

# NOCIONES BÁSICAS PRESENTACIONES EFICACES





SUCCESS

FAILURE



Share

“95%

startups no llegan al

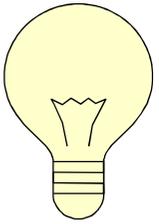
5<sup>o</sup> año”

- Fernando Trías de Bes

**Porqué?**

**Falta de Clientes**

**Muchas Startups fallan  
porque crean un producto  
que nadie quiere**



1.000



100



10



1

## Invertir es divertido y puede ser rentable, pero...

La inversión semilla en una startup pone al inversor en una situación peculiar



Se encontrará en minoría en el capital

Existe una gran dependencia de la figura del emprendedor

El tiempo ha demostrado que la valoración fue excesivamente alta

La empresa podría convertirse en un puesto de trabajo del emprendedor sin ambición por conseguir rentabilidad para el inversor

Hay una gran incertidumbre en los acontecimientos que pueden ocurrir durante su estancia en el capital

No es seguro que se produzca un acontecimiento de salida y si éste se produce si será por la cantidad esperada

*“Por el dinero no te preocupes, porque  
dinero no hay”.*

# Cómo se creaban las empresas

EN EL AÑO 1950



Idea



Plan de Negocios



Financiamiento



Tienda



Producto



Ventas



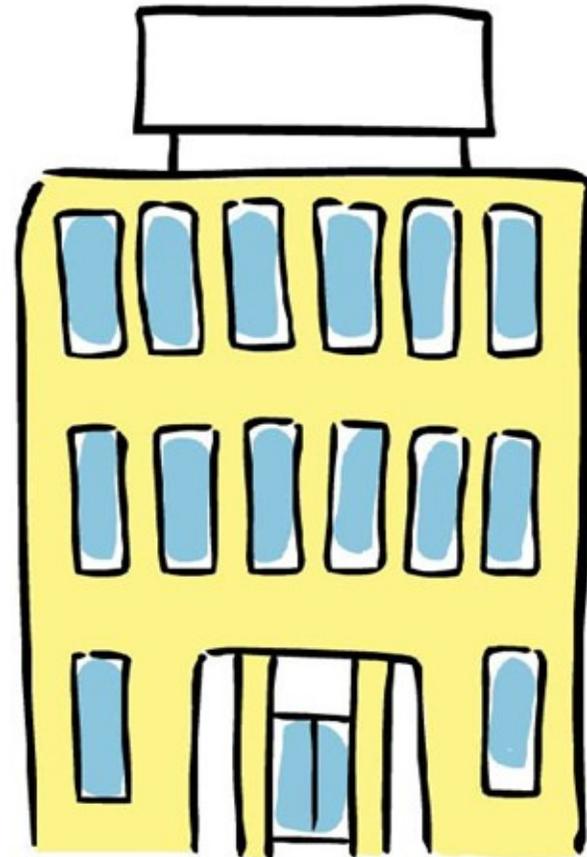
Tiempo + Dinero = Riesgo

**busca** un modelo de  
negocio escalable



**VS**

**ejecuta** un modelo  
de negocio conocido





# qué es una startup?

una startup es una organización temporal de personas que están **buscando un modelo de negocio** recurrente y escalable

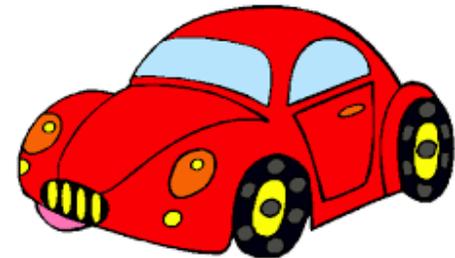
**= experimento**

# startup vs empresa

Una Startup **busca su modelo de negocio, validándolo con clientes y ventas.**



Una Empresa **ejecuta su modelo de negocio**



# efectividad probada



pitch



resumen ejecutivo



canvas- b. plan

# PRESENTACIÓN PARA INVERSORES



*eslogan de la startup*

Fecha:

Lugar:

Persona que realiza la presentación:

Destinatarios de la presentación:



# ASPECTOS A TENER EN CUENTA

- 1 SE PROCESA MEJOR EN BLOQUES PEQUEÑOS**
- 2 SE PROCESA MEJOR CUANDO ES EN FORMA DE HISTORIA**
- 3 APRENDEMOS A PARTIR DE EJEMPLOS**
- 4 LA MEMORIA A CORTO PLAZO ES LIMITADA**
- 5 OLVIDAR ESTÁ PROGRAMADO - REPITE - IMPACTA**

# **4 REGLAS DE ORO -**

- 1 NUNCA MÁS DE SEIS PALABRAS**
- 2 NUNCA IMÁGENES DE MALA CALIDAD**
- 3 SIN FUNDIDOS O TRANSICIONES**
- 4 DESARROLLA SOPORTE PARA ENTREGAR**

# **INTRO- ¿CÓMO DESPERTAR EL INTERÉS?**

- 1 PREGUNTA**
- 2 ESTADÍSTICAS IMPACTANTES O DESCONOCIDAS**
- 3 ANÉCDOTA PERSONAL**
- 4 ANALOGÍA - METÁFORA**
- 5 ALGO ORIGINAL**

