

# Alistamiento Financiero

David Osorio – [david@flink.co](mailto:david@flink.co)

Noviembre, 2020



# Descargo de responsabilidad



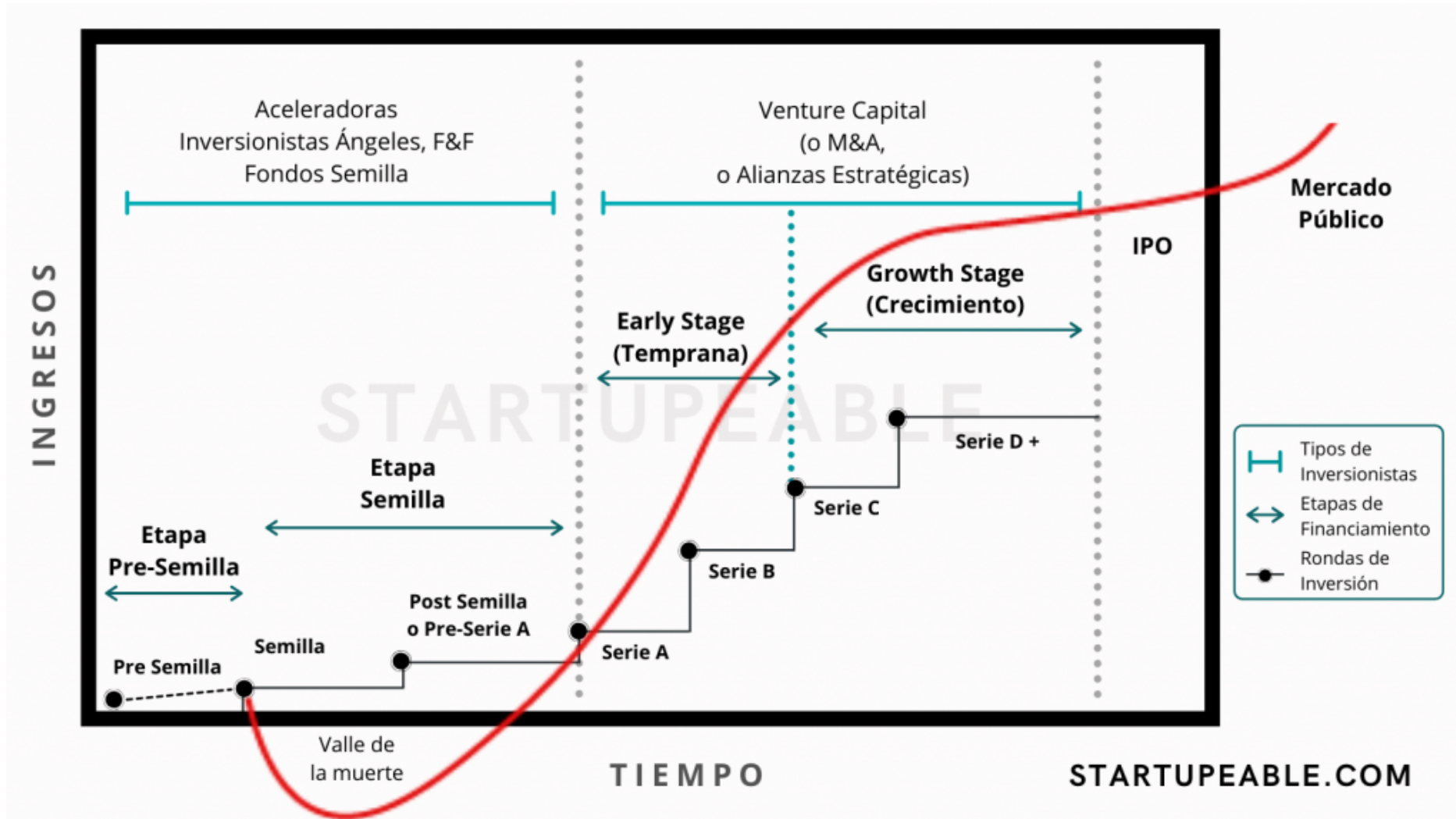
El contenido de esta presentación no podrá ser reproducido, copiado o distribuido, total ni parcialmente, sin la previa autorización escrita de su autor.

Esta presentación tiene carácter meramente informativo, y no constituye bajo ninguna circunstancia una asesoría financiera, legal o de negocio.

Todos los derechos reservados.



