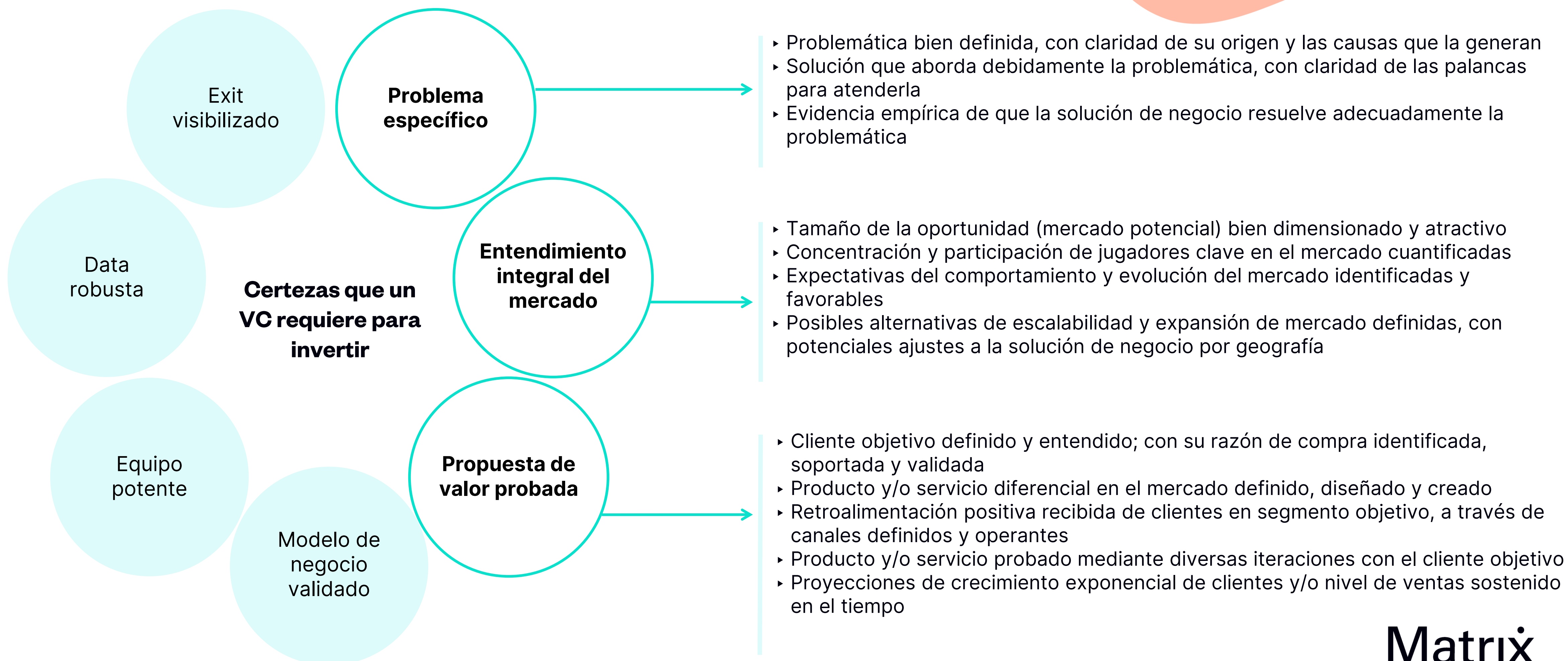


Guía metodológica para el levantamiento de capital - Serie A y B

Definición del Plan de Crecimiento

Un VC¹ requiere absoluta certeza de que un emprendimiento alcanzará el estado deseado en 7 dimensiones para tomar la decisión de invertir