**SI RECICLAS NUESTROS HIJOS LAS VERÁN VOLAR**



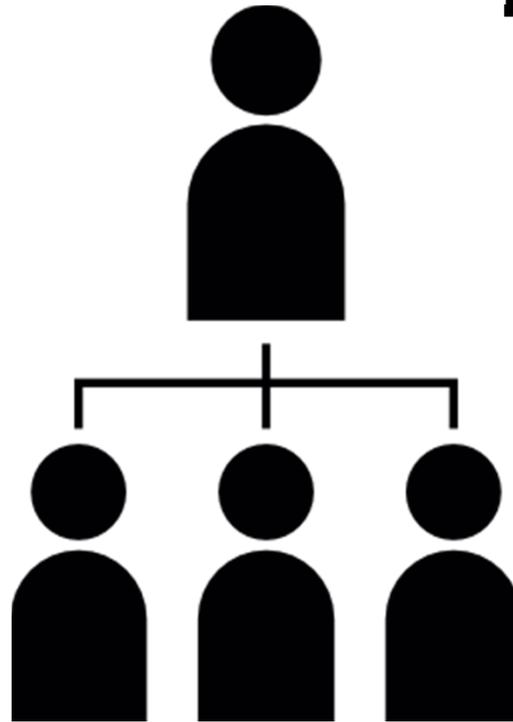
Share





*eslogan de la startup*

# El Equipo



Al realizar una presentación para inversores debes comenzar por presentarte tú como emprendedor y tu equipo. Lo que debes contar:

- Cuál es vuestra motivación para crear la startup
- Las razones por las que vosotros sois los más indicados para hacerlo
- En la medida de lo posible intenta contar una historia al respecto

# la piedra angular



**Comprometido**

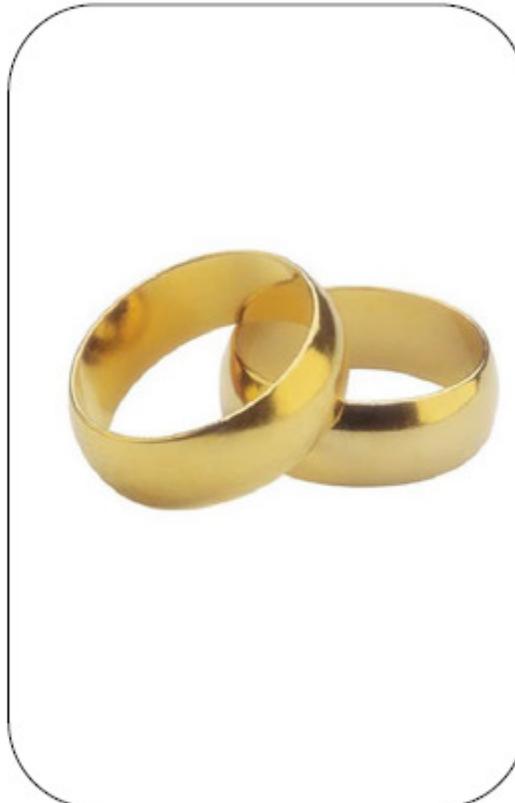
**Capaz**

**Equilibrado**

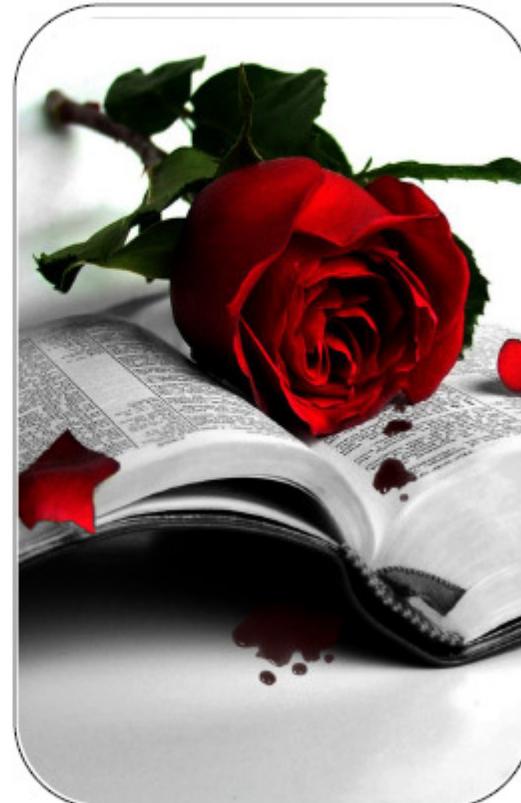
# compromiso del emprendedor



Laboral



Económico

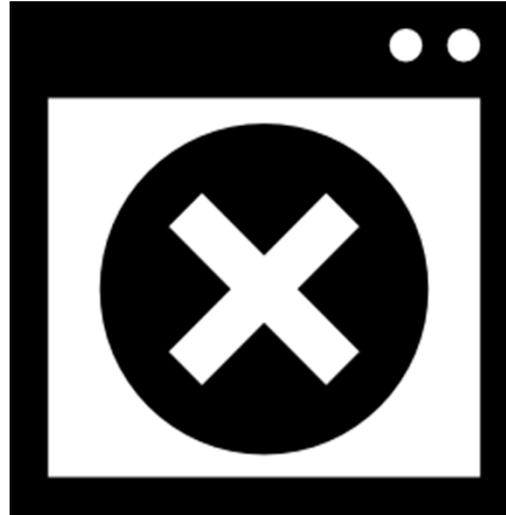


Emocional



*eslogan de la startup*

# El Problema



Describe el problema o necesidad que habéis encontrado en el mercado.  
Lo que debes contar:

