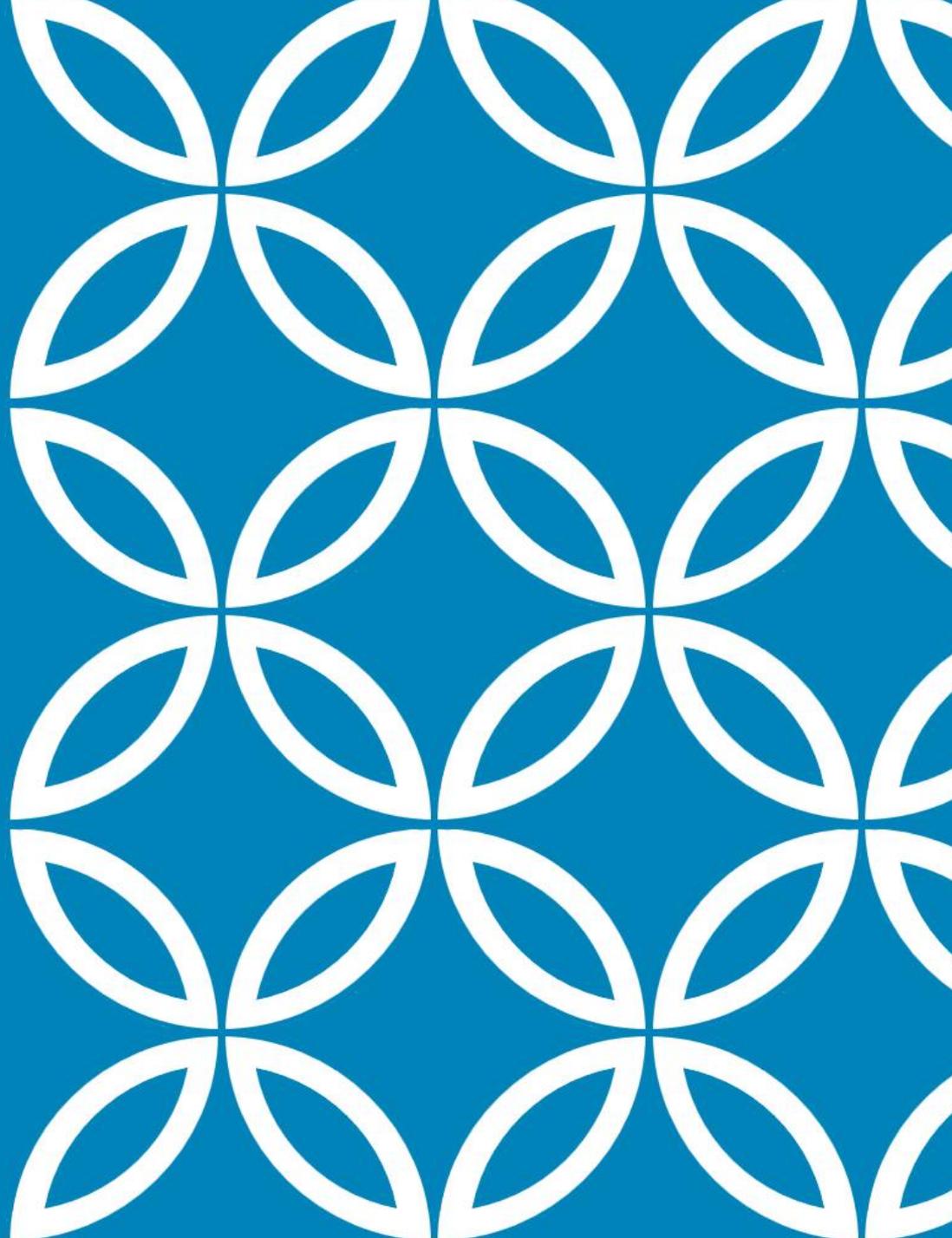
¿El Caballo?



¿o el Jinete?

5.- LAS  
PREGUNTAS  
BASICAS QUE  
DEBE HACER UN  
INVERSOR

---



# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



¿Cual es el **problema**  
que pretendes resolver  
y cual tu **solución?**

# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



**¿Quién eres y que has  
conseguido hasta  
ahora en tu  
proyecto/en tu vida?**

# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



¿Cual es el **mercado** al  
que te diriges. Que  
**tamaño** tiene?

# **LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR**



**¿Como vas a conseguir  
los clientes?**

# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



¿Quienes son tus  
**competidores** y cual es  
tu valor **diferencial**?

# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



¿Cuál es tu **modelo de negocio**. De donde vienen los ingresos?

# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



¿Cuales son tus  
principales  
**números/métricas**  
actuales y previstos?

# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



¿Quienes te  
**acompañan** en tu  
proyecto: **socios,**  
**empleados,**  
**asesores...?**

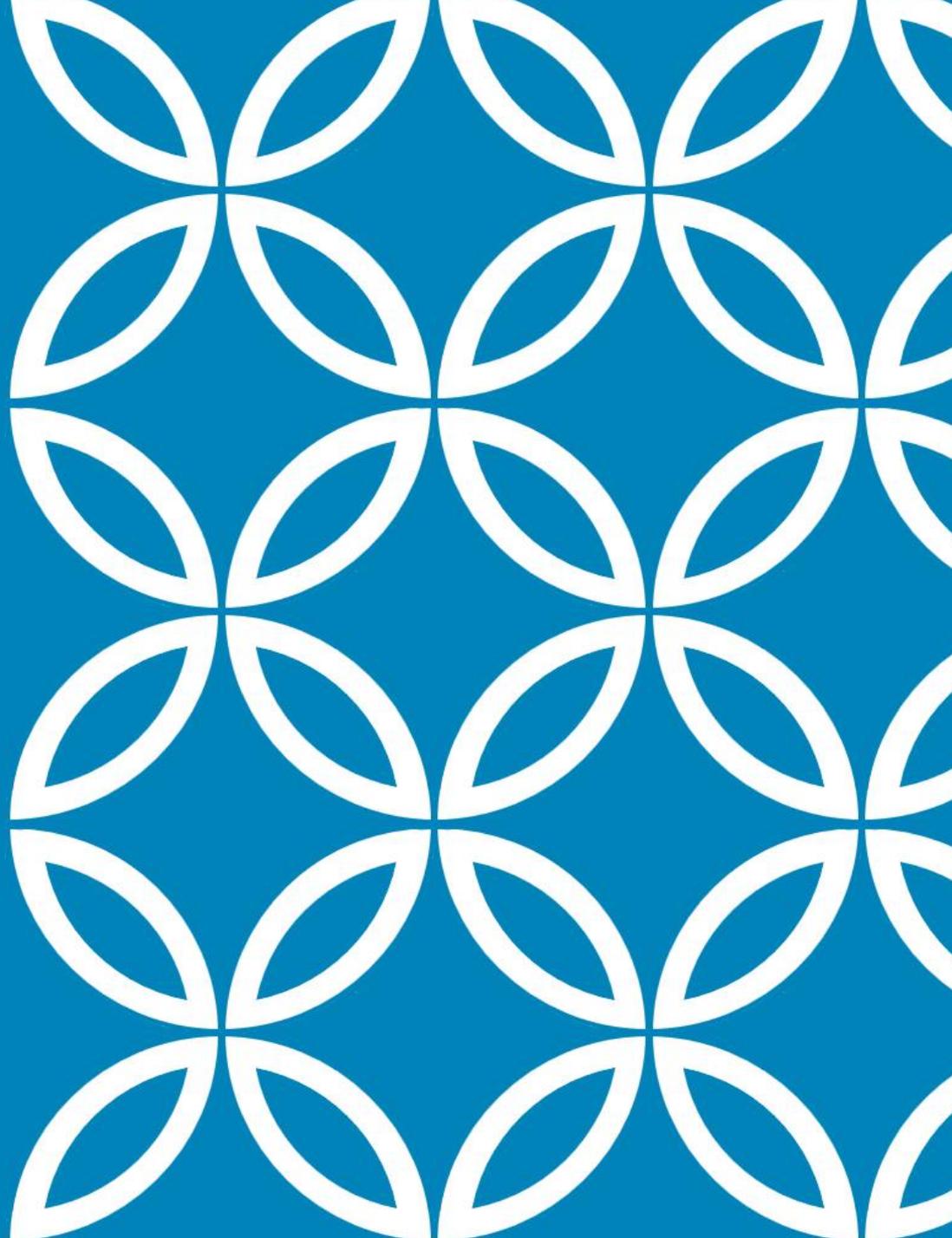
# LAS PREGUNTAS QUE DEBE HACER UN INVERSOR



¿Cuanto dinero  
**necesitas** y en que te lo  
vas a **gastar?**

## 6.- CUANDO DEBE SALIR HUYENDO UN INVERSOR

---



# HUYE CUANDO OIGAS



Que tienen un proyecto  
que va a **ser mejor** que  
**Google/Facebook**

# HUYE CUANDO OIGAS



Que casi todo el **dinero del inversor** va a ser para pagar el **sueldo** de los emprendedores

# HUYE CUANDO OIGAS



Que el emprendedor  
habla **solo del**  
**producto** y se olvida  
del **negocio**

# HUYE CUANDO OIGAS



Que el emprendedor **no**  
**pone dinero** en el  
proyecto, ya que bastante  
hace que pones **su talento**  
**y tu trabajo**

# HUYE CUANDO OIGAS



Que te meten **prisa** por cerrar el acuerdo diciéndote que tienen una **cola de inversores** esperando (salvo que sea verdad) o que **no llegan** a fin de mes