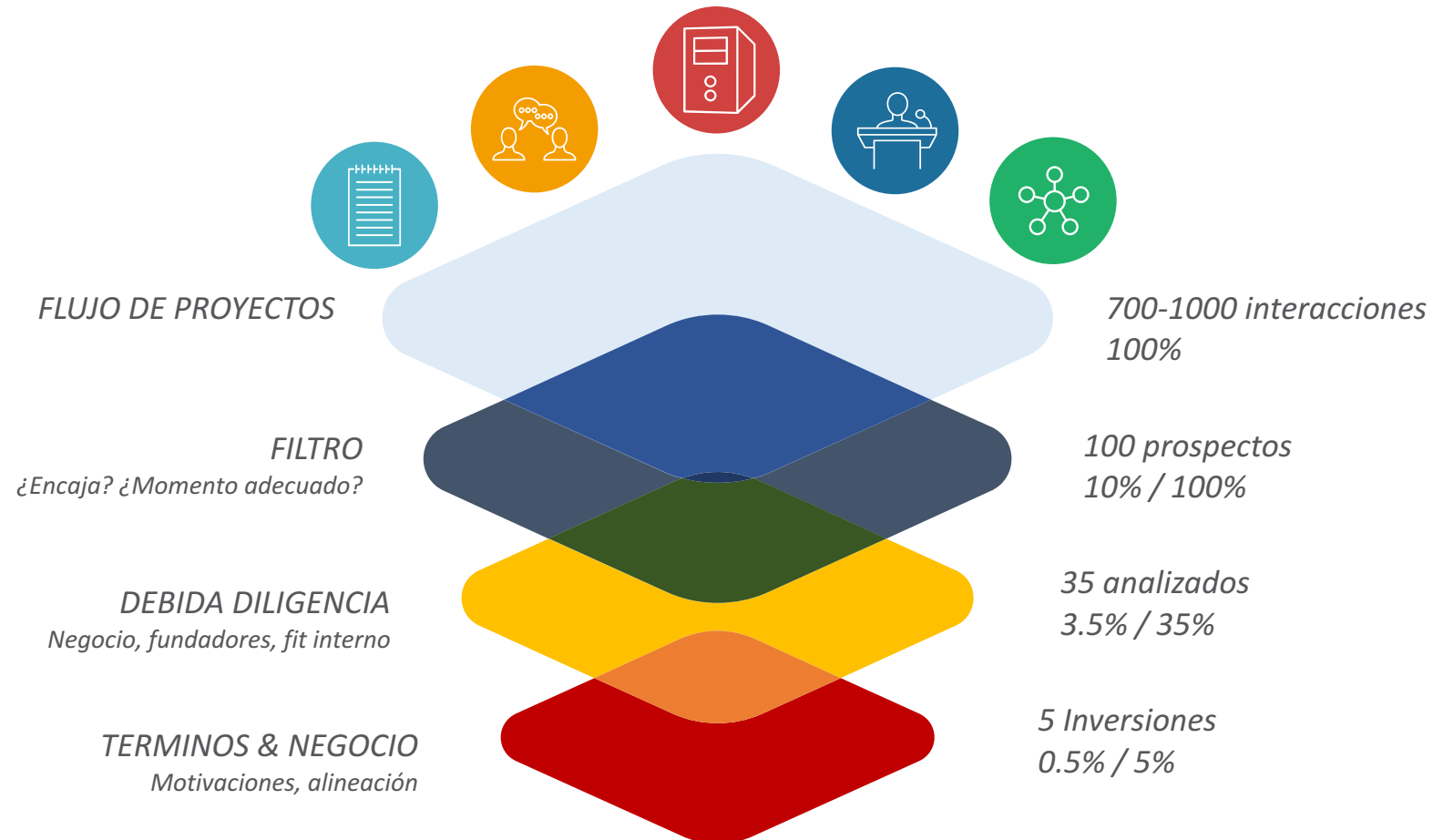
# Ciclo de Financiamiento de una Startup ...(en teoría)



# El proceso de selección desde el inversionista

- Como cualquier proceso de relacionamiento, desarrollo de negocios o comercial, se debe armar un embudo para ir administrando, filtrando, avanzando y tomando decisiones con los startups y proyectos empresariales que se van originando

ilustrativo



# El proceso de evaluación debe estar definido y alineado con la estrategia

- El peso de las variables puede cambiar según la etapa en la que se encuentre un proyecto y la fuentes del mismo.
- El objetivo final es analizar, resaltar riesgos y oportunidades, y dar una recomendación de inversión o colaboración



# Analizar el mercado a profundizar permite dimensionar la oportunidad



- OBJETIVO: Entender a profundidad el mercado: tamaño, clientes tendencias, jugadores y marco regulatorio

## MERCADO OBJETIVO

- Cuál es el mercado objetivo?
- Si no hay fuentes, intentar estimarlo desde la oferta/demanda

## CLIENTES

- Motivación del cliente
- Dolores del mercado, qué problema están resolviendo? Ineficiencias, costo, recursos, nichos desatendidos...