- Cómo lo habéis descubierto
- Si es fruto de una experiencia personal puede aportar mucho
- Qué personas o empresas se ven afectadas

## 2 descubriendo problemas.....

### Airport Friendly / Non Metallic Shoes and Boots

Products found in this category: 42

Sort By:

 <p><a href="#">Matterhorn Mens 10 Inch GORE-TEX Leather Thinsulate (TM) Insulation 200 Grams Combat Boots #1949</a> <a href="#">MAT1949</a> Price: \$194.95</p> <p><a href="#">More Information</a> </p>	 <p><a href="#">Bates Mens Leather Oil Resistant Duty Uniform Shoes # 968SA</a> <a href="#">B968SA</a> Price: \$59.95</p> <p><a href="#">More Information</a> </p>	 <p><a href="#">Bates Mens 8 Inch Stingray Side Zip Tactical Boots # 2602CL</a> <a href="#">B-2602CL</a> Price: \$69.95</p> <p><a href="#">More Information</a> </p>	 <p><a href="#">Magnum Mens Viper II 6 Inch Waterproof Slip Resistant Combat Boots # 5332</a> <a href="#">M-5332</a> Price: \$69.95</p> <p><a href="#">More Information</a> </p>
 <p><a href="#">Thorogood Womens 8 Inch Stealth Side Zip Slip Resistant Combat Boots # 534-6001</a> <a href="#">T534-6001</a> Price: \$84.95</p>	 <p><a href="#">Bates Mens 6 Inch Non-Metallic Comfort-Flex Stingray Combat Boots # 2600CL</a> <a href="#">B-2600CL</a> Price: \$54.95</p>	 <p><a href="#">Original SWAT Mens 9 Inch Side Zipper Slip Resistant Tactical Boots # 1232 - Wide Widths</a> <a href="#">OS1232W</a> Price: \$69.95</p>	 <p><a href="#">Original SWAT Mens 9 Inch Side Zip Slip Resistant Combat Boots # 1232 - Medium Widths</a> <a href="#">OS1232</a> Price: \$69.95</p>



*eslogan de la startup*

# La Solución



Vuestra propuesta para solucionar el problema o resolver la necesidad.  
Lo que debes contar:

- Cómo habéis llegado a encontrar esa solución
- Qué capacidades tenéis para hacerlo
- Cómo os habéis puesto a trabajar sobre ello

# TERRITORIOS DE OPORTUNIDADES



Más que un *retail* de juguetes, *Imaginarium* es un espacio con una clara filosofía, entender el mundo de los *Espacios Comunes*, *Niños-Padres*.

“si no crea VALOR, está condenado a la extinción”



**fabricación personal**

**fabricar**

**en casa**

**objetos que precises**



## sistemas de producción de huevos (casas para gallinas)

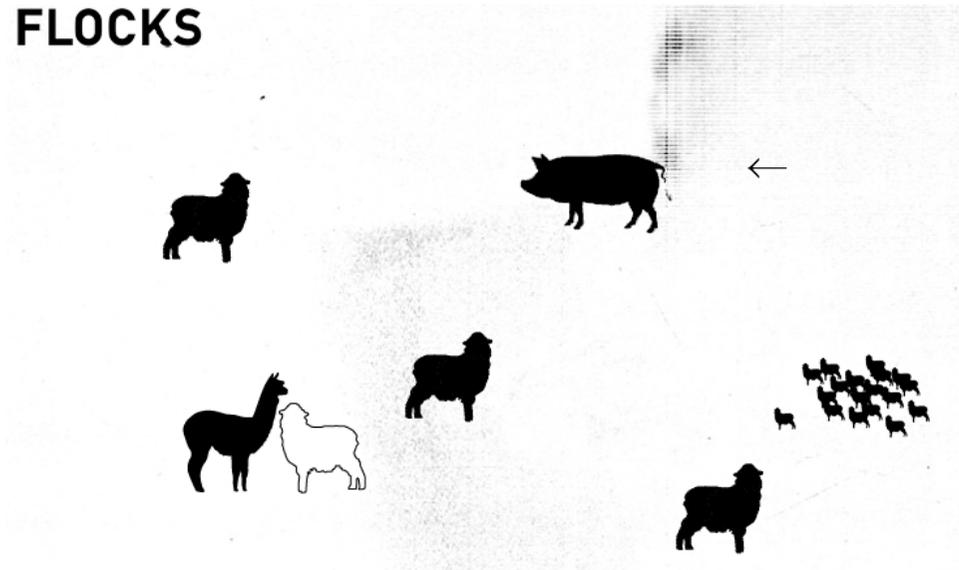
Omler



**fabricación**  
**personalizada**

[www.thesevolks.com](http://www.thesevolks.com)

## FLOCKS



2 aportar valor

no lo compres  
disfrútalo

24 - hours  
fabulous

¿VAS A DAR UNA FIESTA?