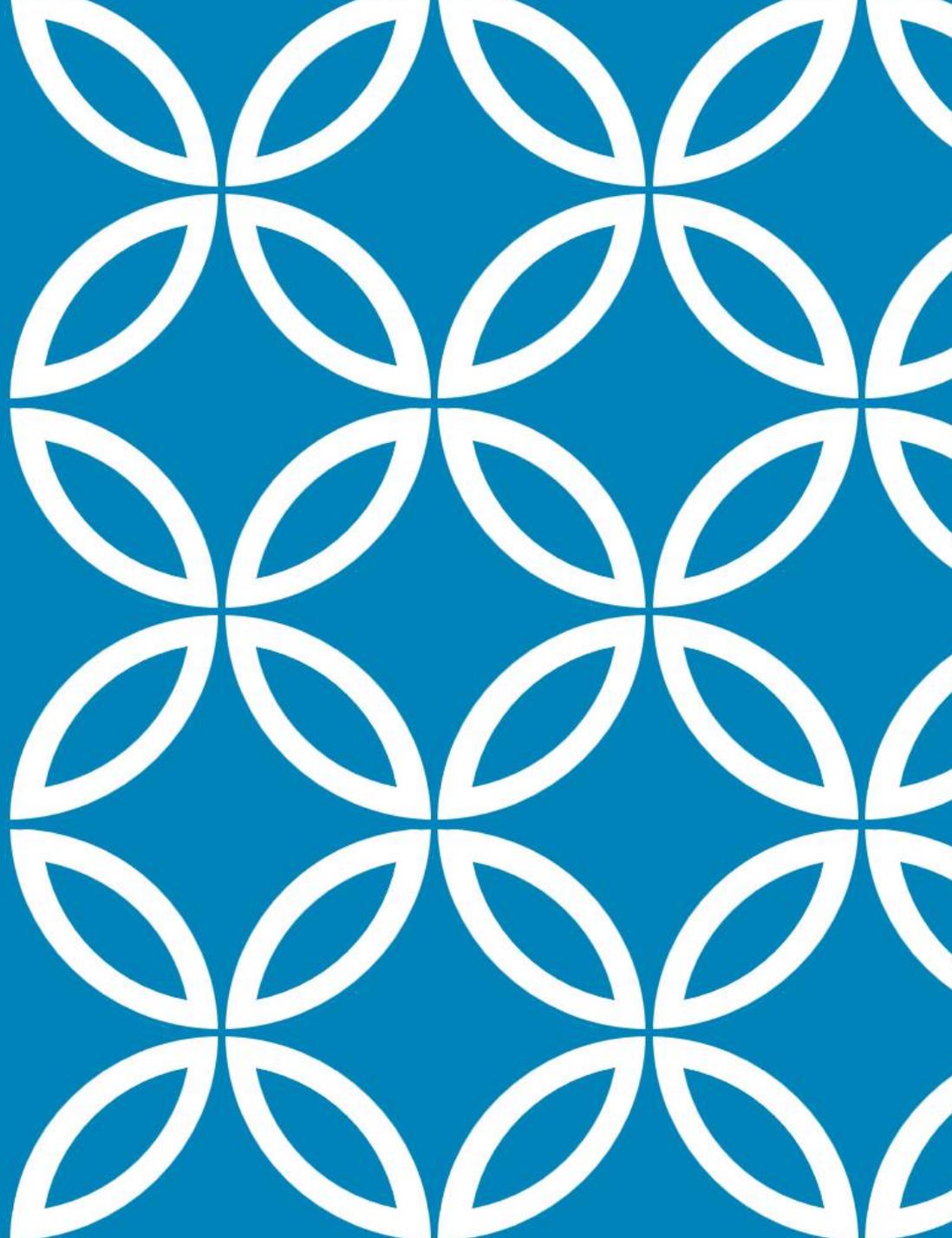
# HUYE CUANDO OIGAS



Que no tienen todavía  
ingresos, ni clientes después  
de 2 años, pero que **con una  
inversión de 1MM€** triunfan  
seguro, ya que tienen un  
**producto único**

## 7.- UNA SÍNTESIS DE LAS MÉTRICAS PRINCIPALES

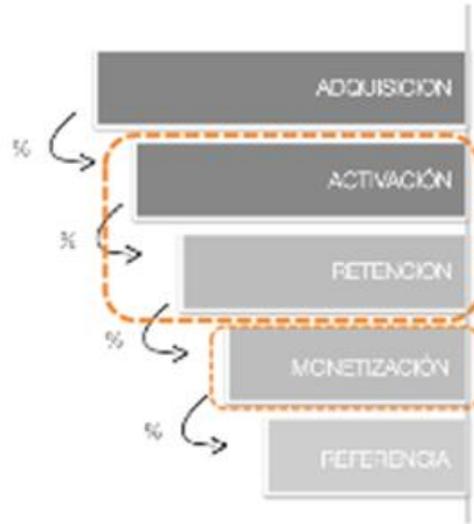
---



# 10 MÉTRICAS A CONSIDERAR

1. **Adquisición:** Número de clientes/usuarios segmentado por fuente
2. **Activación:** % potenciales interesados que han hecho la acción
3. **Retención:** Frecuencia de compra/uso
4. **Churn:** % de clientes que dejar de usar nuestro producto/servicio en el periodo
5. **Conversión:** % de potenciales interesados (adquisición), que han comprado
6. **CAC:** Cuanto nos ha costado atraer de media un cliente nuevo en el periodo
7. **LTV:** margen bruto que sacamos a cada cliente a lo largo del tiempo que está con nosotros
8. **LTV/CAC:** Nos indica si podemos escalar el negocio
9. **Cash Burn:** Dinero que quedamos mensualmente
10. **Referencia:** Número de clientes referenciados (nos indica la viralidad del producto/servicio)

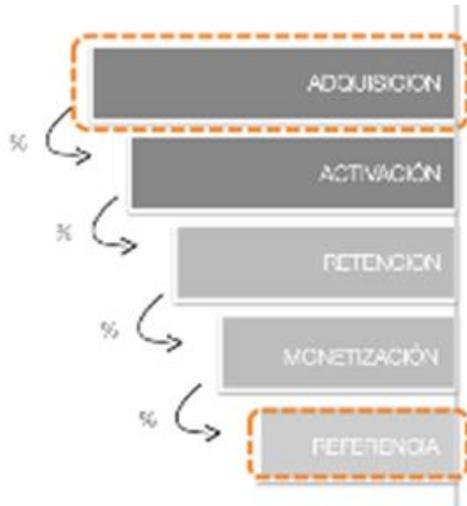
# MÉTRICAS POR FASES



**Antes** del encaje PRODUCTO/MERCADO



Métricas de **VALOR**



**Después** del encaje PRODUCTO/MERCADO

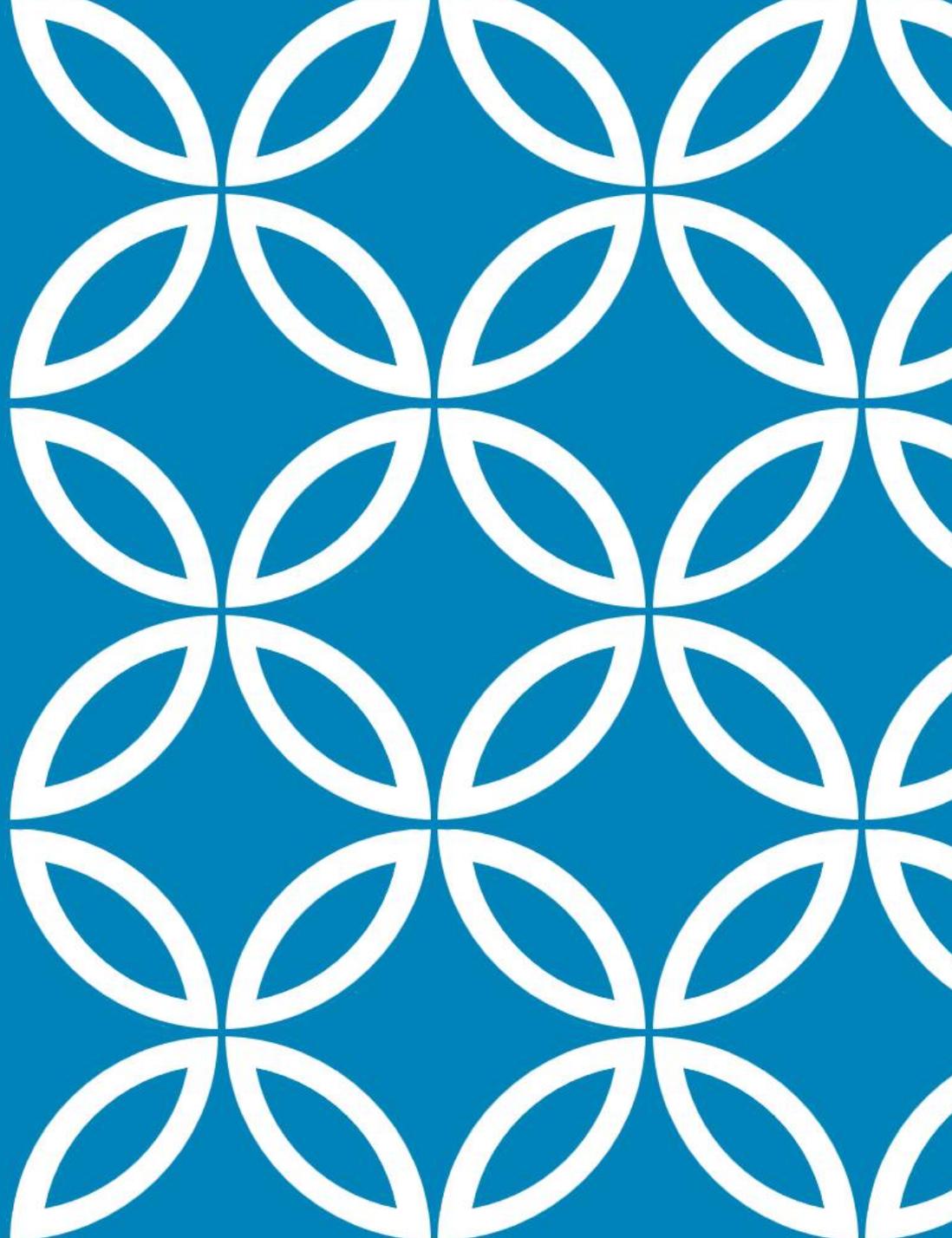


Métricas de **CRECIMIENTO**

[Del Blog de Javier Megías](#)