## TENDENCIAS

- Tendencias: innovación sector, nuevos modelos, etc.
- Otras características interesantes: Grande, oferta fragmentado, márgenes altos, no regulado, etc.

## COMPETENCIA

- Competidores nacionales e internacionales. Quiénes son sus inversionistas? Cuáles son los modelos de negocio? Total de financiamiento en la categoría?
- Hay consolidación en la industria (oportunidad de salida a la vista?)

## REGULACIÓN

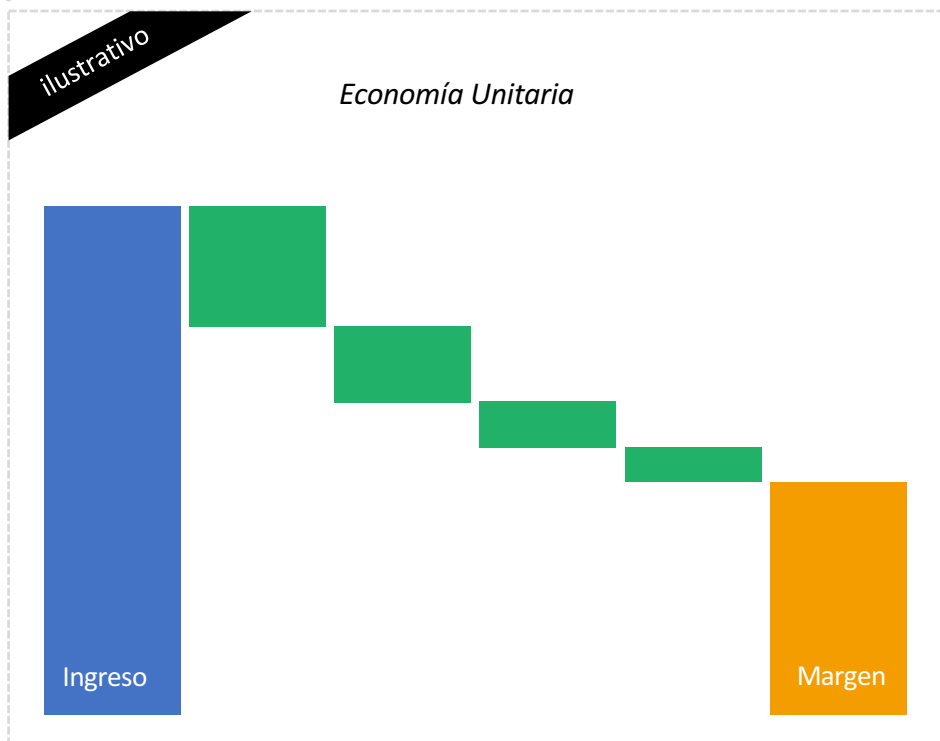
- Panorama regulatorio. Vienen cambios regulatorios (Leyes, Decretos) que sirvan de detonante a la oportunidad del emprendimiento? De manera adversa, existen vacíos en la ley que puedan representar un riesgo u obstáculo?



# El modelo de negocio determina la salud financiera y escalabilidad del modelo



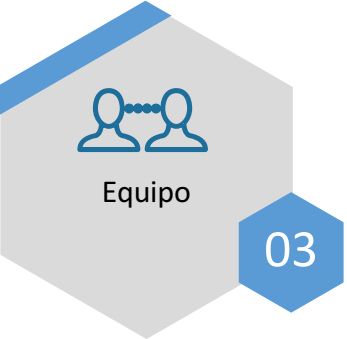
- **OBJETIVO:** Analizar el modelo de negocio (actual y potencial a futuro) de la solución al problema o la oportunidad perseguida. Analizar la solución construida (producto).