24FAB.COM

HOME | LA COLECCIÓN | ZAPATOS | TOCADOS & MÁS | VINTAGE | OUTLET | SERVICIOS DELUXE | REVISTA24FAB | BLOG24

Estás en: Alquiler y compra de vestidos >

English  
web version  
(click home  
top left)

# PRIMAVERA FAB 2010

## SERVICIOS DELUXE:

Alquilar *el look de tu vida*

Comprar y pagar en 4 meses

Marcas en exclusiva y de  
temporada: *Karl Lagerfeld,*  
*Ungaro, Marchesa...*

Estilismo a medida



HAZ EL REGISTRO EXPRESS

**facilidad**

- brand manual
- brand values
- about us
- Stelios
- new ideas
- brand thieves
- jobs
- news archive
- free email

### easyGroup

Stelios' private holding company that creates new ventures & owns the easy brand

- easyJet.com
- easyInternetcafé
- easyCar.com
- easyValue.com
- easyMoney.com
- easyCinema.com
- easyBus.co.uk
- easyHotel.com
- easy4men.com
- easyJobs.com
- easyPizza.com
- easyMusic.com
- easyCruise.com
- easyMobile.com
- easyWatch.com
- easyVan.com
- easyOffice.co.uk

**easy**<sup>TM</sup>  
.com

more value for less!

### Latest News



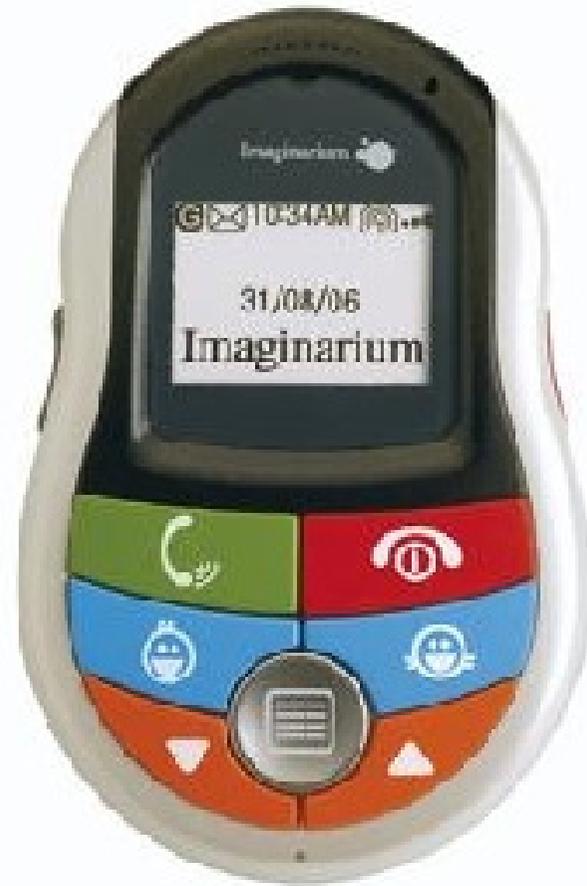
**Driving me mad - couples' driving squabbles and types revealed**  
posted: May 9, 2008

Forget the credit crunch or what to watch on TV; one of the most common causes of arguments between British couples is what goes on behind the steering wheel...  
[MORE>>](#)

Click [HERE](#) for full details...

What's new? Read the official...  
**easyGroup Blog**  
click [HERE](#) ▶

**simplicidad**



**comodidad**

**GEOX**



[Smelly Picnic Primavera - Estate 2008](#)

[Video Race Primavera - Estate 2008](#)



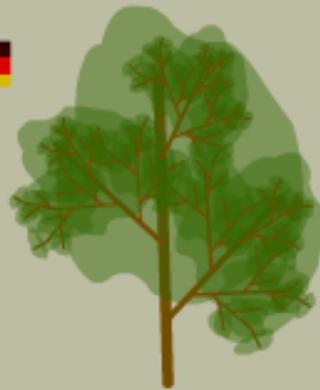
[Jackets Primavera - Estate 2008](#)

**ecológico**

# ferétros ecológicos

**RESTBOX<sup>®</sup>**

Ataúdes de cartón



1 árbol = 1 ataúd tradicional  
de madera



1 árbol = 100 RESTBOX<sup>®</sup>



*"Podrán cortar todas las flores pero no podrán detener la Primavera"*  
Pablo Neruda

Ataúd fabricado en cartón resistente a la humedad, económico,  
plegable, de material reciclado, fácil de incinerar, de fácil transporte y ensamblaje.  
Diferentes modelos- también ataúdes para mascotas



*eslogan de la startup*

# El Mercado



Describe las características principales del mercado al que te diriges  
Lo que debes contar:

- Quiénes son tus clientes
- Cuáles son sus características principales
- Cuáles son sus motivaciones para comprar tu producto

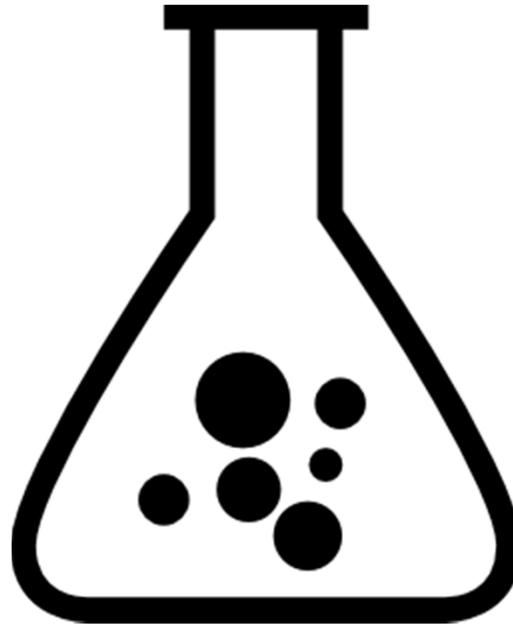
# creando otras necesidades





*eslogan de la startup*

# El Producto



Vuestra propuesta para solucionar el problema o resolver la necesidad.  
Lo que debes contar:

- Describe el producto o servicio que habéis desarrollado
- Explica su valores principales para resolver el problema
- Habla de los aspectos técnicos que lo hacen más relevante

# MO1

With My Mobile

Una nueva forma  
de comunicarte con tu hijo

MO1 el móvil pensado por  
Imaginarium, para que tu hijo  
pueda utilizarlo cuando tú  
quieras.