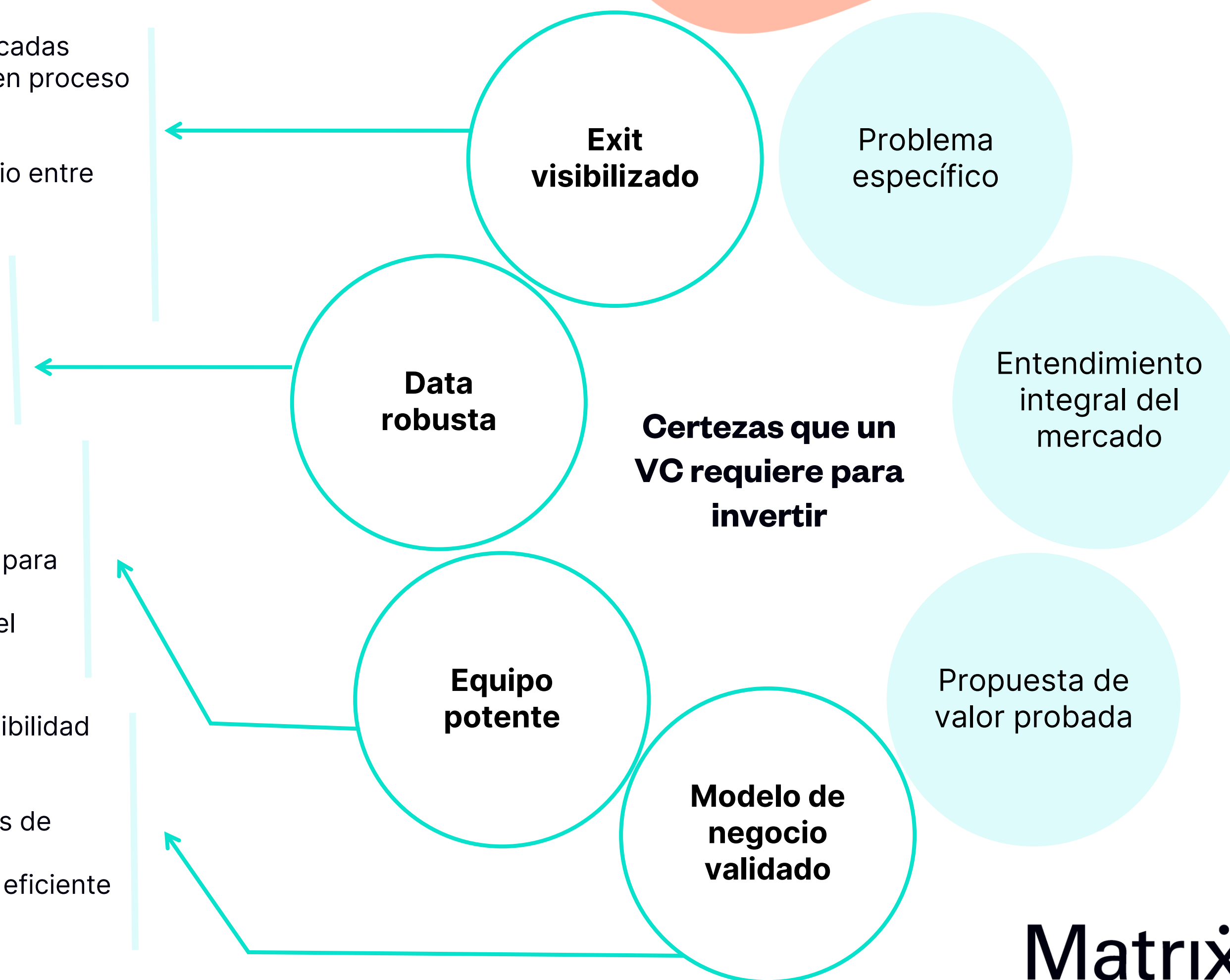


Un VC¹ requiere absoluta certeza de que un emprendimiento alcanzará el estado deseado en 7 dimensiones para tomar la decisión de invertir

- ▶ Alternativas factibles para efectuar una estrategia de salida exitosa claramente identificadas
- ▶ Supuestos del tamaño y valoración futura del negocio contruidos de manera lógica y en proceso de validación
- ▶ Estimación lógica y robusta de cuándo podría efectuarse una estrategia de salida
- ▶ Definición razonable y adecuada de la participación y distribución del capital del negocio entre los fundadores y demás accionistas

- ▶ Información completa, veraz y organizada que permita entender el negocio
- ▶ Indicadores de desempeño confiables y correctamente calculados que reflejen el estado actual del negocio
- ▶ Resultados de negocio analizados, controlados y utilizados para apalancar decisiones estratégicas

- ▶ Equipo de fundadores alineado, comprometido y con capacidad de adaptación
- ▶ Equipo fundador multidisciplinario y experimentado, con conocimiento de la industria, facultades técnicas requeridas y red de contactos robusta
- ▶ Claridad del equipo y las capacidades adicionales que se requieren a futuro, con el plan para cubrirlas
- ▶ Equipo de trabajo capacitado y con las competencias técnicas y blandas requeridas en el negocio
- ▶ Gobierno corporativo y sistema para la toma de decisiones definido y funcionando
 - ▶ Unit economics soportados y cuyas proyecciones demuestren escalabilidad y sostenibilidad del negocio en el largo plazo
 - ▶ Comprensión y control adecuado de los costos fijos y variables del negocio
 - ▶ Funciones y procesos del negocio mapeados, optimizados y utilizados como palancas de valor para su crecimiento
 - ▶ Actividades, recursos y alianzas clave del negocio enfocadas en entregar de manera eficiente la propuesta de valor al cliente



Para levantar capital, un emprendedor debería seguir una metodología que se compone de tres grandes capítulos