- En etapa temprana no es recomendable analizar el modelo solo desde un P&G:
  - En proyectos que están en etapa de inversión (por ejemplo en consecución de clientes) una foto no refleja el modelo de negocio.
  - No todos los Indicadores de Gestión se reflejan en la contabilidad.
- **Preguntas importantes para hacerse:**
  - Actualmente es viable o en qué horizonte de tiempo se espera la viabilidad? Economías de escala?
  - Costo de Adquisición de cliente? Cómo los adquiero? Efecto de red / viral
  - Cuál es el valor de un cliente en el tiempo?Cuál es la deserción?
  - Diferenciación sostenible frente a la competencia?
  - El *core* está protegido? Patentes, plataforma propietaria
  - Es un modelo de entrada para luego desarrollar más modelos? Barreras de entrada?
  - Cuáles son las métricas importantes?



# El equipo es fundamental, pues determinará la capacidad de ejecución



- **OBJETIVO:** Valorar al equipo desarrollando el proyecto de cara a los retos que se puede presentar. Valorar consejeros / asesores / junta directiva. Es el equipo correcto?

### Experiencia y credibilidad

El equipo tiene la experiencia o las capacidades para desarrollar el reto?  
Hay dominio sobre la industria?



### Cultura

Han construido una cultura al interior de su organización?  
En el mejor caso, hace *fit* con la corporativa?  
“Mentoreables”

### Motivación / Propósito

Qué los motivó a emprender en este proyecto?



### Asesores

Tienen un equipo fuerte de asesores que avala, guía, agrega valor?

### Estructura

Están 100% comprometidos? (ojo con fundadores no presentes)  
Incentivos alineados?  
Interdependencia en el equipo?  
Han trabajado juntos antes?



### Otras competencias

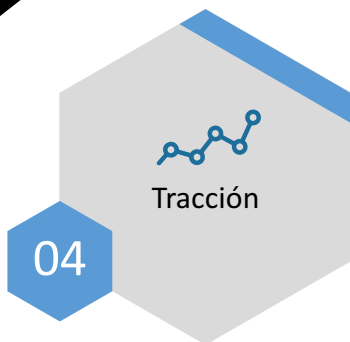
Son capaces de atraer y retener talento?  
Son capaces de levantar capital?





## Las variables a analizar deben explicar el modelo de negocio, de lo contrario son “métricas vanidosas”

ilustrativo



04

- OBJETIVO: Analizar la tracción de las variables claves según en el negocio con el fin de comprobar el estado de tracción de las variables claves del proyecto

|             | E-Commerce                                      | Marketplace                 | Generación de Leads | Medios                               | SaaS (Software como Servicio)                        | Empresarial (Enterprise) |
|-------------|-------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------|
| Adquisición | CAC: COSTO DE ADQUISICION DE CLIENTE            |                             |                     | CAC: COSTO DE ADQUISICION DE CLIENTE |                                                      |                          |
|             |                                                 |                             |                     | Ciclo de ventas de los clientes?     |                                                      |                          |
| Activación  | Usuarios Activos Diarios y Mensuales (UUD, UUM) |                             |                     |                                      | Proceso de incorporación/integración Nuevos clientes |                          |
|             | # Transacciones                                 |                             |                     |                                      | # de Clientes Activos                                |                          |
| Retención   | % Usuarios / Clientes que retornan              |                             | % Tráfico orgánico  | Deserción de clientes                |                                                      |                          |
| Referidos   | % de Clientes que refieren                      |                             |                     |                                      |                                                      |                          |
|             | # de Clientes referidos                         |                             |                     |                                      |                                                      |                          |
|             | Valor por referido                              |                             |                     |                                      |                                                      |                          |
| Ingresos    | IAR (Ingreso Anual Recurrente)                  | VMB – Valor Mercancía Bruta | Costo por lead      | Monto por clientes                   | IAR (Ingreso Anual Recurrente)                       | Monto por clientes       |
|             | Margen                                          |                             |                     | Modelo de Precios                    | IMR (Ingreso Mensual Recurrente)                     | Modelo de Precios        |