69,00 €



**Personalizar Agenda**  
Gestiona la agenda de  
tu hijo con los  
contactos que estimes  
necesarios.



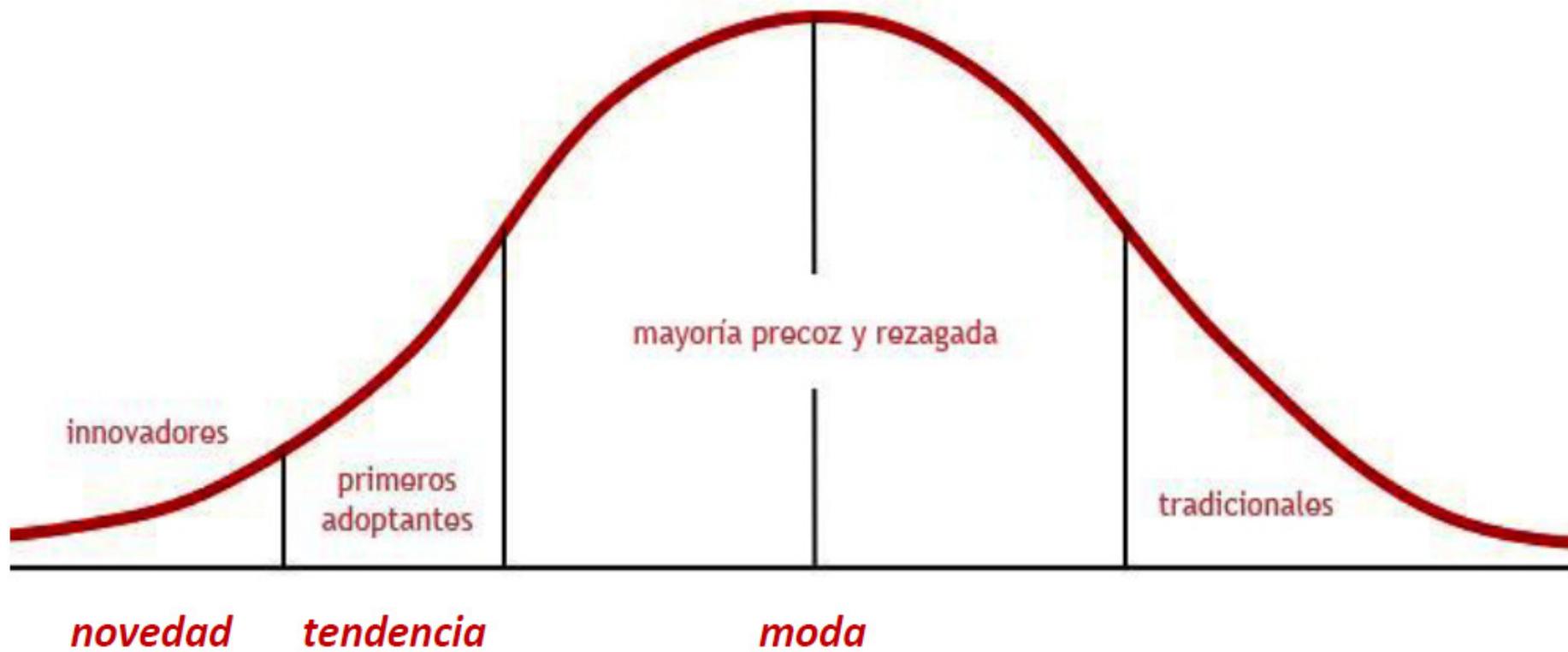
**Servicio Localízame**  
Si quieres saber  
dónde se  
encuentra este  
móvil te  
ofrecemos este  
servicio para que  
estés tranquilo en  
todo momento.



**Guía rápida**  
Para conocer de forma  
rápida y sencilla el  
funcionamiento de MO1.  
[Entra en la guía]

**¿Conoces los ACCESORIOS para  
tu MO1?**

Carregadores Fundas



**auténtico**



**toda una vida**

**productividad**

**personal**



# And design your luggage label for free!

[click here](#)



## Expand your world With our exclusive business network

- ➔ **Find valuable contacts**  
by searching and finding members in different ways
- ➔ **See who's travelling**  
who will be at the same place at the same time
- ➔ **Meet your contacts**  
through offline club events
- ➔ **Useful tips and suggestions**  
on doing business in China, by members

[Club China Virtual Tour](#) →

[Join Club China now!](#) →

**Member Login**

E-mail

Password

- Remember e-mail and password
- Just remember e-mail
- Always ask for both

[Login](#) →

[Not a member? Join now](#)  
[Forgot your password?](#)

**Calendar**

21st May  
[BenCham: Annual General Meeting](#)

**Choose your location**

### Why Should You Join Club China?

Because it's your instant business network in China!

- ➔ Find valuable contacts
- ➔ Learn from the experiences of others
- ➔ Get access to exclusive events and services

[Take a closer look >>](#)

**Experience China**  
A business network platform for ambitious people who want to do business with and within China.

[An impression of Club China](#)  
(11Mb, 6 min.)