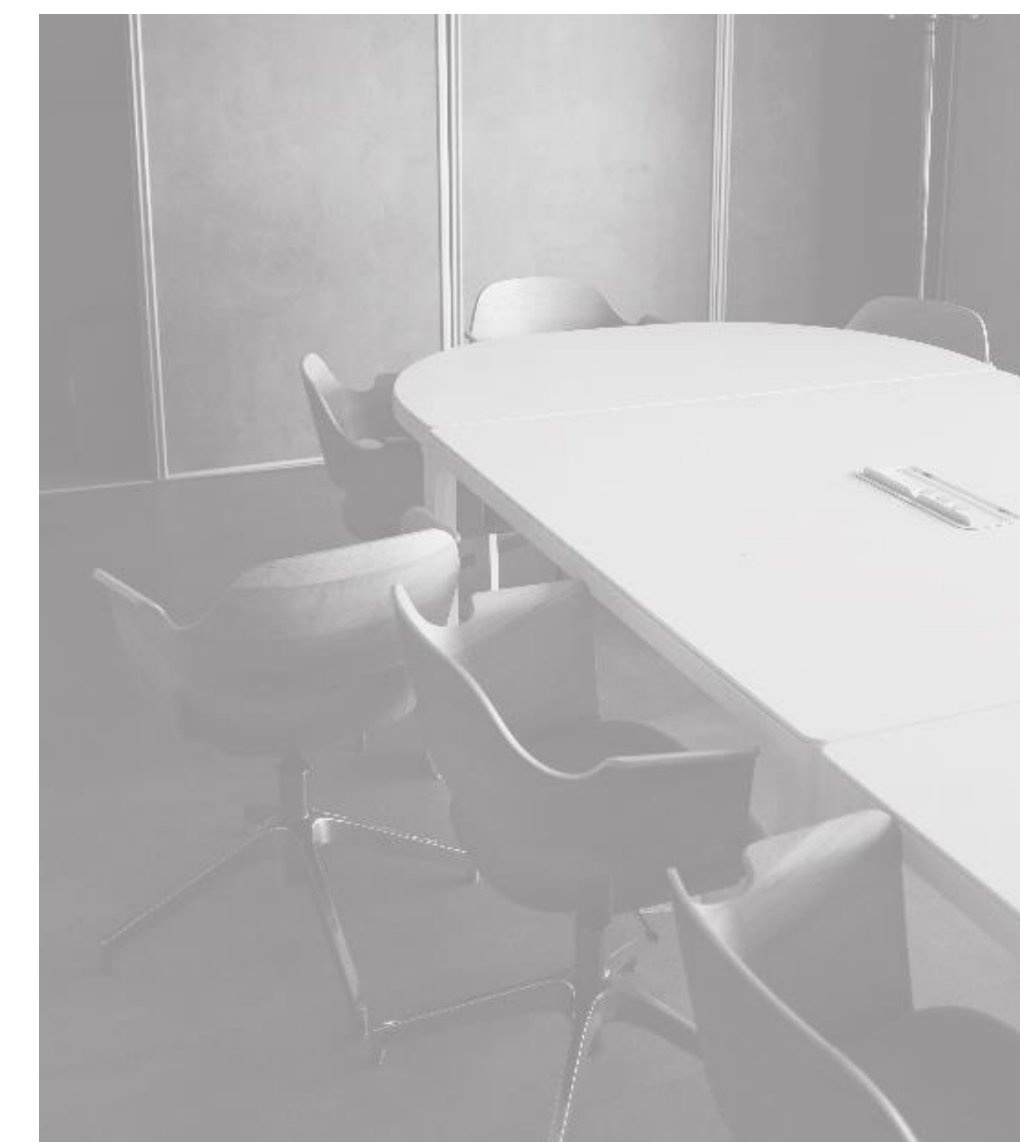
1. Diagnostico

¿Cuál es el nivel de avance actual del emprendimiento frente al estado deseado?



2. Definición del plan de crecimiento

¿Cuáles deben ser los focos de acción para alcanzar el estado deseado?



3. Presentación al inversionista

¿Cómo comunicar el plan de crecimiento definido al inversionista?

Capítulo

Pregunta clave a resolver:

Para evaluar el avance con respecto al nivel esperado de cada dimensión deben resolverse una serie de preguntas

El capítulo “Diagnóstico” tiene como objetivo realizar la caracterización del estado actual del negocio e identificar las brechas existentes frente al nivel de avance esperado en cada dimensión, tomando como base de comparación las certezas que necesita tener un Venture Capitalist para invertir.

Para identificar que tan preparado se está para solicitar capital, se descompone cada dimensión y sus certezas en una serie de preguntas de respuesta “Sí” o “No” que, al resolverlas, permiten determinar los aspectos que faltan por abordar para lograr el estado deseado.

Las preguntas propuestas buscan asegurar que se hayan cumplido los hitos básicos del proceso de preparación por dimensión (p.e.: ¿Se tiene calculado el número potencial de clientes que se podrían atender con la solución de negocio?), así como garantizar que los resultados obtenidos sean los esperados (p.e.: ¿Se tienen expectativas favorables frente al comportamiento y tamaño del mercado a capturar asociadas a una tasa de crecimiento de dos dígitos?).

Se sugiere tener las preguntas resueltas antes de presentarse ante el VC para garantizar el levantamiento de capital solicitado o, al menos, se deberá contar con un plan de abordaje claro para los interrogantes pendientes luego que se acceda a la financiación requerida. Sobre esto se profundizará en el próximo capítulo.

Las preguntas diagnósticas a resolver por cada dimensión se listan a continuación (1/5):

Dimensión:

Preguntas a resolver:

1. Problema específico

- ▶ ¿Se identificó un producto o servicio faltante y/o con oportunidades de mejora que represente una necesidad desatendida?
- ▶ ¿Hay claridad sobre quién es el cliente target que tiene una necesidad desatendida y quién no?
- ▶ ¿Se conocen las causas raíz de la necesidad desatendida?
- ▶ ¿Se conocen las palancas que impactan positiva o negativamente en la necesidad desatendida?
- ▶ ¿Se conoce la evolución de la necesidad en el tiempo?
- ▶ ¿Se conoce cómo la coyuntura actual incide en la problemática y la necesidad identificada?
- ▶ ¿Se conocen los productos/servicios que buscaron previamente abordar la problemática y las razones por las que no funcionaron?
- ▶ ¿Se identificó la mejor alternativa de negocio para abordar la necesidad desatendida, incorporando aprendizajes previos y atacando las causas raíz?
- ▶ ¿Se ha comenzado a materializar e implementar la solución de negocio identificada para dar respuesta a la necesidad desatendida?
- ▶ ¿Se tiene evidencia de que la solución de negocio propuesta aborda correctamente y ayuda a resolver la problemática identificada?
- ▶ **En resumen, ¿Se tiene evidencia de que el producto y/o servicio definido aborda adecuadamente la problemática sobre la cual se tiene total claridad?**

2. Entendimiento integral del mercado

- ▶ ¿Se tiene calculado el número potencial de personas afectadas por la problemática?
- ▶ ¿Se tiene calculado el número potencial de clientes que se podrían atender con la solución de negocio?
- ▶ ¿Se tiene cuantificado el volumen de ventas potencial asociado a la solución de negocio propuesta?
- ▶ ¿Se han identificado quiénes son los jugadores en el mercado que resuelven necesidades similares?
- ▶ ¿Se ha calculado la cuota de mercado de los competidores que resuelven necesidades similares?
- ▶ ¿Se han estimado las oportunidades de captura de mercado de otros jugadores similares?

Las preguntas diagnósticas a resolver por cada dimensión se listan a continuación (2/5):

Dimensión:

Preguntas a resolver:

2. Entendimiento integral del mercado:

- ▶ ¿Se tiene calculado el incremento esperado del número de clientes a atender a través de la solución de negocio?
- ▶ ¿Se tiene calculado el aumento estimado del volumen de ventas asociado a la solución de negocio propuesta?
- ▶ ¿Se tienen evidencias sobre la expectativa favorable frente al comportamiento y tamaño del mercado a capturar asociadas a una tasa de crecimiento de dos dígitos?
- ▶ ¿Se ha definido un modelo de escalabilidad viable para la solución de negocio propuesta?
- ▶ ¿Se han identificado posibles alternativas de expansión geográfica?
- ▶ ¿Se han considerado potenciales ajustes a la solución de negocio, requeridos para acceder a nuevas geografías?
- ▶ **En resumen, ¿La oportunidad de mercado dimensionada es atractiva, presenta expectativas de comportamiento y evolución favorables y posibilidades de expansión geográfica?**

3. Propuesta de valor probada:

- ▶ ¿Se identificó el target objetivo al que va dirigido el producto y/o servicio?
- ▶ ¿Se realizó la caracterización del cliente target y la identificación de sus preferencias de consumo?
- ▶ ¿Se ha validado la motivación o razón de compra del cliente target identificado, mediante encuestas, entrevistas e instancias de interacción con el consumidor?
- ▶ ¿Se tiene diseñado, creado, probado y se ha iterado el producto y/o servicio a ofrecer en el mercado?
- ▶ ¿Se tiene claridad y se ha validado el valor agregado y los atributos diferenciales del producto y/o servicio en el mercado local, considerando la evaluación de la percepción del consumidor?
- ▶ ¿Hay una buena recepción del producto y/o servicio por parte del cliente, recibiendo retroalimentación positiva en las distintas iteraciones que se tienen?
- ▶ ¿Se han definido y probado distintos canales o medios de interacción que permiten llegar al cliente target?
- ▶ ¿Se cuenta con un pricing model probado y ajustado (p.e.: freemium, compras inmediatas, etc.)?