8.-  
INFORMACIÓN  
CLAVE A  
PRESENTAR POR  
LA STARTUP

---



# 7

# RAZONES PARA ESCRIBIR UN PLAN DE NEGOCIO

## ¿Por qué escribir un business plan?



# Un modelo de resumen ejecutivo

## ¡En una Hoja!

### Descripción en 1 frase



#### Viddler, Inc.

Deal Room Email: viddler.inc@newyorkangels.angelgroups.net

**One Line Pitch:** Viddler is a revenue generating end-to-end video hosting solution serving businesses by uniquely improving engagement with instream conversations.

### Resumen del Negocio



**Business Summary:** Launching in December 2006, Viddler has built a robust video distribution platform, delivering over 10M videos a month. After successfully proving commenting and tagging increased engagement, and proving a scalable solution, Viddler launched Business Services licencing and Ad Serving in Oct 2008 and is rapidly growing revenue.

### El Equipo



**Management:** Co-founders Rob Sandie and Donna DeMarco have a synergistic combination of skills. Rob is a recognized expert in Flash technology and continues to be the guiding force behind the development team. Donna brings over 20 years of high level, entrepreneurial, computer science expertise - managing teams with over 20 people and \$8 million budgets. Together they continue to effectively innovate, operate and market viddler.com.

### El Problema del cliente



**Customer Problem:** Businesses and Video Bloggers need an effective way to engage their audience, increase viewership, generate revenue, and build they're own brand.

### Producto/Servicio



**Product/Services:** Viddler offers an end-to-end solution uniquely addressing engagement with instream commenting technology. 3rd party study shows/proves videos with in stream comments are watched 10% longer. Our service focuses on helping clients build their brand and drive traffic to their site through innovative video players, player customization, and links.

### Mercado Objetivo



**Target Market:** For Feb 08, ComScore reported over 10B videos were viewed. This translates into the average viewer spending over 3 hours watching 75 videos. This market is experiencing explosive growth. Views are expected to continue to expand at a 70% annual growth rate until 2012. Ad revenues for online video are expected to grow at approximately the same pace: from \$500M - \$1B in 2007 to \$5B - \$7B projected for 2011 by Forrester and eMarketer.

### Clientes Actuales



**Customers:** Current customers:

Partners (revenue share): AOL, Engadget, Joystiq, Winelibrary.tv, iJustine, Hothardware.com

Business Services: Angelsoft.net, Fordmodels.tv, Tmobile, Sony, British Telecom, CSPAN, Telerik

### Estrategia Comercial



**Sales/Marketing Strategy:** Viddler's video player, with over 9M views monthly outside of Viddler.com, virally promotes our capabilities and technology. By servicing our current customers with a high quality solution we receive frequent word of mouth referrals. In addition, google adwords and online ads drive prospects to b2b.viddler.com where they can automatically sign up for a business account

### El Modelo de Negocio



**Business Model:** Viddler generates revenue by contracting with businesses that enter annual agreements to use our platform and content partners who leverage the platform to generate revenue via revenue share from advertising.

### Competencia



**Competitors:** Viddler is the only video hosting solution that offers both revenue share and license fee usage. By putting ourselves in a compatible position for the business or video blogger, we compete with various people. License services we compete with include Ooyala and Brightcove. Revenue share services include Revver and Youtube.

### Ventaja Competitiva



**Competitive Advantage:** Viddler's patent app. #20070260677 includes tagging specific moments in time with text, video, audio, images and/or hyperlink, enabling Viddler to access, enhance, and monetize any moment or pixel in a video.



#### Company Profile:

URL: www.viddler.com  
Industry: Media and Entertainment  
Employees: 12  
Founded: Dec 2005

#### Contact:

Donna DeMarco  
donna@viddler.com  
w: 610.297.0385

#### Financial Information:

Funding Stage: \$0 - \$500K in Trailing 12 Mo. Revenue  
Previous Capital: \$1,075,500  
Monthly Burn Rate: \$75,000  
Pre-Money Valuation: \$3,000,000  
Capital Seeking: \$500,000

#### Additional Information:

#### Management:

Robert Sandie, co-founder  
Donna DeMarco, co-founder

#### Advisors:

Lawyer: Steve Goodman, Morgan Lewis  
Accountant:

#### Investors:

Hugh Cullman, Andy Boszardt, David S. Rose  
Harell Partners  
Ben Franklin Technology Partners, NEP

#### Referred By:

Investor  
Hugh Cullman

## Información Financiera



Viddler, Inc. 116 Research Drive Suite 209 Bethlehem, PA 18015 United States	Financials* (\$)	2008	2009	2010	2011
	Revenues	114	3,737	7,804	13,806
	Expenditures	1,272	1,720	3,011	4,612
	Net	(1,158)	2,017	4,793	9,195

Ingresos  
Gastos  
BAI

\* In Thousands (000) in USD - US Dollar

Powered by Angelsoft. Submitted to New York Angels on 4/21/08

# EL PITCH : PRESENTA TU PROYECTO



## en 10 Minutos (\*)

(\*)Basado en Recomendaciones de C. Cummings y elaboración propia

A photograph of a stage with red curtains and a wooden floor. The curtains are pulled back, revealing a dark stage floor. The text is centered on the page.

## Algunas Claves Previas:

- ✓ Sé conciso. Las palabras justas
- ✓ No quieras contarlo todo en 10 ´
  - ✓ Céntrate en lo relevante
- ✓ Sé claro. ¡Que lo entienda tu abuela!
- ✓ Sé interesante pero no vendas motos
- ✓ Usa datos concretos, pero no llenes todo de números
  - ✓ No seas demasiado técnico
  - ✓ Transmite tu emoción
- ✓ Y SOBRE TODO ¡ENSAYA Y ENSAYA!

# COMIENZA EL ESPECTÁCULO

**¡10 MINUTOS Y 10  
DIAPOSITIVAS!**

*(basado en las recomendaciones de Caroline Cummings)*



1

CUENTA Una Historia

1 Min

Sitúa el problema que vas a resolver

## 2 TU SOLUCIÓN AL PROBLEMA

Describe lo que tiene de único tu producto/servicio



**1.5 Min**

**3**

# TUS FORTALEZAS: LO QUE HAS CONSEGUIDO HASTA AHORA

Dinero invertido (por ti o por otros)

Hitos alcanzados

Métricas

Ventas realizadas

Artículos en prensa

Etc...

**Our  
Traction**

**0.5 min**

# 4 TU MERCADO OBJETIVO



Mejor de abajo a arriba, Define los segmentos,  
% de cuota de mercado, Mercado potencial

**1 min**

Sé realista y justifica tus hipótesis

5

# COMO VAS A CONSEGUIR CLIENTES?

Incluye si puedes los costes asociados



1 min

6

# CUENTA QUIENES SON TUS COMPETIDORES Y APROVECHA PARA PONER EN VALOR TU EMPRESA

## LA MATRIZ DE COMPETENCIAS:

	Clave 1	Clave 2	Clave 3	Clave 4	Clave 5
Mi Empresa					
Competidor 1					
Competidor 2					

1 min

# 7 TU MODELO DE NEGOCIO



Como vas a conseguir €€€

Quien va a pagar

**1 min**

A que precio...

# 8 TUS PROYECCIONES FINANCIERAS



# 9 EL EQUIPO

- ✓ Breve CV de principales
- ✓ Busca pluridisciplinaridad
- ✓ Si te falta algún puesto clave cuéntalo
- ✓ Incluye algún Asesor Estratégico

1 min

A photograph of two women in a recording studio. They are both wearing large black headphones and have their eyes closed, appearing to be singing or recording. They are positioned in front of a professional microphone with a pop filter. The woman in the foreground is wearing a black top, while the woman in the background is wearing a white top. The background is dark and out of focus.

