

Neos



Seduciendo al inversor

» Ideas2.0 | Por Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña

AlejandroSuarez.es

Quien esté montando una Startup o quiera hacerlo y su objetivo sea seducir a un inversor privado —Business Angel—, debería tener algunas cosas en cuenta. Lamentablemente, los inversores y los emprendedores hablan lenguajes diferentes y tienen motivaciones igualmente distintas.

Tal vez por eso no sólo sea un ejercicio saludable, sino necesario, ponerse siempre en la piel del inversor. Ver con qué tipo de inversor se trata y validar si su perfil es el que necesitamos y lo que puede aportar a nuestro proyecto.

En ocasiones, el emprendedor ve su proyecto como su obra, su hijo. Pero no se puede pedir a un inversor que lo vea así. Para el buen inversor tu proyecto es sólo una posibilidad de negocio. Incluso yendo más allá, si hablamos de un Business Angel que participa en algunas empresas del sector de las TICs, lo verá como una posibilidad de negocio y además contemplar alguna sinergia, pero nunca tendrá ese apego que el emprendedor suele tener con su criatura.

Así, ahora más que nunca, habría que tener en cuenta algunos conceptos a la hora de reunirse con un inversor; se debe comprender y hablar su idioma. En primer lugar, muchos emprendedores se obcecaban con el concepto "éxito", mientras el inversor espera escuchar el concepto "exit". La entrada de un Business Angel no está condicionada a que una empresa gane dinero o tenga éxito

social, sino a que a medio plazo haya un "exit" de la inversión generando ganancias. Para ello debe haber mercado en la región para esa compañía y se debe crear valor.

La crisis ha provocado poco dinero y "una selección natural". Unos amigos con un Business Plan, rara vez captarán inversión. Es necesario un prototipo, que se demuestre, y no sólo se venda, lo que se puede hacer. "Contra la crisis: equipo y prototipo". Al inversor siempre le gustará tu proyecto. Si te dicen; "quiero verte el año que viene, o quiero verte más avanzado, porque me gusta" realmente te están diciendo: "demuestra que sabes avanzar"; es decir, pon en marcha un prototipo y demuestra que puedes tirar hacia delante. Un inversor no se suele cerrar puertas.

Una de las cosas que rara vez se ve en una negociación inversor-emprendedor es que el emprendedor entregue un análisis claro de mercado de quienes considera que son compradores de una Startup a futuro, el porqué y sus magnitudes económicas. El emprendedor suele no pensar en eso y el inversor siempre lo hace. Si llevas ese trabajo hecho "demuestras estar en el mismo barco". Créeme, a los inversores les gusta pensar que el emprendedor no quiere estar a toda costa en su proyecto y que entiende que es una etapa. Hace unos meses, en un fondo de capital de riesgo, escuché a un activo excepcional mencionar: "el objetivo del emprendedor es salirse con nosotros en tres años, con el trabajo hecho, y tener su premio". De este modo, se consideraba muy positivo que el emprendedor no se quedara en "mi tesoro" y comprendiera el juego del

Venture Capital, queriendo acompañarles en el mismo.

Otro aspecto a tener en cuenta es que "un inversor privado se juega su dinero". Esto es muy importante. La mayoría de los inversores privados apuestan por no destinar más de un 5-10% a su cartera de inversiones y siempre intentan tener, al menos, cinco o seis inversiones hechas para diversificar riesgo. ¿Qué quiere decir eso? Que si le pides a un Business Angel por ejemplo 500.000 euros, estás pensando que tiene para apostar en compañías varios millones de euros y un patrimonio brutal. Rara vez es así. Se debe ser razonable con la economía de quien tratamos.

Además, hay varios tipos de inversores. Recuerda que si eliges uno, "debes adaptarte tú a él y no al revés". Hay inversores sentimentales, pseudo-emprendedores y otros muy al contrario distantes, que te suelen decir: "el emprendedor eres tú, búscate la vida y, si es posible, devuélveme algún día el dinero con ganancias". Hay que saber con quién se trata para luego no llevarse las manos a la cabeza y siempre recordar que "un hombre tonto siempre será tonto. Un tonto rico, siempre será rico". Se debe ser práctico.

Y concluyo con una pregunta crítica que se suele hacer: "Si sólo hay sitio para una compañía de este tipo en el mercado, ¿Cómo sé yo que esa compañía sois vosotros?". Si no se sabe responder o si no se es tremendamente directo y seguro en la respuesta, difícilmente se encontrará la inversión deseada.