Las preguntas diagnósticas a resolver por cada dimensión se listan a continuación (3/5):

Dimensión:

Preguntas a resolver:

3. Propuesta de valor probada:

- ¿Se presenta la evolución deseada del producto y/o servicio desde su versión original, apalancada en la retroalimentación de los consumidores?
- ¿Se presenta un crecimiento significativo y constante de los clientes atendidos y el nivel de ventas generado desde el lanzamiento del producto y/o servicio al mercado?
- **En resumen, ¿Se ha diseñado, creado y probado el producto y/o servicio, presentando este un crecimiento significativo y constante de los clientes atendidos y el nivel de ventas?**

4. Modelo de negocio validado

- ¿Se cuenta con un revenue model claramente definido (cómo el producto y/o servicio genera dinero)?
- ¿Se tiene claridad sobre los procesos y actividades clave del negocio para entregar la propuesta de valor?
- ¿Se tiene claridad sobre los procesos de apoyo a la operación requeridos?
- ¿Se tiene la discriminación de los ingresos reales del negocio y su respectiva proyección?
- ¿Se tiene la discriminación de los costos fijos y variables reales del negocio y su respectiva proyección?
- ¿Se ha calculado la utilidad operacional y margen bruto del negocio y su respectiva proyección?
- ¿Se han calculado los unit economics del negocio?
- ¿Se refleja eficiencia operacional a partir de los resultados de negocio y el margen bruto, así como de sus respectivas proyecciones?
- ¿Se evidencia un crecimiento y evolución favorable del negocio basado en el cálculo de los unit economics y los resultados operacionales, así como de sus respectivas proyecciones?
- ¿Se tiene claridad del tiempo estimado para llegar a punto de equilibrio?
- ¿Se tiene claridad de cuáles son las actividades, recursos y alianzas clave para la generación eficiente de valor al cliente?
- ¿Se tienen identificados y optimizados los procesos que son palancas para cumplir con la propuesta de valor y potenciar el crecimiento del negocio?

Las preguntas diagnósticas a resolver por cada dimensión se listan a continuación (4/5):

Dimensión:	Preguntas a resolver:
4. Modelo de negocio validado	<ul style="list-style-type: none"> ▶ En resumen, ¿Los resultados obtenidos y proyectados del modelo de negocio reflejan escalabilidad y sostenibilidad a futuro?
5. Equipo potente	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Se tiene un equipo de fundadores confiable y competido? ▶ ¿Se tiene un equipo de fundadores resiliente y con capacidad de adaptación? ▶ ¿Se tiene un equipo diverso, multidisciplinario y experimentado? ▶ ¿Se cuenta con conocimientos específicos de la industria dentro del equipo fundador? ▶ ¿Se cuenta con habilidades comerciales y la capacidad de levantar capital en el futuro dentro del equipo fundador? ▶ ¿Se cuenta con competencias tecnológicas e informáticas dentro del equipo fundador que habiliten el desarrollo del producto y/o servicio? (si aplica) ▶ ¿Hay claridad en las funciones y los cargos existentes están delimitados y bien definidos? ▶ ¿Se cuenta con los capacidades y competencias que requiere actualmente el negocio? ▶ ¿Se tiene claridad de los perfiles y un mapa de las competencias que se requerían a medida que evoluciona el negocio? ▶ ¿Se han definido y funcionan de manera eficiente el gobierno corporativo y las instancias formales para la coordinación del equipo y la toma de decisiones? ▶ En resumen, ¿Los equipos de fundadores y de trabajo cuentan con los conocimientos y las competencias técnicas y blandas requeridas?
6. Data robusta	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ¿Se cuenta con los EEFF y la información financiera básica y obligatoria para calcular los resultados de negocio clave? ▶ ¿Se logra entender y evaluar el negocio a través de la información disponible, siendo esta completa, veraz y organizada? ▶ ¿Se conoce cuáles son los indicadores contables más relevantes para evaluar los resultados del negocio y la manera correcta de calcularlos? ▶ ¿Se tienen sistemas de información con la totalidad de información organizada y consolidada en un solo lugar?

Las preguntas diagnósticas a resolver por cada dimensión se listan a continuación (5/5):

Dimensión:

Preguntas a resolver:

6. Data Robusta

- ▶ ¿Se conoce cuáles son los indicadores gerenciales más relevantes para evaluar resultados del negocio y la manera correcta de calcularlos, incluyendo indicadores de rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad?
- ▶ ¿Existe coherencia y consistencia entre los reportes financieros, los indicadores de desempeño calculados y la situación actual del negocio?
- ▶ ¿Se cuenta con tableros de control y otras herramientas que permitan visibilizar y controlar constantemente los resultados de negocio?
- ▶ ¿Se analiza la información disponible y los resultados asociados para apalancar decisiones estratégicas del negocio?
- ▶ **¿Se cuenta con la información requerida para reflejar, a través de indicadores de desempeño correctamente calculados, la situación actual del negocio?**

7. Exit visibilizado

- ▶ ¿Se ha estimado y comparado frente a benchmarks del ecosistema cuál sería un posible momento del exit del negocio, calculado en años desde su creación?
- ▶ ¿Se han identificado tipos y mecanismos de salida recurrentes en emprendimientos similares y referentes en la industria?
- ▶ ¿Se han identificado alternativas factibles y viables del tipo y mecanismo de salida a utilizar en el negocio?
- ▶ ¿Se cuenta con una participación sobre el equity del negocio superior al 60%?
- ▶ ¿Se tiene visibilidad y claridad frente al cap table del negocio y la distribución entre los distintos accionistas?
- ▶ ¿Se tiene una estimación preliminar de la valoración objetivo del negocio antes de efectuar una estrategia de exit?
- ▶ ¿Se calcula que, en el momento del exit, el ROI para el inversionista será igual o superior a 10x la inversión?
- ▶ **En resumen, ¿se estima una salida exitosa de la inversión en el producto y/o servicio?**