10

# TUS NECESIDADES FINANCIERAS

- ✓ Cuanto llevas invertido y quien ha puesto el dinero hasta ahora
- ✓ Fondos requeridos en ésta fase y para qué
- ✓ Valoración de la entrada para el inversor

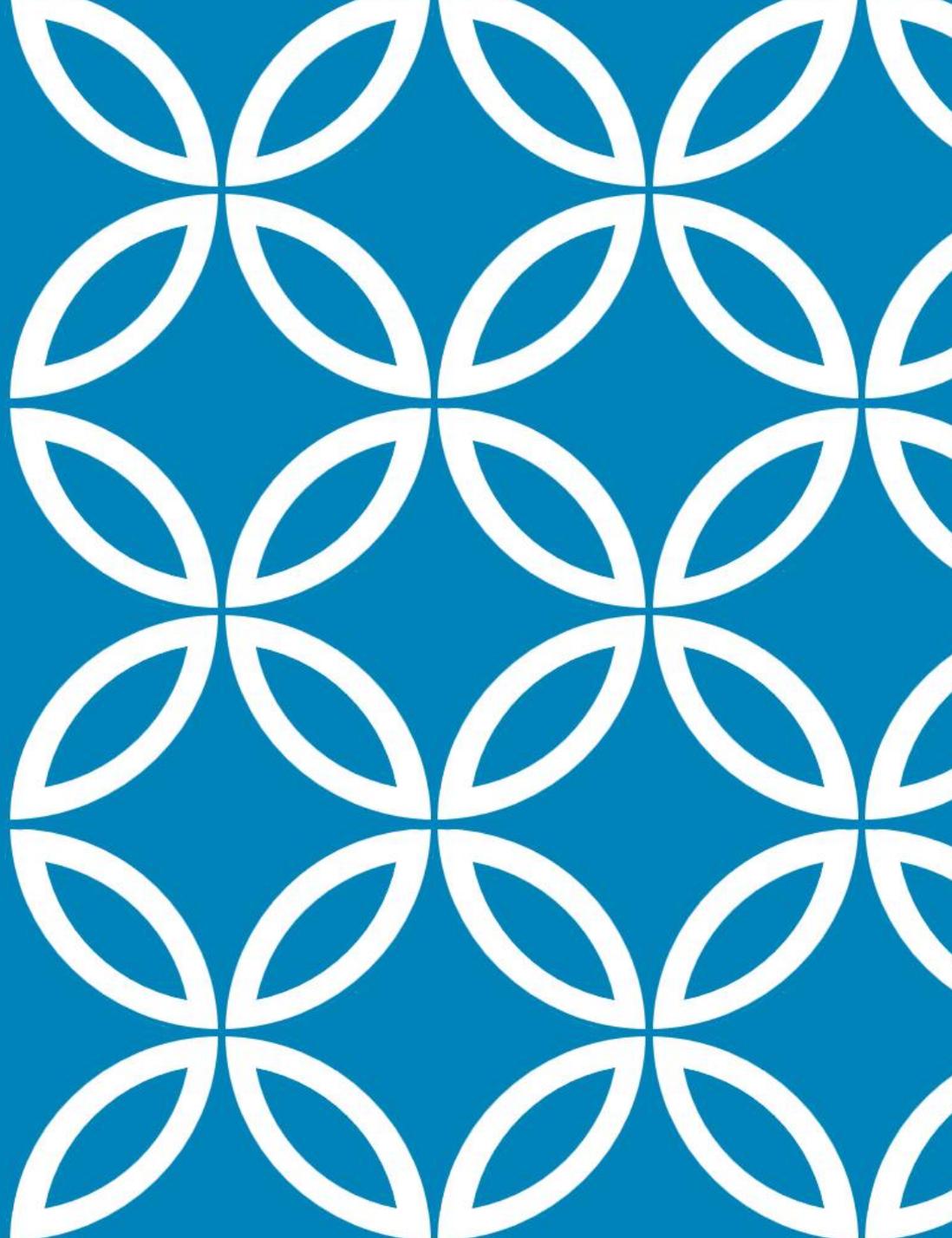


Britney's sister is going to have a baby and I need money for a nice gift

1 min

## 9.- CLÁUSULAS CLAVE DEL PACTO DE SOCIOS

---



# REGULA LA RELACIÓN ENTRE LOS SOCIOS Y EL GOBIERNO DE LA SOCIEDAD

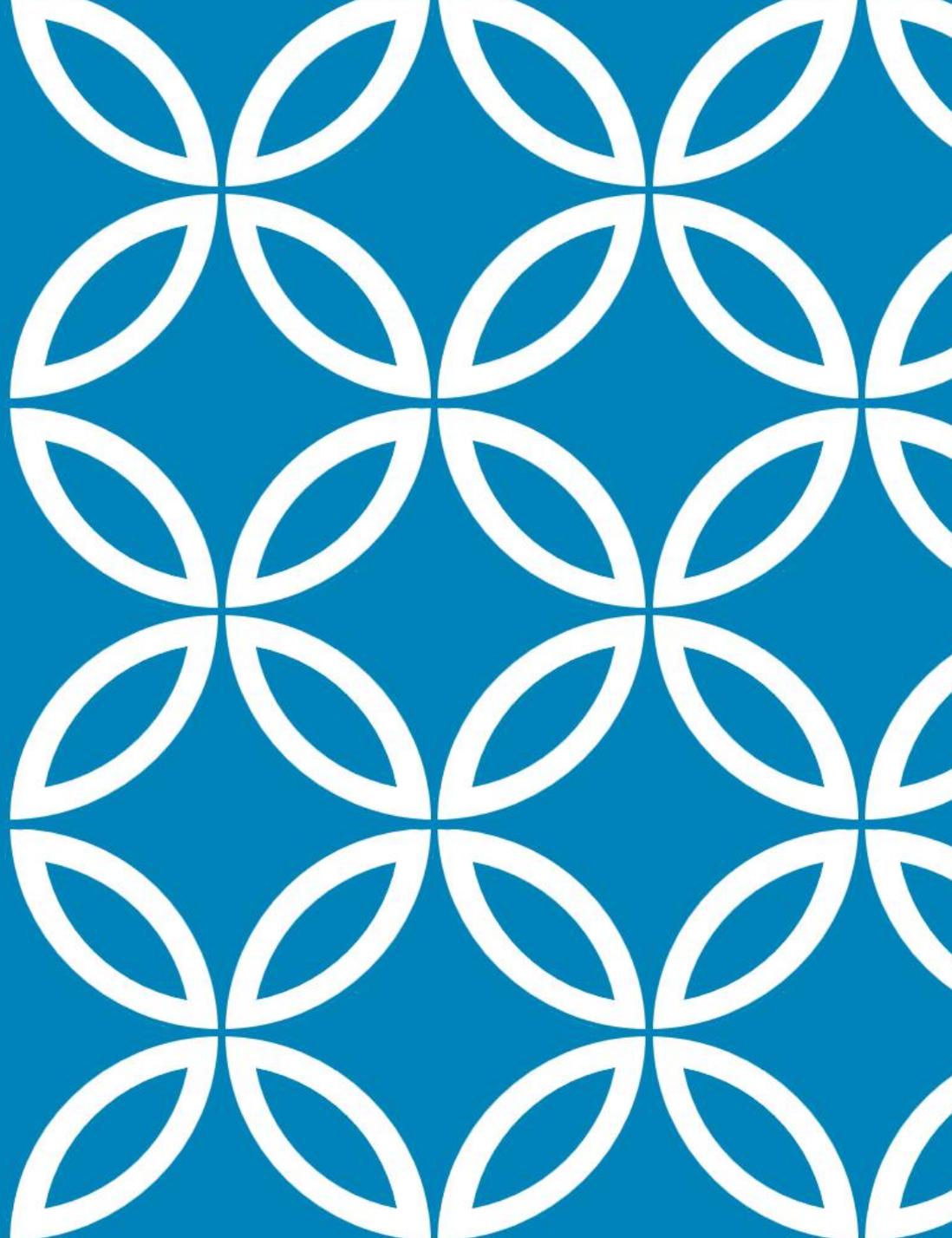
## Cláusulas principales:

1. Órganos de gobierno y administración, incluidas materias reservadas de consejo y junta
2. Manifestaciones y garantías: certifica la veracidad de la información suministrada por los emprendedores
3. Transmisión de participaciones: arrastre y acompañamiento
4. Compromisos de emprendedores: fundamentalmente permanencia y no competencia/exclusividad
5. Responsabilidades por incumplimientos
6. Confidencialidad
7. Ley aplicable y jurisdicción

# 10.- COMO VALORAR LA STARTUP

---

Los métodos más utilizados por VC's  
y BA profesionales

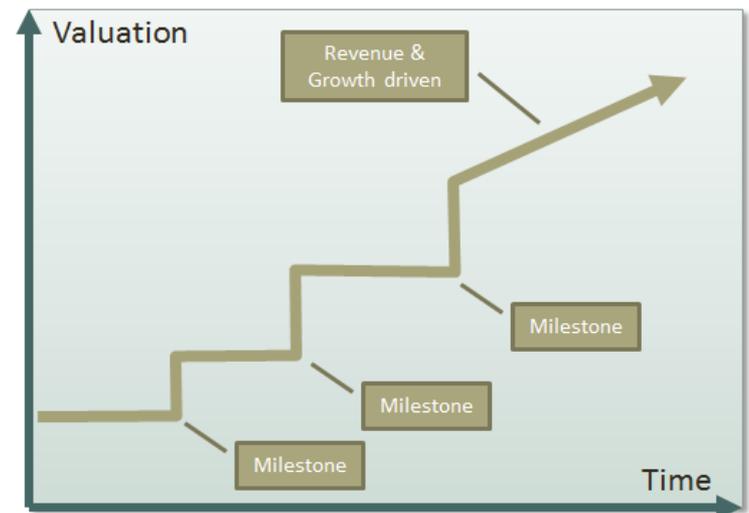


# Arte Versus Ciencia: “Go to Harvard (and realize they don’t know either)”. Winning Angels

❑ Un **marco general** en el que moverse:

