

Gestión Empresarial

Los seis pasos básicos para que un emprendedor 'seduzca' a un inversor

Con 5.000 euros de ingresos al mes ya se puede negociar con posibles socios

Jordi Sacristán BARCELONA.

Tener una buena idea es sólo el primer paso para un emprendedor. Conseguir financiación para llevarla a cabo es incluso más difícil que la propia idea. Según el consejero delegado del portal de formación Apendum, Juan Salcedo, "el emprendedor, antes de ser ágil y líder para convencer a un inversor, primero ha de preguntarse si realmente necesita inversión. Si es así, pides lo justo y necesario para desarrollar y optimizar tu producto". Si esta premisa se cumple y la situación lo requiere, el emprendedor debe tener en cuenta seis pasos para seducir al inversor.

1 Decidir qué tipo de inversor se busca -financiero, de apoyo a la gestión, industrial, etc.-. Hay que tener cuidado con realizar una valoración alta de la empresa, que puede influir en próximas rondas de financiación, ya que la mayoría de las *start-ups* se venden por debajo de los 30 millones de euros. Para la primera ronda, las valoraciones están entre uno y dos millones -en España entre 200.000 y 500.000 euros-. Los inversores en estas primeras rondas buscan como multiplicar por diez su aportación.

2 No hay inversión para ideas sin producto. Nadie tiene la varita mágica del producto que quiere el cliente. El emprendedor ha de mejorar su producto día a día, así que es mejor que no se enamore de su producto y acepte sugerencias para su evolución.

3 Huir de planes estratégicos a cinco años. No es necesario esperar a facturar millones de euros, con 5.000 euros al mes de ingreso es suficiente para empezar a negociar con posibles inversores. Es ne-



Un emprendedor cierra un acuerdo con un inversor. GETTY

cesario asegurarse de que el producto es rentable a nivel unitario -vendes algo a cinco euros que compras a tres-.

4 Los inversores huyen de los hombres orquesta. No vale ser un equipo con todos sus perfi-

les muy parecidos. El líder ha de tener carisma, pues será el encargado de vender el proyecto a los futuros compradores. Los equipos orientados a productos están muy bien, pero también se valora mucho los orientados al cliente, al negocio y a la facturación.

5 Conocer bien el mercado. Los inversores buscan entrar en mercados atomizados donde todavía no hay un caballo ganador. Es importante demostrar que se puede ser el líder y también conocedor de la competencia a nivel internacional. Se debe analizar bien el sector y comprobar su escalabilidad y altos retornos, puesto que los inversores no quieren un negocio de autoempleo para el emprendedor.

6 Un buen coste de adquisición del cliente. Los inversores buscan una ratio de coste de adquisición del cliente igual o superior a uno. Si está por debajo de ese nivel hay que tomar medidas para incrementar el margen operativo, renegociar con sus proveedores o mejorar la cesta media. El ecosistema inversor en España es conservador.

Tarragona cuenta con una nueva oficina de apoyo al emprendimiento

La Confederación de Trabajadores Autónomos de Cataluña ha abierto en la calle de Ixart 11 de Tarragona un punto de atención personalizada para las personas que quieran emprender un nuevo proyecto empresarial. En esta oficina se les ofrece un servicio técnico especializado de apoyo, asesoramiento, acompañamiento y seguimiento de la nueva empresa. El servicio es totalmente gratuito, ya que está cofinanciado por la Generalitat de Cataluña, el Ministerio de Trabajo y el Fondo Social Europeo de la Unión Europea.

Berest acerca el comercio internacional a la pequeña empresa

El producto ha sido testado durante seis meses por compañías

E. B. BARCELONA.

La consultora catalana especializada en comercio internacional Berest Group ha comercializado un proyecto de ventas y comunicación de bajo coste para la internacionalización de negocios españoles en el exterior. Según la compañía, el sistema "pone a disposición de pymes y microempresas soluciones hasta ahora reservadas a multinacionales".

El programa ha sido utilizado a modo de prueba durante seis meses en 20 empresas, entre ellas, despachos de arquitectos, empresas de aeronáutica y mecanizados industriales y "con él han conseguido posicionarse en el extranjero con un crecimiento alrededor del 30 por ciento, al mismo tiempo que les ha permitido crear puestos de trabajo directos e indirectos", asegura el director de Berest, Francesc Bernabeu.

Un negocio creciente

Berest Group asesora y desarrolla proyectos de negocios españoles en el extranjero. La compañía contempla todas las fases del proceso de internacionalización de pymes y microempresas desde la disposición exclusiva de un vendedor nativo, la elaboración de una página web dedicada al mercado de destino o la creación de *spots* publicitarios.

La consultora, que facturó 450.000 euros en 2013, prevé duplicar su facturación este año. Berest tiene experiencia en los sectores aeronáutico, industrial, alimentario y textil. "Para nosotros, internacionalizarse significa dar a conocer la marca y el producto", afirma Bernabeu.

IdeaFoster nace para 'materializar ideas' innovadoras

El emprendedor Pau Garcia-Milà se ofrece a personas y empresas

E. B. BARCELONA.

El emprendedor catalán Pau Garcia-Milà y varios socios han fundado la empresa IdeaFoster, una compañía dedicada a *materializar ideas* relacionadas con la innovación, ya

sean de un particular o de una empresa. IdeaFoster, que tiene oficinas en Barcelona, Madrid y México, "quiere ser el lugar donde las ideas se transforman en proyectos reales", asegura Garcia-Milà, creador de *eyeOS*, con sólo 17 años, y cofundador de la red social *Bananity*.

IdeaFoster nace como respuesta a las personas que quieren desarrollar una idea pero no están dispuestas "o no pueden dejarlo todo para ejecutarla" o aquellas que "no sa-

ben dónde ir o a quién pedir ayuda", indica este joven emprendedor. Inicialmente, la compañía atenderá especialmente aquellas ideas de base tecnológica que se puedan convertir en un proyecto real.

Los fundadores aseguran que esta es la primera empresa en Europa dedicada a *materializar ideas* y que no tiene nada que ver con una incubadora o una lanzadera de emprendedores. Según Garcia-Milà, la empresa no está pensada para

emprendedores, sino para personas con "ideas innovadoras" tanto si parten del departamento de innovación de una empresa o de una persona a título individual.

Presentación de presupuesto

Una vez el interesado presenta una idea a desarrollar, IdeaFoster trabaja sobre el proyecto "bajo una confidencialidad absoluta". La empresa no valora si la idea es buena o mala, sino que la estudia y pre-

sentan un presupuesto al cliente para conseguir que la idea se haga realidad. Este presupuesto incluye todo lo necesario para hacer posible la idea, ya que IdeaFoster cuenta con una red de 40 empresas tecnológicas (*startups*) que, en principio, permite cubrir las necesidades de cualquier proyecto. Una vez terminado el trabajo y la idea se convierte en empresa, Idea Foster, salvo excepciones, no mantiene vinculación con el proyecto.