Una vez evaluada cada pregunta, se puede diagnosticar el estado actual consolidado de cada una de las dimensiones

Dimensión:

Preguntas a resolver:

1. Problema específico

- ▶ ¿Se ha estimado y comparado frente a benchmarks del ecosistema cuál sería un posible momento del exit del negocio, calculado en años desde su creación?
- ▶ ¿Se han identificado tipos y mecanismos de salida recurrentes en emprendimientos similares y referentes en la industria?
- ▶ ¿Se han identificado alternativas factibles y viables del tipo y mecanismo de salida a utilizar en el negocio?
- ▶ ¿Se cuenta con una participación sobre el equity del negocio superior al 60%?
- ▶ ¿Se tiene visibilidad y claridad frente al cap table del negocio y la distribución entre los distintos accionistas?
- ▶ ¿Se tiene una estimación preliminar de la valoración objetivo del negocio antes de efectuar una estrategia de exit?
- ▶ ¿Se calcula que, en el momento del exit, el ROI para el inversionista será igual o superior a 10x la inversión?
- ▶ **En resumen, ¿se estima una salida exitosa de la inversión en el producto y/o servicio?**

Ilustrativo

Sí	No
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

El estado deseado de una dimensión solo se alcanza cuando todas las preguntas asociadas se encuentran abordadas; de lo contrario, no se cuenta con la certeza requerida para la inversión del VC.

Para levantar capital, un emprendedor debería seguir una metodología que se compone de tres grandes capítulos



Capítulo

1. Diagnostico

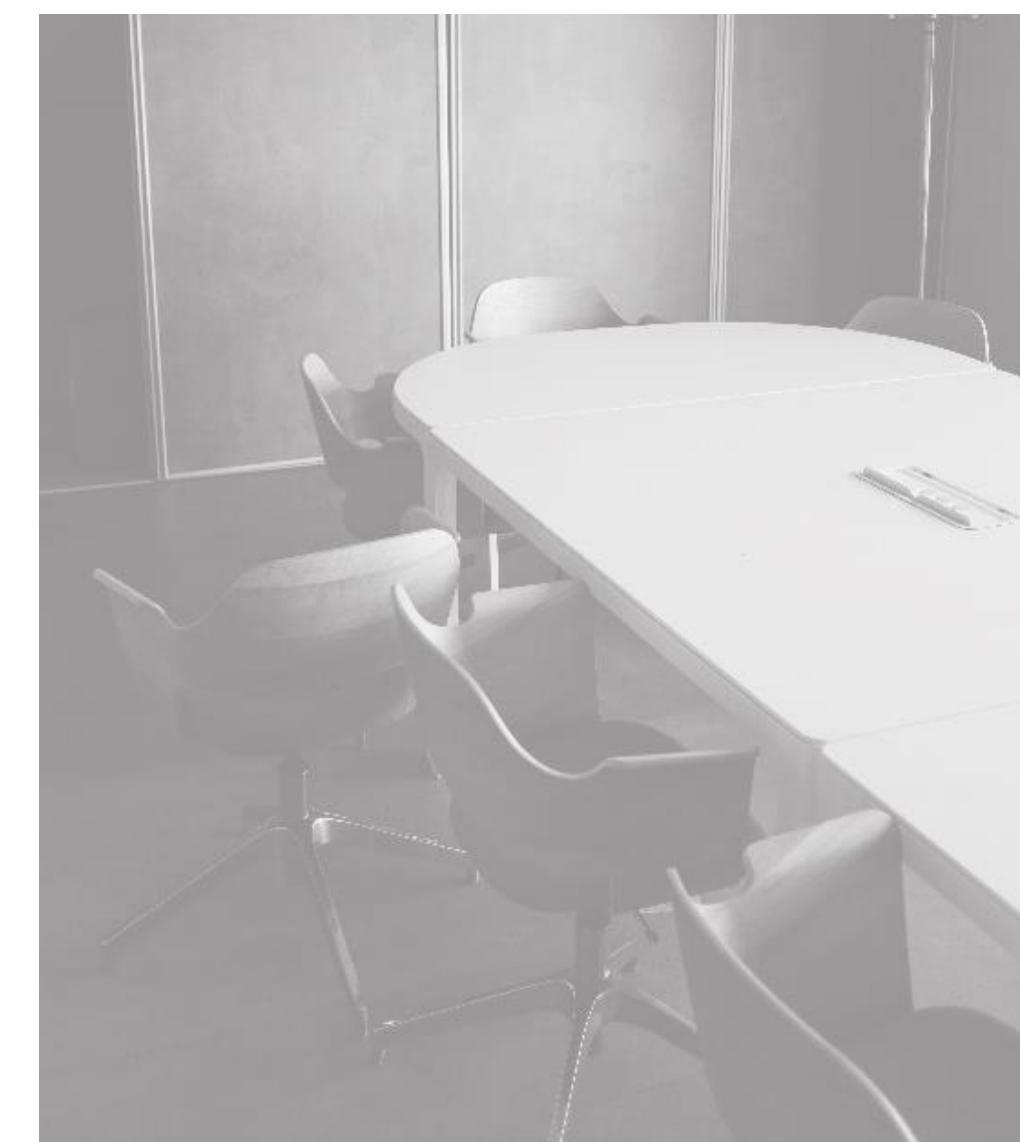
Pregunta clave a resolver:

¿Cuál es el nivel de avance actual del emprendimiento frente al estado deseado?



2. Definición del plan de crecimiento

¿Cuáles deben ser los focos de acción para alcanzar el estado deseado?



3. Presentación al inversionista

¿Cómo comunicar el plan de crecimiento definido al inversionista?