- ✓ Los métodos clásicos no valen
- ✓ Necesidades financieras de la startup
- ✓ Porqué no se debe ceder demasiado porcentaje por parte de los emprendedores
- ✓ Un porcentaje orientativo en fases iniciales: Entre 5% y 20%

❑ Ojo con las valoraciones demasiado elevadas. El problema de las **“down rounds”**. Mejor apostar por una evolución en escalera



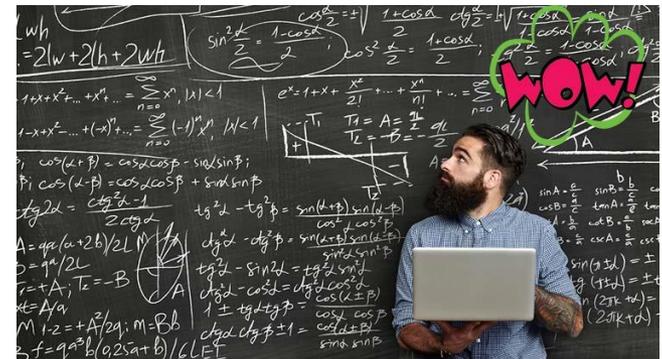
# La valoración para el inversor dependerá en gran parte de la TIR esperada

- ❑ La **tozuda estadística**: Con 1 o 2 proyectos de éxito debemos pagar la fiesta y obtener una rentabilidad que compense el riesgo asumido
  - ✓ Un objetivo razonable: **multiplicador de 10 veces la inversión** en un 20% de los proyectos
  - ✓ Supone una **TIR media en 5 años del 15%** si lo perdemos todo en el restante 80%
  - ✓ Como nunca sabemos cuales son los proyectos de x10 veces: debemos exigirlo a priori en todos...

Múltiplo de salida del inversor	Años de permanencia				
TIR Objetivo	2	3	4	5	6
10%	1,2	1,3	1,5	1,6	1,8
15%	1,3	1,5	1,7	2,0	2,3
20%	1,4	1,7	2,1	2,5	3,0
25%	1,6	2,0	2,4	3,1	3,8
30%	1,7	2,2	2,9	3,7	4,8
35%	1,8	2,5	3,3	4,5	6,1
40%	2,0	2,7	3,8	5,4	7,5
45%	2,1	3,0	4,4	6,4	9,3
50%	2,3	3,4	5,1	7,6	11,4
55%	2,4	3,7	5,8	8,9	13,9
60%	2,6	4,1	6,6	10,5	16,8

# ¿Es la valoración el elemento clave en la toma de decisión de invertir?

- ❑ Una obviedad: lo más importante es elegir bien el proyecto. **Mejor el 5% de un x 30 que el 40% de una liquidación**
- ❑ Dentro de un marco de participación más o menos razonable, hay **elementos más importantes que la valoración de entrada:**
  - ✓ Confianza en los emprendedores
  - ✓ Escalabilidad del proyecto
  - ✓ Tamaño del mercado
  - ✓ Métricas iniciales
  - ✓ .....
  - ✓ Y un elemento claves en la negociación: El “Pacto de Socios”



# El Venture Capital Method

A simplistic example of a valuation based on future profitability is set out in the table below.

Valuation based on future value – illustration only	€000s <sup>28</sup>
Future EBITDA	3,000
Multiple <sup>29</sup> – say	4
Future enterprise value <sup>30</sup>	12,000
Future debt – say	2,000
Future equity value <sup>31</sup>	10,000
Return required – say	10 times
Therefore, value today	1,000
Equity amount sought – say	300
Therefore, equity stake required (300/1 000)	30%

In this example, the valuation of €1 million is the post-money valuation, i.e. the value after your cash investment is made.

The pre-money valuation (i.e. the value of the company's equity prior to your investment) is, therefore, €700,000.

## ❑ Las claves del Método

- ✓ Calculamos el multiplicador (PER; x Ebitda...) en base al de **empresas similares** (sector, tamaño, país...)
- ✓ Estimamos el **múltiplo de salida al que aspiramos** (¿x 10?)
- ✓ Ojo con el efecto **dilución en rondas futuras**

# El Scorecard Valuation Methodology

- ❑ Se utiliza sobretodo en **fases muy iniciales**
- ❑ Consiste en comparar a la empresa que se quiere valorar con otras empresas en **similar estado** de desarrollo, sector, región...
- ❑ Una vez identificadas éstas empresas, se aplica **análisis comparativos** entre los distintos factores relevantes, dando un peso diferente a cada factor y comparándolo con respecto al estándar de referencia
- ❑ Ejemplo con una valoración de referencia de **1,5 MM€**:

ELEMENTO COMPARATIVO	PESO	% RESPECTO TARGET	FACTOR
Fortaleza del Equipo	30%	125%	0,375
Tamaño Oportunidad	25%	150%	0,375
Producto/Tecnología	15%	100%	0,150
Marketing/Ventas	10%	80%	0,080
Entorno Competitivo	10%	100%	0,100
Otros factores	10%	100%	0,100
Total Factor			1,180
x 1.500.000€ (Referencia)		Valor Estimado	1.770.000€

- ❑ Mayor dificultad en España: **escaso número de operaciones** y poca información sobre las mismas

# El Risk-Factor Summation Method

- ❑ Consiste en **analizar todos los riesgos** a los que se enfrenta la startup
- ❑ Se aplica una **ponderación a cada uno** de ellos, en base al perfil de la misma
- ❑ Partiendo de un valor de referencial al igual que en el “Scorecard Valuation Methodology”, se ajusta de forma “+” o “-” **por tramos de 250.000€**
- ❑ Ejemplo con una valoración de referencia de 1,5 MM€

Factor de Riesgo	+/-	€	Comentarios
Gestión	++	500.000€	Excelente formación y experiencia del equipo
Fase de Desarrollo	+	250.000€	Prototipo validado
Legislación/Riesgo político	0	-€	Solo en caso de internacionalización
Riesgo de Producción	+	250.000€	En fase avanzada de fabricación
Marketing y Ventas	--	(500.000€)	Sin ventas realizadas
Captación de Recursos	-	(250.000€)	Escasa experiencia con inversores
Competencia	+	250.000€	Competidores tienen peor tecnología
Tecnológico	+	250.000€	Prototipo funciona en todas plataformas
Litigios	0	-€	Todas las patentes actualizadas
Internacional	--	(500.000€)	Ninguna conexión internacional
Reputación	+	250.000€	Prestigio del CEO en ambiente académico
Potencial de Salida	+	250.000€	Plataforma disruptiva muy escalable

**+2MM€ pluses – 1,25MM€ Minuses = 2,25MM€**

# El “Dave Berkus Method”

- ❑ Parte de una **valoración Pre-Money de cero** y posteriormente va aportando valor a la startup en base a los siguientes elementos:

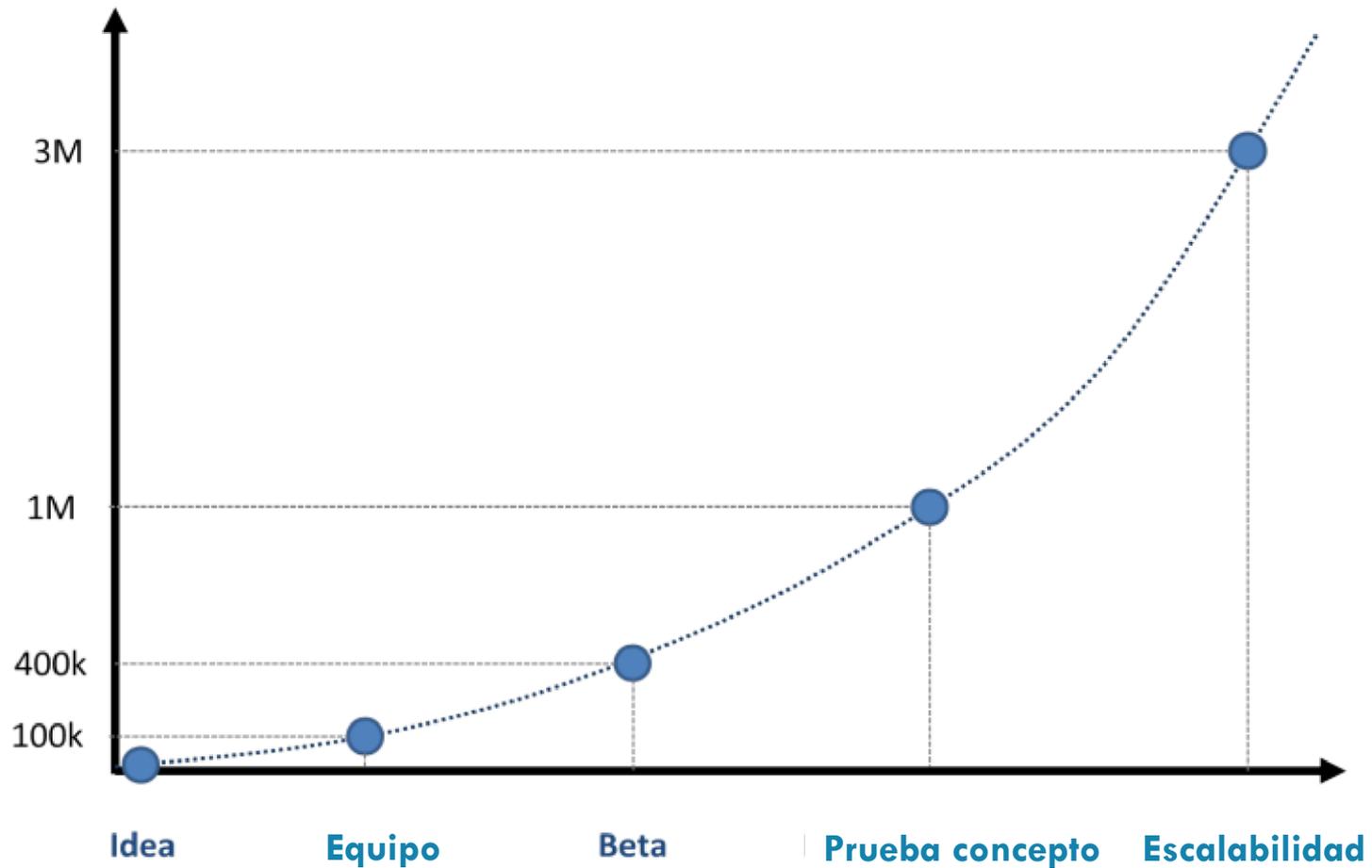
Condición	A añadir al valor Pre-Money
Calidad del Equipo de Gestión	De 0 a 0,5MM€
Idea	De 0 a 0,5MM€
Prototipo	De 0 a 0,5MM€
Calidad del Equipo Asesor/ Consejeros	De 0 a 0,5MM€
Lanzamiento del producto o ventas	De 0 a 0,5MM€