# responsable

***“Las CLEAN SLATE BRANDS usualmente tienen ‘nuevos’ valores empresariales —como estándares ambientales, éticos y sociales más elevados— profundamente inmersos en sus prácticas y modelos de negocio.”***

***“El 87% de los consumidores de todo el mundo cree que las empresas deberían hacer al menos el mismo hincapié en los intereses sociales que en los empresariales, y el ‘propósito’ ha incrementado en un 26% como motivador para la compra desde 2008.”***

***- Edelman, abril 2012***

**Hachikyo: marisquería penaliza a sus comensales por no terminarse la comida**



**ecológico**

# Bolas de golf ecológicas y biodegradables

## Play golf and feed fish with ECOBIOBALL



ECOBIOBALL es la primera **bola de golf ecológica y biodegradable** que contiene comida para peces en su núcleo, para practicar el golf en entornos marinos.

ECOBIOBALL es un **producto único** y de un solo uso, que permite la práctica del golf en cruceros, playas, embarcaderos, hoteles y resorts en 1ra. línea de mar, plataformas, barcos, yates, pantanos, lagos, ríos y otros entornos marinos.

ECOBIOBALL es un **producto 100% seguro** para la flora y fauna marina, fabricado con materias no contaminantes y con certificaciones de producto **biodegradable** y **no tóxico**. Una vez lanzada al agua, la capa externa de ECOBIOBALL se biodegrada en menos de 48 horas, liberando al medio la comida para peces que lleva su núcleo.

# 3. MOBILE MOMENTS

"MOMENTOS MÓVILES"



***Multitareas (e incluso hiper tareas) para nuestro estilo de vida: por qué la micro-conveniencia, las mini-experiencias y los tentempiés digitales serán lo más***

## ► Project Ingeborg: biblioteca virtual en Klagenfurt, Austria



En julio de 2012 Klagenfurt desveló el [Projekt Ingeborg](#), que ofrece una biblioteca virtual a través de pegatinas con códigos QR colocadas por toda la ciudad austríaca. Aunque la ciudad no tiene biblioteca pública, los residentes pueden acceder a la literatura clásica mediante las pegatinas amarillas que han sido colocadas en ubicaciones como paradas de autobús.

## ► Snapchat: aplicación para compartir fotos temporalmente



[Snapchat](#) es una aplicación que permite a los usuarios compartir imágenes que solo pueden ser vistas por el receptor durante unos segundos antes de 'autodestruirse'. Los desarrolladores de esta aplicación anunciaron en octubre de 2012 que este servicio procesaba 20 millones de imágenes al día.

# La nueva era del servicio al cliente



# Nuevo vending



Onitsuka Tiger

**1.- ¿Existe mercado?** ¿Qué tamaño tiene? ¿Es un mercado en crecimiento?

**2.- Clientes** ¿Se sabe y están definidos quienes son los clientes?, ¿Y sus no clientes?,

**3.- ¿Tiene tracción?** ¿La gente está dispuesta a pagar por su producto / servicio a ese precio?, ¿Muchas veces?, ¿Sólo una?

**4.- Producto** ¿Su producto es tan sensacional que la gente lo recomienda?

**5.- Operadores del mercado** ¿Se conocen los principales operadores del mercado?, ¿Qué nivel de atomización tiene el sector?

# ¿dónde opera? - ¿lo conoce?



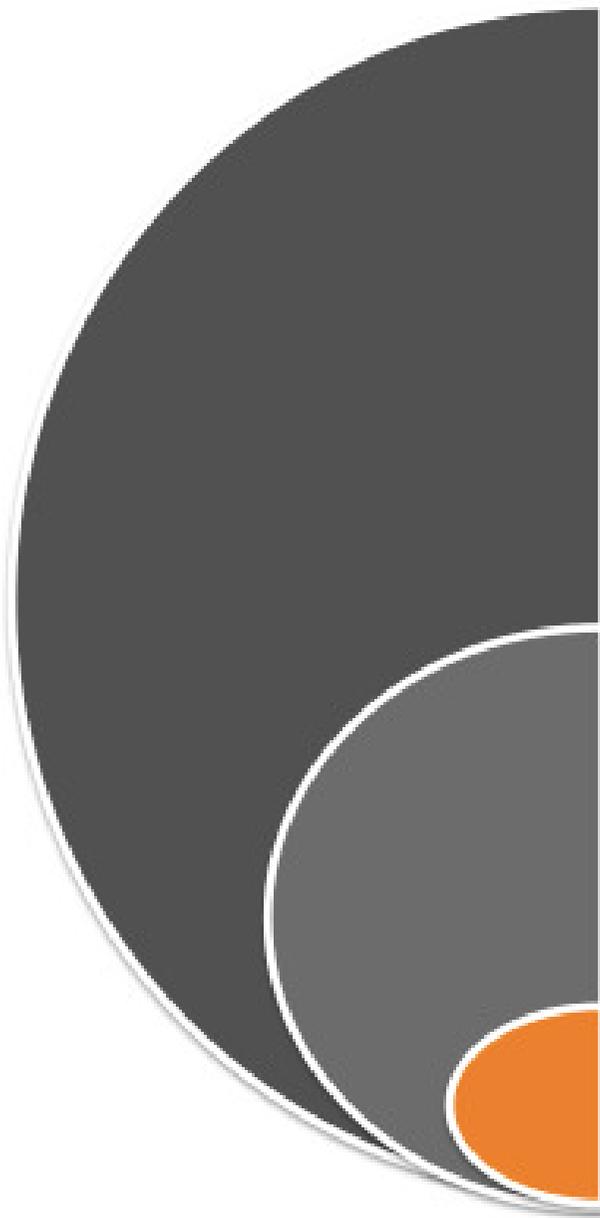
**Volumen y Tasa  
Crecimiento**

**Segmento de  
Clientes**

**Nivel de  
Competencia**

“del océano azul al pozo ciego sólo hay un paso”