Tras el diagnóstico, el emprendedor debe definir los focos de su plan de crecimiento, buscando cerrar las brechas existentes

El capítulo “Definición del plan de crecimiento” tiene como objetivo determinar los focos de acción a abordar para cerrar las brechas ya identificadas, así como los plazos y recursos necesarios para hacerlo.

Una vez realizado el diagnóstico y la caracterización de estado actual del negocio, la definición de los focos del plan de crecimiento estará guiada por las preguntas para las cuales la respuesta fue “No”.

El plan de crecimiento le debe apuntar a cerrar las brechas identificadas; sin embargo, algunas no podrán ser solucionadas antes del levantamiento de capital puesto que para hacerlo se requiere financiación (p.e.: contratar desarrollador, generar nuevo prototipo). En esta situación se debe tener claridad sobre los recursos requeridos, el plan de abordaje y el impacto esperado.

Existen distintos mecanismos y/o herramientas para abordar cada una de las dimensiones, permitiendo resolver aquellas preguntas aún pendientes. Cabe la pena mencionar que estos pueden intercambiarse entre los distintos objetivos de cada dimensión. Algunas recomendaciones se listan a continuación.

El emprendedor puede apalancarse en distintas herramientas y mecanismos para abordar los focos de acción definidos (1/4)

Dimensión:

Herramientas y mecanismos:

1. Problema específico

- ▶ Lanzar **encuestas a clientes** podría ayudar a tener evidencia de que la solución de negocio implementada aborda correctamente y ayuda a resolver la problemática
- ▶ Desarrollar **entrevistas** podría favorecer el levantamiento de información cuando se requiera entender cómo la coyuntura incide en la problemática, la necesidad abordada y la solución que se desarrolló para atenderla
- ▶ Conformar **grupos focales** puede ser una buena opción para definir nuevas palancas que impacten de manera positiva o negativa la necesidad y que impliquen ajustes en la solución de negocio
- ▶ Realizar **research** podría facilitar la identificación de nuevos avances en lo que se está haciendo local, regional y globalmente para abordar la necesidad identificada y cuáles han sido los resultados

2. Entendimiento integral del mercado

- ▶ Realizar **encuestas y entrevistas** puede funcionar para entender la evolución del entorno competitivo y la concentración del mercado, dando claridad sobre el tamaño de la oportunidad
- ▶ Utilizar **artículos, reportes e informes de mercado** realizados por terceros puede ayudar a mapear nuevas tendencias del mercado y estar enterado de las perspectivas de crecimiento
- ▶ Hacer uso de **BB.DD. oficiales** con información cuantitativa de mercado puede ser de gran utilidad para cuantificar las proyecciones de crecimiento tanto a nivel de ventas como de clientes

El emprendedor puede apalancarse en distintas herramientas y mecanismos para abordar los focos de acción definidos (2/4)

Dimensión:

Herramientas y mecanismos:

3. Propuesta de valor probada

- ▶ Llevar a cabo **conversaciones uno a uno** con clientes actuales puede favorecer el entendimiento de nuevas necesidades y tendencias de consumo
- ▶ Solicitar **feedback** permite ajustar y robustecer el producto y/o servicio ofrecido en el mercado, asegurándose que responda a las necesidades actuales
- ▶ Realizar **pruebas del MVP** del producto y/o servicio antes de cada iteración con el cliente puede ayudar a identificar ajustes necesarios y posibles mejoras
- ▶ Efectuar **observación de clientes** usando el producto y/o servicio creado es una forma de validar continuamente la solución de negocio y su propuesta de valor
- ▶ Utilizar **Value Proposition CANVAS** permite profundizar y robustecer la propuesta de valor definida, a través de un mayor entendimiento de las necesidades y deseos del cliente objetivo
 - Libro recomendado: Diseño de la propuesta de valor. Alex Osterwalder y Yves Pigneur

4. Modelo de negocio validado

- ▶ Desarrollar **encuestas y entrevistas** con clientes actuales permite mapear ajustes necesarios en el revenue model definido y el modelo de negocio propuesto
- ▶ Realizar **pruebas de nuevos canales de interacción** con clientes actuales puede robustecer la comunicación y llegada a los usuarios
- ▶ Utilizar el **Business Model CANVAS** puede ayudar a ajustar y refinar el modelo de negocio inicial, incluyendo socios, actividades y recursos clave del negocio; los segmentos de clientes, la relación con los mismos y los canales de interacción; la propuesta de valor y la estructura de ingresos y costos respectiva

El emprendedor puede apalancarse en distintas herramientas y mecanismos para abordar los focos de acción definidos (3/4)

Dimensión:

Herramientas y mecanismos:

5. Equipo potente

- ▶ Construir un **mapa de competencias y desarrollar los perfiles de cargos** requeridos permite garantizar que se mapeen las necesidades de personal para tener un equipo potente
- ▶ Considerar **requerimientos de contratación** puede favorecer la atracción y retención de los empleados clave para el negocio
- ▶ Pedir **opiniones de emprendedores consolidados y más experimentados** puede ayudar a tener más claridad sobre que competencias son necesarias dentro del equipo de fundadores
- ▶ Buscar en **LinkedIn** personas con el/los perfiles requeridos pueden ser útil para la propuesta de potenciales candidatos y el plan de abordaje para atraerlos
- ▶ Llevar a cabo **evaluaciones de desempeño** podría ayudar a garantizar que el equipo de fundadores y el equipo de trabajo cumplan con las capacidades requeridas para tener un negocio ganador

4. Modelo de negocio validado

- ▶ Contar con el **listado de los KPIs contables y gerenciales** más relevantes para evaluar el negocio puede ser de mucha utilidad tanto para la gestión interna como para la posterior presentación con el inversionista
- ▶ Hacer uso de **formatos estándar y plantillas para cálculo de KPIs** facilita su cálculo y garantiza que este se haga de la manera correcta
- ▶ Buscar ideas referentes de **tableros de control** puede servir para incorporar y fortalecer el análisis de los resultados de negocio y su incidencia en las decisiones estratégicas
- ▶ Consolidar un **cuarto de datos** puede agilizar y eficientizar la consolidación y organización de la información

El emprendedor puede apalancarse en distintas herramientas y mecanismos para abordar los focos de acción definidos (4/4)