# Ojo con las diluciones futuras

- ❑ Si invertimos hoy 100.000\$ en una startup a valoración Post-Money de 1MM€, tendremos un 10% de las acciones, pero si se vende en 5 años por 10 MM€ (multiplicado x 10) **difícilmente tendremos un beneficio de 1MM€**, debido a:
  - ✓ **Dilución por entrada nuevos socios:** Inevitable en fases muy iniciales. Algunos inversores en fases más avanzadas son capaces de establecer con el emprendedor cláusulas anti-dilución
  - ✓ **Stock options equipo directivo (actual y futuro):** Suele ser muy habitual por un porcentaje en torno al 5-10%
  - ✓ **Liquidation preferences:** Ojo con el abuso de algunos Venture Capital en fases avanzadas del desarrollo de la startup. A menudo es más rentable salir en segundas o terceras rondas...En algunos casos se llega a 3 x, es decir que el VC cobraría tres veces su aportación antes de repartirse el resto de socios el sobrante



# Una orientación de valoración según la fase de desarrollo



# Si tenéis interés en profundizar en el tema de Valoración:

*Revista Española de Capital Riesgo*  
N.º 2/2016, págs. 05-15



## Cómo valora el Capital Semilla o los Business Angels, una inversión en una Startup

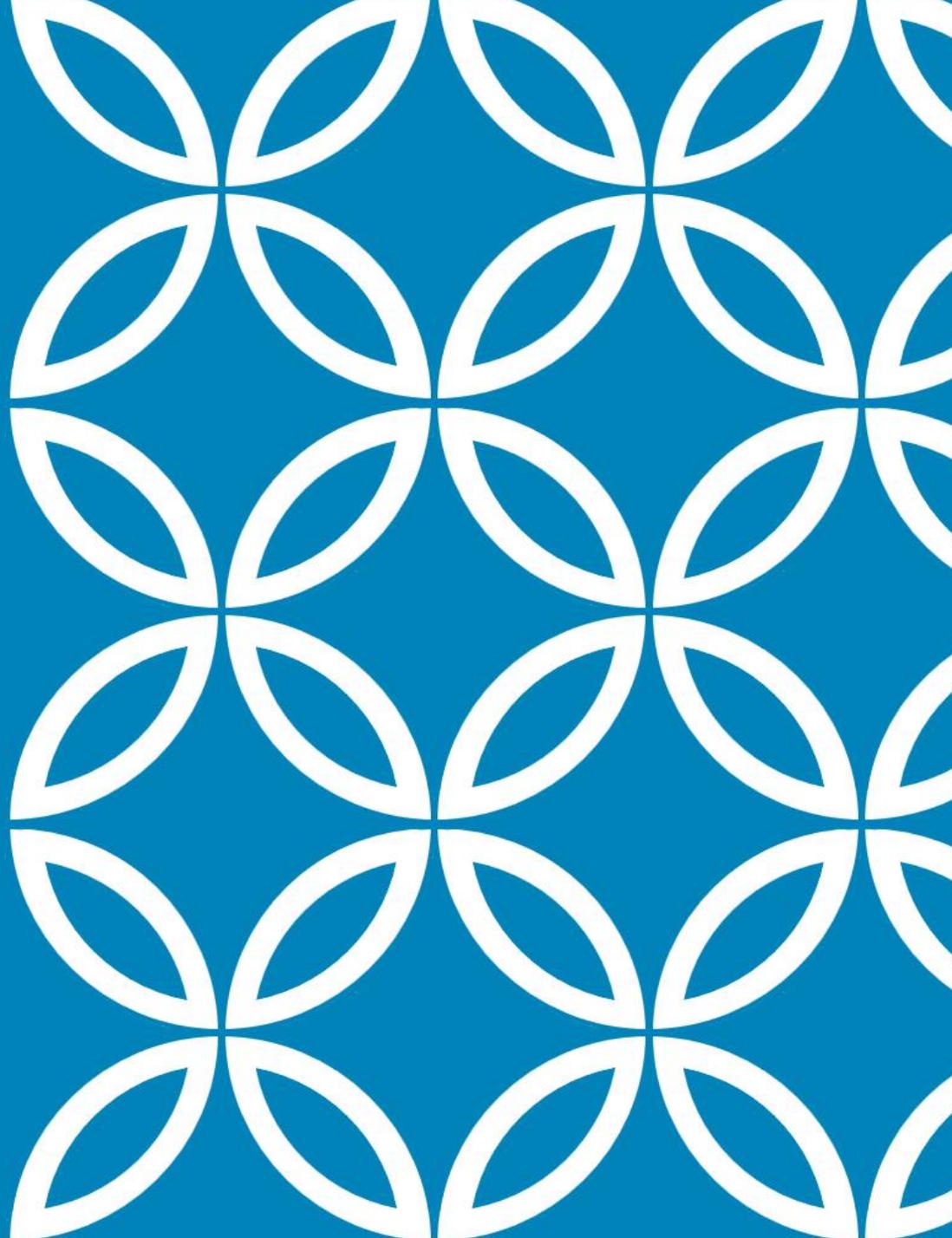
*(How do seed capital investment vehicles or business angels value an investment in a startup)*

Bruno Dureux  
Socio Director de Bal Partners

# 11.- MODELOS DE SCORING DE INVERSIÓN

---

A.- Modelo completo



**Puntúe las siguientes cuestiones del 1 al 5 considerando:**

1. Insatisfactorio 2. Flojo 3.Satisfactorio 4.Bien 5.Excelente

<b>Categoría y Cuestiones</b>	<u>Puntuación</u>
<b><i>Producto/Servicio</i></b>	
1. Si el éxito de la empresa depende de patentes u otra propiedad industrial, ¿ha obtenido la empresa tal protección o ha adoptado los pasos adecuados para obtenerla?	1 2 3 4 5
2. ¿Soluciona el producto/servicio un problema actual del mercado?	1 2 3 4 5
3. ¿Hay atributos únicos del producto/servicio que proporcione una diferenciación o ventaja competitiva?	1 2 3 4 5
4. ¿Tiene algún elemento tecnológico diferenciador y difícil de copiar?	1 2 3 4 5
5. ¿El producto/servicio se encuentra ya en el mercado? (si no es así, ¿ha realizado alguna prueba satisfactoriamente?)	1 2 3 4 5

<b>Mercado</b>	
6. ¿Se describe adecuadamente el mercado?	1 2 3 4 5
7. ¿Está definido el mercado de una forma realista?	1 2 3 4 5
8. ¿Hay un plan de marketing bien definido incluyendo los canales de distribución?	1 2 3 4 5
9. ¿Se puede considerar el mercado como un “mercado en crecimiento”?	1 2 3 4 5
10. ¿Está bien definido su público objetivo, destacando los motivos de peso por los que el cliente, a priori, realizará la compra?	1 2 3 4 5
11. ¿Tiene este mercado un tamaño suficiente como para que el negocio sea escalable?	1 2 3 4 5
12. ¿Existe la necesidad de mantener vínculos con los clientes (ej: servicios de mantenimiento)? y, si los hay, ¿han sido bien definidos y orientados?	1 2 3 4 5
13. ¿Ha establecido la empresa todas las alianzas estratégicas necesarias (ejemplo: proveedores, fabricantes, distribuidores o desarrolladores externos, instituciones públicas, etc...)?	1 2 3 4 5
14. ¿Existe un plan de internacionalización bien definido?	1 2 3 4 5

<b>Competencia</b>	
15. ¿Reconoce la empresa la existencia de competidores?	1 2 3 4 5
16. ¿Ha hecho la empresa un análisis competitivo, atendiendo a las características clave y beneficios de su producto/servicio?	1 2 3 4 5
17. ¿Es la empresa pionera en el sector?	1 2 3 4 5
18. Si la empresa es pionera, ¿tendrá los recursos financieros adecuados para aprovechar esta ventaja temporal de una manera exitosa?	1 2 3 4 5