**TAM** (*Total Addressable Market*)

**SAM** (*Serviceable Available Market*)

**SOM** (*Serviceable Obtainable Market*)



*eslogan de la startup*

# La Competencia



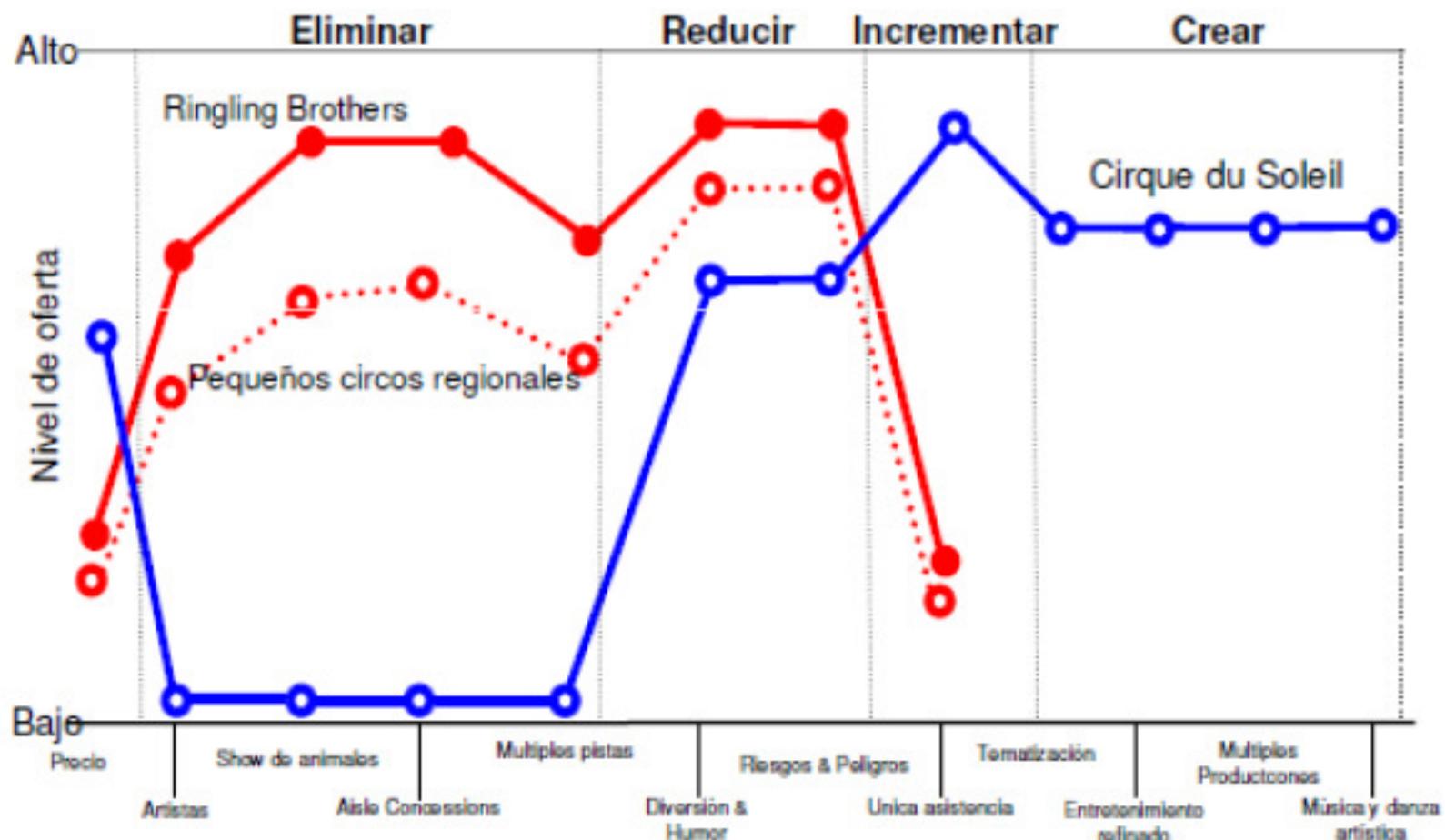
Describe la situación de competencia que existe en el mercado al que te diriges  
Lo que debes contar:

- Cuáles son tus principales competidores
- Sus puntos fuertes y débiles, sin menospreciarlos
- Las fortalezas que tu tienes para lograr ser el más importante

# Cirque du Soleil

cuadro estratégico Cirque du Soleil

## Innovación de valor del Cirque du Soleil



La estrategia del océano azul

ezequiel sanchez cascales

# H

## matriz de las cuatro acciones

### Cirque du Soleil

matriz de las cuatro acciones

#### Caso del circo del sol - Framework cuatro acciones

##### Eliminar

- Artistas estrella
- Shows de animales
- Reducción de precios
- Múltiples pistas

##### Reducir

- Peligro y temores

##### Crear

- Tematización
- Entorno refinado
- Producciones múltiples
- Música y danzas artísticas