Dimensión:

Herramientas y mecanismos:

6. Exit

- ▶ Buscar **benchmarks** de la industria puede ayudar a identificar alternativas de salida viables y convenientes para el emprendimiento
- ▶ Identificar **ajustes en la estrategia o modelo de exit** de emprendimientos similares que permitan mayor escalabilidad puede favorecer la valoración, la velocidad de crecimiento o el margen estimados
- ▶ Probar distintos **modelos de valoración** podría robustecer la estimación sobre el momento y el valor de una posible salida del negocio

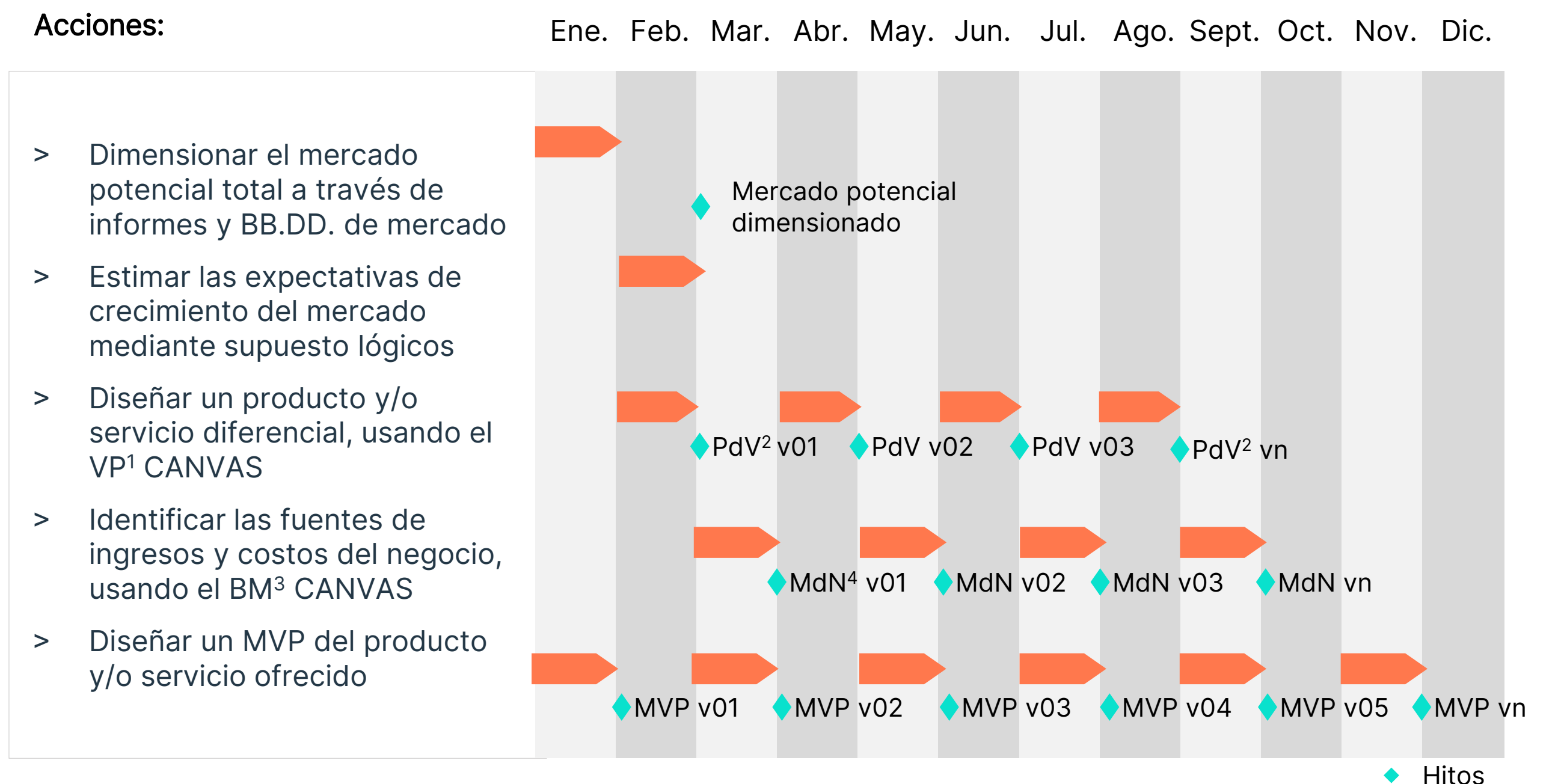
De esta manera, se definen hitos específicos para abordar los focos identificados y plazos para su cumplimiento

El plan de crecimiento de un emprendimiento debe especificar cuáles son los hitos de negocio e incluir una hoja de ruta con acciones puntuales para cumplirlos en unos plazos determinados

Algunas consideraciones para la construcción del plan de crecimiento son:

- > Se debe tener claridad sobre las acciones específicas a realizar para cumplir cada uno de los hitos de negocio definidos
- > Se requiere especificar para cada una de las acciones a llevar a cabo cuáles son los plazos estimados e idealmente quién es su responsable
- > Se sugiere priorizar el abordaje de los hitos y acciones que apunten a cerrar las principales brechas identificadas en el diagnóstico
- > Se aconseja implementar una metodología ágil que permita iterar y ajustar rápidamente las distintas versiones del producto y/ o servicio a ofrecer
- > Se recomienda contar con herramientas que faciliten el hacerle seguimiento al plan de crecimiento y que generen accountability (p.e.: carta Gantt)
- > Se aconseja contar con responsables para calcular las necesidades de personal y ajustar los plazos para el cumplimiento de hitos

Ilustrativo



Asimismo, para cada hito definido se deben detallar los recursos requeridos, la forma de acceder a ellos y el impacto esperado

Para cada hito definido en el plan de crecimiento es necesario discriminar que recursos se requieren para alcanzarlo, lo que, a su vez, permitirá definir cuál es la manera óptima de acceder a ellos. Por otro lado, se debe tener claridad del impacto asociado a esos recursos declarando cuáles son los resultados de negocio que se esperan obtener.