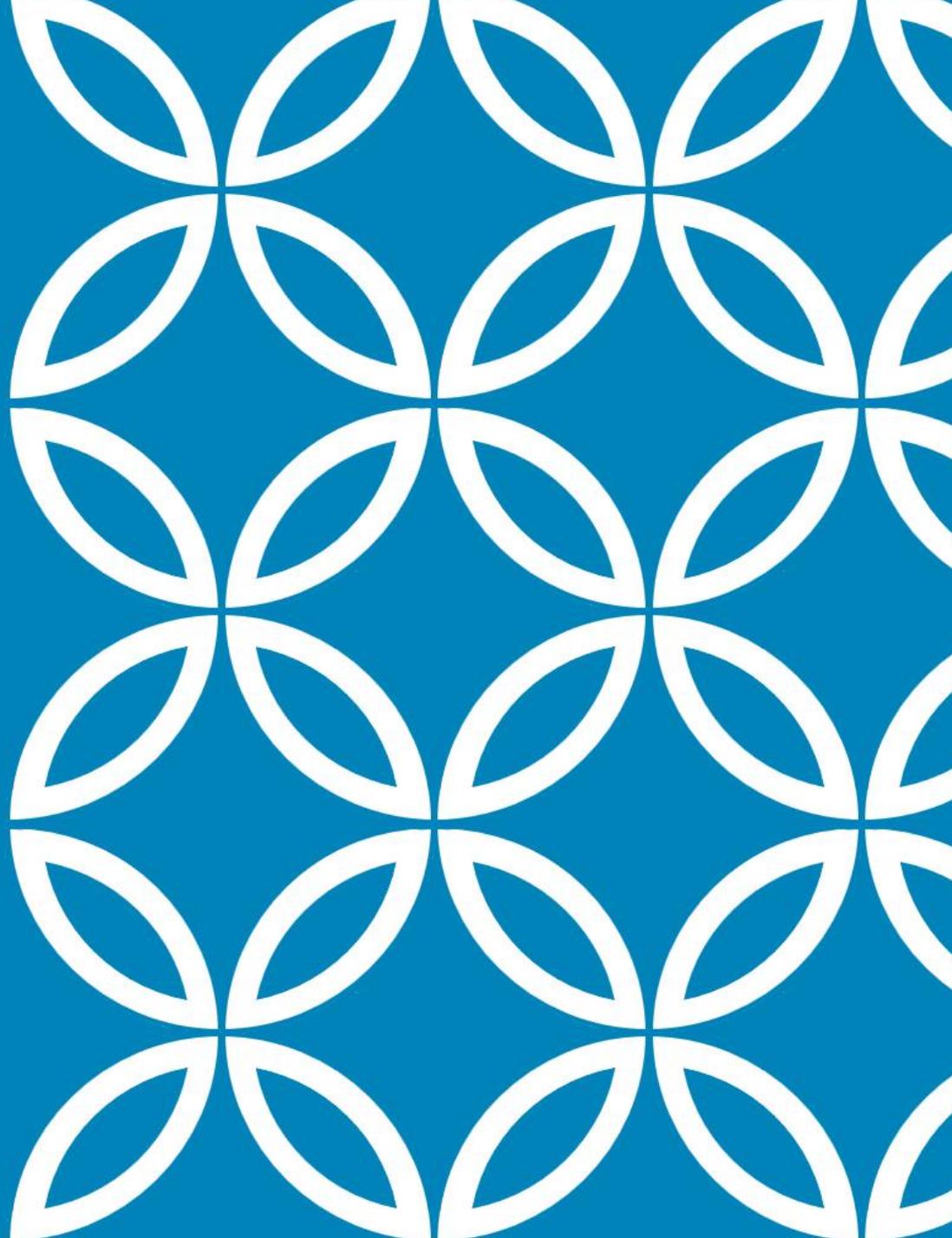
<b>Equipo directivo</b>	
19. ¿Tiene el equipo directivo suficiente experiencia como para gestionar la empresa adecuadamente?	1 2 3 4 5
20. ¿Está completo el equipo directivo?	1 2 3 4 5
21. ¿Han trabajado los integrantes del equipo directivo juntos anteriormente?	1 2 3 4 5
22. ¿Ha sido previsto el sueldo del equipo directivo de una manera conservadora y adecuada para los primeros años del proyecto?	1 2 3 4 5
23. ¿Tiene el equipo directivo perfiles complementarios?	1 2 3 4 5
24. ¿Ha alcanzado el equipo directivo hitos significativos en experiencias empresariales anteriores?	1 2 3 4 5
25. ¿Cuenta la empresa con algún mentor externo?	1 2 3 4 5
26. ¿Tiene el equipo directivo proyección internacional?	1 2 3 4 5
27. ¿Tenemos referencias de primera mano sobre alguno de sus directivos?	1 2 3 4 5
28. ¿Va a trabajar el equipo directivo "full-time" en el proyecto?	1 2 3 4 5
29. ¿Las acciones de la empresa están concentradas en pocas personas (físicas o jurídicas)? (De 1. Muy dispersas a 5. Muy concentradas)	1 2 3 4 5
30. ¿Nos han presentado un plan de negocio bien estructurado?	1 2 3 4 5
31. ¿Está bien definido el modelo de negocio?	1 2 3 4 5

<b>Financiación</b>	
32. ¿Ha proporcionado la empresa una proyección de estados financieros actualizados y coherentes?	1 2 3 4 5
33. ¿Las proyecciones financieras de la empresa son realistas?	1 2 3 4 5
34. ¿Ha definido la empresa pormenorizadamente el uso de los recursos que solicita?	1 2 3 4 5
35. ¿Ha considerado la empresa una estrategia de “exit” razonable?	1 2 3 4 5
36. ¿Han contribuido los fundadores con su propio capital en la creación de la empresa?	1 2 3 4 5
37. ¿La empresa depende de terceros para tener éxito? (De 1. Si completamente a 5. No en absoluto)	1 2 3 4 5
38. ¿Existen compradores estratégicos para una posible venta de la empresa?	1 2 3 4 5
39. ¿La valoración premoney de la compañía es razonable?	1 2 3 4 5
40. ¿Existe riesgo de futuras diluciones?	1 2 3 4 5
<b>PUNTUACIÓN TOTAL</b>	

# 11.- MODELOS DE SCORING DE INVERSIÓN

---

B.- Modelo Simplificado



# MODELO SIMPLIFICADO (PARTE 1)

## ■ FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

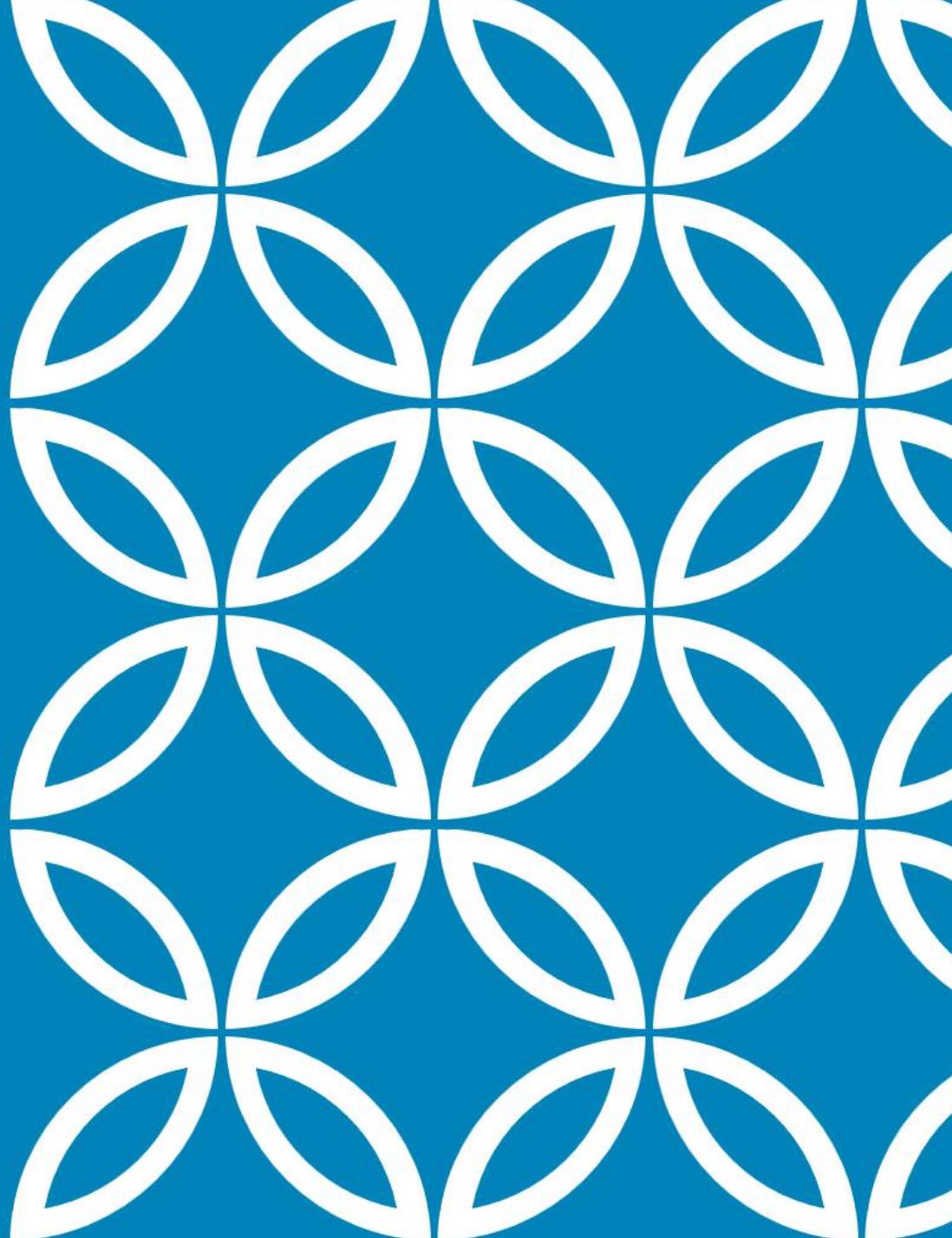
1. Descripción Resumida del Negocio
2. Necesidades que cubre
3. Solución que ofrece
4. Origen de los ingresos previstos
5. Mercado
6. Clientes
7. Estrategia de marketing
8. Competencia
9. Fase en que se encuentra el proyecto
10. Equipo
11. Situación Financiera Actual y Necesidades
12. Datos Principales del Plan de Negocio
13. Inversión solicitada y % Participación/Valoración