• CEO Ocio Networks



5

MILLONES de usuarios de internet en México tienen menos de 11 años

Hay más internautas pese a precios

Por Aura Hernández >
aura.hernandez@razon.com.mx

La penetración de internet aumentó tres por ciento, con lo que aproximadamente 36 millones de personas en México se conectan a la red, sin embargo este incremento se ha visto limitado por los altos precios de la industria y la falta de políticas públicas.

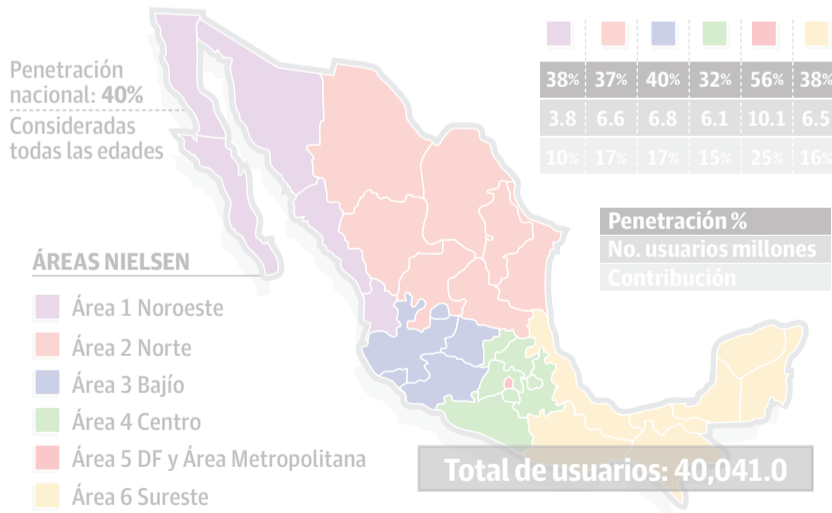
El "Estudio 2011 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas", elaborado por el Tecnológico de Monterrey, reveló que la penetración de este servicio entre las personas de 12 a 70 años pasó de 33 por ciento en 2010, a 36 en 2011.

Dicha cifra aumenta a 40 por ciento si se le añade la población menor a 12 años, porque incluso niños menores a tres años ya saben conectarse a red y son quienes en el futuro transformarán el entorno del país.

Para Fernando Gutiérrez, líder del World Internet Project en México y director del departamento de Comunicación del instituto educativo, esta penetración de 40 por ciento del total de la población mexicana resulta "muy atractiva", porque ubicaría al país entre las 15 primeras naciones en esta materia.

Penetración de internet en México 2011

Existen más de 40 millones de usuarios del ciberespacio en el país actualmente.



Pero si se toma en cuenta la proporción de mexicanos que cuentan con este servicio, se ubica por debajo de países como Argentina, Brasil, Chile y Colombia, ya que los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía indican que existen 112 millones de mexicanos.

"Es un crecimiento bajo porque hay muchos factores que están en juego,

mientras no haya todavía iniciativas del sector privado y un acuerdo en el área de telecomunicaciones, para incentivar el crecimiento del mercado, no vamos a encontrar saltos significativos", consideró al presentar el estudio.

Gutiérrez consideró que para incrementar significativamente la penetración del internet, se requiere de un pro-

Dispositivos móviles, el futuro del Internet

»El futuro del Internet se encuentra en los dispositivos móviles como los smartphones y las tablets, los cuales en cerca de cuatro años rebasarán al número de computadoras en diversas partes del mundo.

»Fernando Gutiérrez, líder del World Internet Project en México, comentó que en México la adopción de los dispositivos móviles no será diferente a otras partes del mundo donde el uso de éstos ha permitido incrementar la penetración de la banda ancha, particularmente gracias al uso de las redes sociales. Por ejemplo, en México el 29 por ciento de los usuarios de internet se conectan a través de dispositivos móviles. "En los próximos años se verá como la gente se mueve a los dispositivos móviles, sobre todo al uso de tablets", previó.

grama de alfabetización digital así como el trabajo conjunto del sector público y el privado, para reducir los precios.

El estudio de hábitos y percepciones sobre Internet, también indicó que existe un amplio campo de oportunidad en los sectores socioeconómicos bajos, en la adopción de los dispositivos móviles y, en sí, en los usuarios jóvenes del país.

INTERNET tuvo una mayor penetración al aumentar tres por ciento, lo que significa que 40 millones de mexicanos se conectan, a pesar de la falta de políticas públicas