Hito			Tipo de hito		
Construir MVP del producto y/o servicio a internacionalizar			Técnico		
Recursos requeridos		Acceso a recursos		Impacto y resultados esperados	
<ul style="list-style-type: none"> > Capital = \$\$\$ > Tiempo = 5 meses > Personas = 1 desarrollador, 1 experto en la industria 		<ul style="list-style-type: none"> > Ronda de inversión con VC > Equipo de fundadores > Equipo de fundadores 		<ul style="list-style-type: none"> > Probar la idea de negocio en el mercado > Incremento en ventas para alcanzar USD 1 M > Consecución de los primeros 1.000 clientes 	

Ilustrativo

Específicamente, cuando se requiera levantar capital con un VC, se debe tener claridad en tres puntos fundamentales:

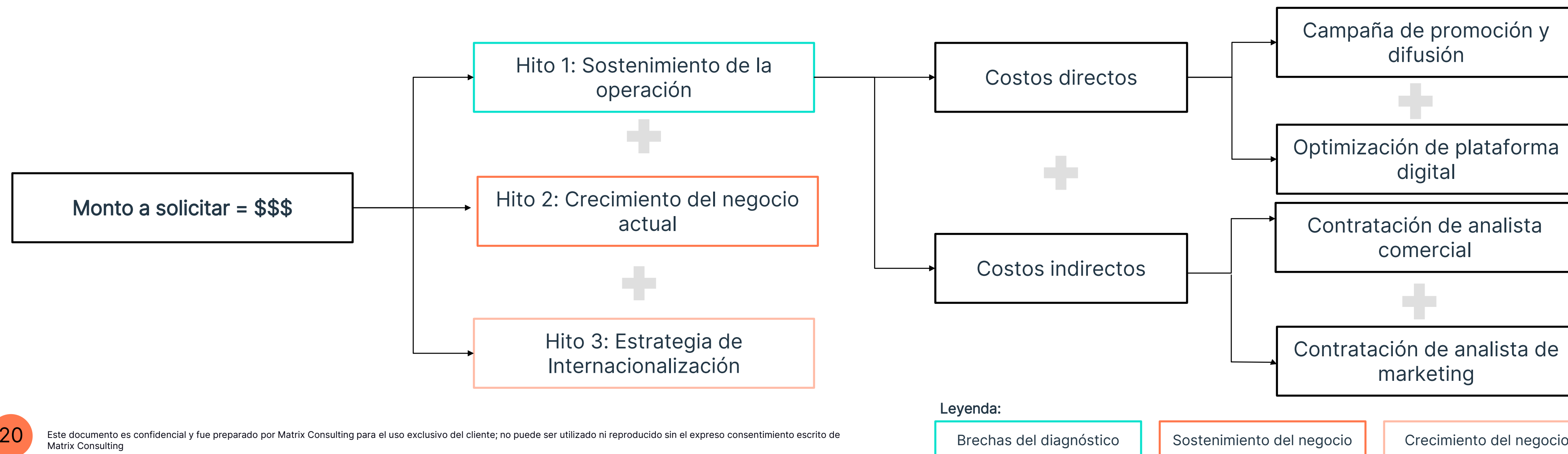
- > Monto de capital a solicitar, discriminación exhaustiva de su utilización y su impacto esperado
- > Entendimiento del plazo de duración del capital a solicitar y del momento en el que se necesita
- > Visibilidad de los pasos a seguir una vez se agote el capital solicitado

Frente al capital a solicitar a un VC, el emprendedor debe contar con un cálculo robusto del monto a solicitar

Para tener una estimación acertada del monto de capital que se necesita y que se busca levantar con el inversionista, se requiere de cálculos aterrizados y detallados. Para esto, conviene descomponer cada hito del plan de crecimiento en los costos, tanto directos como indirectos, en lo que se tendría que incurrir para materializarlos.

Construir un árbol de costos basado en los hitos del plan de crecimiento permite tener claridad del monto, plazo y resultados asociados al capital que se va a solicitar.

Cabe destacar que algunos costos indirectos pueden estar relacionados con más de un hito del plan de crecimiento, por lo que se debe tener precaución de no doble contar en la estimación del capital requerido.



Para levantar capital, un emprendedor debería seguir una metodología que se compone de tres grandes capítulos



1. Diagnostico

¿Cuál es el nivel de avance actual del emprendimiento frente al estado deseado?



2. Definición del plan de crecimiento

¿Cuáles deben ser los focos de acción para alcanzar el estado deseado?



3. Presentación al inversionista

¿Cómo comunicar el plan de crecimiento definido al inversionista?

Capítulo

Pregunta clave a resolver:

Finalmente, el emprendedor debe preparar la presentación del plan de crecimiento definido al inversionista

El proceso de definición del plan de crecimiento culmina con la preparación del contenido que se va a presentar al inversionista, buscando que este transmita de manera clara y contundente todos los hitos de negocio ya alcanzados y aquellos planteados hacia el futuro.

Tips para preparar la presentación del plan de crecimiento

-  Asegúrese de abordar las 7 dimensiones del plan de crecimiento, transmitiendo claramente las certezas a las que se ha llegado en cada una y cómo abordar las que no
-  Anticípese a posibles preguntas, especialmente a aquellas relacionadas con las dimensiones menos avanzadas, teniendo claro cómo se pretende abordarlas
-  Comunique primero el estado actual de negocio en cada dimensión y luego el plan para abordar los hitos aún pendientes en cada una de ellas
-  Garantice contar con todo el contenido necesario para sustentar las respuestas a los distintos interrogantes del inversionista
-  Siga una secuencia lógica y bien estructurada para comunicar el diagnóstico y recorrer las dimensiones, teniendo un discurso hilado y fluido
-  Comunique honestamente si no tiene la respuesta a alguna pregunta, asegurándose de entender a que dimensión hace referencia para dar respuesta posteriormente
-  Apóyese en sus fortalezas, dándole principal foco a las dimensiones con mayor nivel de avance y demostrando lo preparado que se está
-  Finalice su presentación dejando claro y de manera detallada que recursos necesita por parte del inversionista para lograr el plan de crecimiento



Mapa de **Capital**

Un proyecto de:

endeavor

Matrix
Consulting