# MODELO SIMPLIFICADO (PARTE 2)

CALIFICACIÓN INVERSIONES (0 A 10 EN FUNCIÓN VALOR PARA INVERSORES)			
	CONCEPTO	VALORACIÓN	COMENTARIO
Equipo	Formación		
	Experiencia		
	Liderazgo/Capacidad Gerencial		
	Compromiso Personal		
	Compromiso Financiero		
	Business Plan		
Proyecto	Modelo de Negocio		
	Escalabilidad		
	Barreras de Entrada		
	Demanda de Mercado		
	Carácter Innovador Proyecto		
	Tecnología		
	Estrategia Marketing		
	Rentabilidad		
Finanzas	Valoración entrada		
	Necesidades Financieras Actuales		
	Diluciones Futuras		
	Potencial Salida Medio Plazo		
Total			
<b>CONCLUSIÓN GENERAL</b>			
+		-	

## 12.- MIS CRITERIOS DE INVERSIÓN

---



# 1. CRITERIOS GENERALES:

- EMPRESAS INNOVADORAS: NO ME GUSTAN LOS COPYCATS
- QUE ESTÉN GENERANDO INGRESOS (EN 2UP) O QUE TENGAN UN PROTOTIPO QUE FUNCIONA (STARTUP FACTORY)
- QUE TENGAN UN MODELO DE NEGOCIO CLARO. OJO CON LOS MODELOS DE SOLO CRECIMIENTO USUARIOS
- MIRAMOS LAS MÉTRICAS: CAC, LTV, CHURN, COHORTES...
- VALORACIÓN SENSATA
- LIQUIDEZ MÍNIMO 12 MESES. OJO CASH-BURN
- SUELDOS EMPRENDEDORES: MÍNIMOS VITALES
- EXPECTATIVAS MUY ALTAS DE CRECIMIENTO:
  - MÍNIMO X 10 EN 5 AÑOS EN 2UP
  - MÍNIMO X 30 EN 7 AÑOS EN STARTUP FACTORY

## 2. CRITERIOS DE ANÁLISIS

### EQUIPO

- **Actitud/liderazgo:** ¿son verdaderos emprendedores?
- **Formación/Experiencia Gestión:** ¿titulación? ¿donde han trabajado y en que puestos?
- **Experiencia en Sector:** ¿en que compañías, que hacían exactamente?
- **Multidisciplinar:** ¿cubrimos todas las aéreas relevantes?
- **Recursos:** ¿Cuánto dinero ponen?

### VIABILIDAD

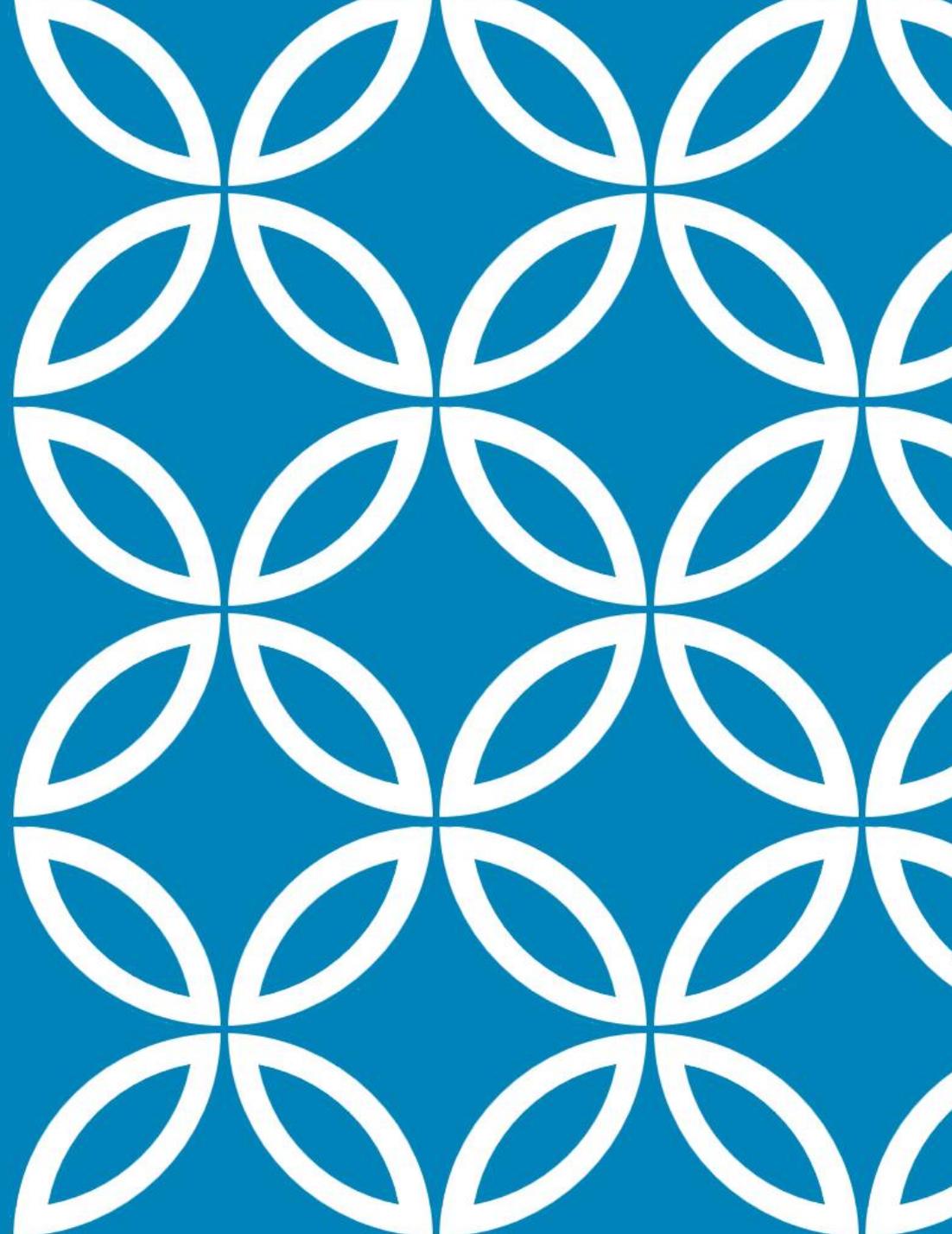
- **Mercado:** ¿hay Demanda? ¿tienen ya clientes? ¿si no: por lo menos están claramente identificados?
- **Producto:** ¿hay un prototipo? ¿funciona?
- **Modelo de Negocio claro:** ¿esta bien definido de donde vienen los ingresos?
- **Plan de Negocios:** ¿es completo y coherente?
- **Ventaja competitiva:** ¿hay barreras de entrada? ¿es una ventaja sostenible? ¿tienen bien analizados a los competidores?

### RENTABILIDAD PARA INVERSOR

- **Escalabilidad:** ¿por cuánto puedo multiplicar mi inversión?
- **Dilución:** ¿qué posibilidades hay de que me vaya a diluir?
- **Valoración de entrada:** ¿es mas o menos razonable?
- **Timing:** ¿es el momento adecuado para invertir en ese negocio?
- **Salida:** ¿hay potenciales compradores/inversores futuros?

12.- DECÁLOGO  
FINAL DE  
RECOMENTACIONES

---



**1. No te dejes impresionar por los premios y las reseñas de prensa.**

**2. Invierte en proyectos en los que el CEO esté dispuesto a dedicar el 100% de su esfuerzo al proyecto y tenga una trayectoria demostrable.**

**3. Invierte en proyectos en los que tengas claro porqué pueden llegar a ser un éxito futuro. Busca el PAIN.**

**4. Analiza bien las métricas del negocio antes de invertir y asegúrate de que ya hay gente dispuesta a pagar por el servicio/producto (habla con sus clientes antes de invertir).**

**5. No te metas en proyectos que no puedan escalar. Ojo con las startups “zombies”**

**6. La estadística de que de 10 inversiones te va a ir bien 1 o 2, es meramente teórica. Ojo con meterte en 10 castañas...**

**7. Invierte cerca de tu casa o hazlo de la mano de un inversor líder de referencia.**

**8. Ten muy en cuenta el “Burn Rate” y que la empresa va a tener suficientes recursos para llevar al punto de equilibrio o a la ronda siguiente.**

**9. Asegúrate de que la startup tiene claro quienes son sus competidores y cual es su valor diferencial.**

**10. No inviertas en algo que no entiendas, por mucho que inviertan otros inversores de renombre**

**10+1. Si tienes dudas en cuenta a la capacidad/compromiso/honestidad de los emprendedores, ni se te ocurra invertir.**

**FIN**

**Gracias, Thank you, Merci**

**My email: [bdureux@innoventures.es](mailto:bdureux@innoventures.es)**



INNOVENTURES CAPITAL