# La valoración debe corresponder a la etapa de desarrollo y a los riesgos asumidos **Flink**

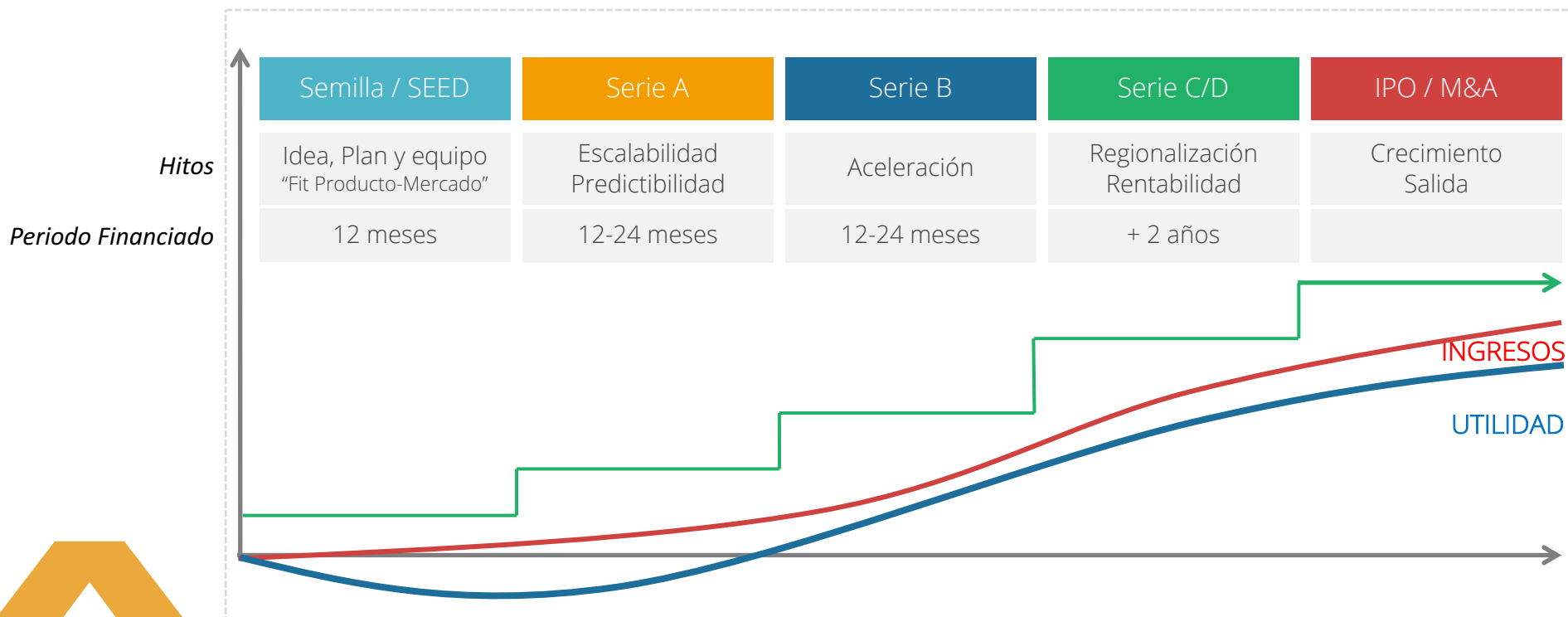
05



Proyecciones & Financiero

- OBJETIVO: Analizar la tracción de las variables claves según en el negocio con el fin de comprobar el estado de tracción de las variables claves del proyecto

Valoración por etapa



Metodologías

- 01 Múltiplos Comparables
- 02 "Venture Capital"
- 03 Factores de riesgo (Berkus derived)
- 04 Flujos de caja futuro descontados



# La estructura de capital debe ser coherente con la etapa del proyecto y alinear a los emprendedores

06



Estructura  
Tabla de Cap.

- OBJETIVO: Analizar los términos de la ronda y la estructura de capital para entender motivación de los emprendedores, los aspectos económicos y de control.

## CAP TABLE

La Tabla de Capitalización, es el registro de todos los accionistas de una compañía junto con su participación (capital, acciones preferenciales, opciones) y el precio pagado por acción en cada ronda de inversión. Proporciona una foto sobre una base totalmente diluida.

### Analizar:

- Nivel de participación de emprendedores (conservan interés?)
- Qué no hayan participaciones inactivas importantes (ex-empleados, asesores)
- Rondas sobrevaloradas
- Reputación inversionistas



- Buenas prácticas según etapa:
- Semilla:
  - Fundadores > 60%
- Serie A:
  - Fundadores > 35%
  - Ronda A: 20%-25%
  - Incentivos equipo > 10%



- Rondas sobre valoradas
- Altas participación en el caso de un *spin-off*
- Equipo inactivo (miembros que se fueron, consejeros silenciosos, contrataciones no productivas)





**Flink**

# **Preguntas**



**gracias!**

David Osorio – [david@flink.co](mailto:david@flink.co)