##### Incrementar

- Asistencia

# la estrategia azul

## Blue Ocean Strategy



**Competición**



**Diferenciación**

# la estrategia azul

## ESTRATEGIA MIOPE

## ESTRATEGIA AZUL

<b>Industria</b>	Centrada en los rivales de la industria	Explora otras industrias
<b>Grupo Estratégico</b>	Centrada en la posición competitiva dentro de un grupo estratégico	Explora los grupos estratégicos dentro de la industria
<b>Grupo de compradores</b>	Centrada en servir mejor al grupo de compradores	Redefine el grupo de compradores de la industria
<b>Alcance de la oferta del producto o servicio</b>	Centrada en maximizar el valor de los productos y servicios dentro de los confines de la industria	Explora los productos y servicios complementarios
<b>Orientación funcional o emocional</b>	Centrada en mejorar los niveles de precios dentro de la orientación funcional o emocional de su industria	Replantea la orientación funcional o emocional de su industria
<b>Tiempo</b>	Centrada en adaptarse a las tendencias externas que surgen a su alrededor	Participa moldeando activamente las tendencias externas en el tiempo



*eslogan de la startup*

# El modelo de negocio



Explica cómo vas a ganar dinero con tu empresa

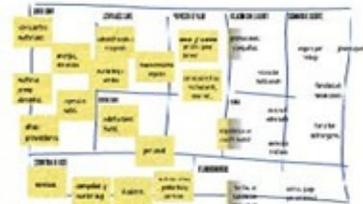
Lo que debes contar:

- Cuánto te cuesta producir tu producto o servicio
- Por cuánto lo vas a vender
- Quién lo va a comprar y por qué

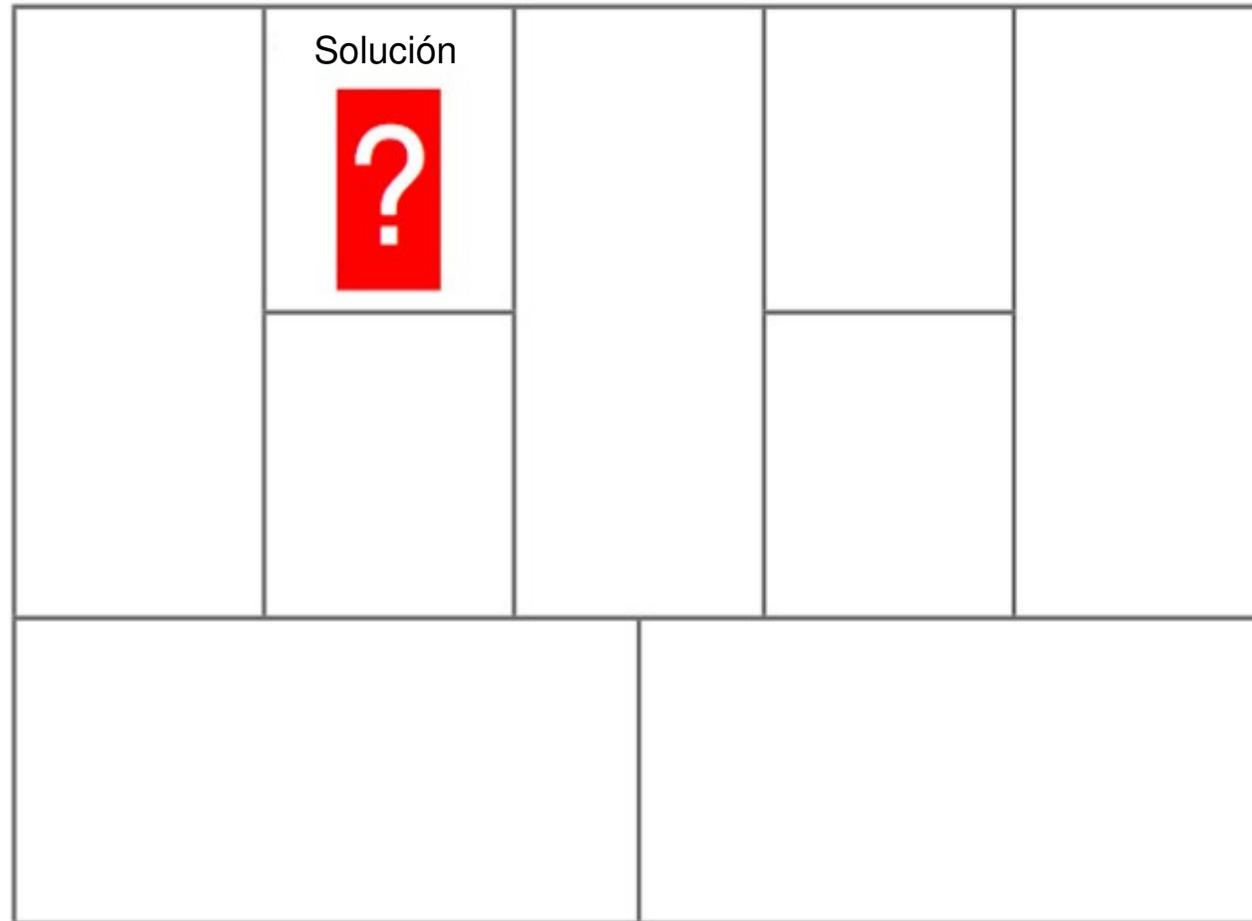
# qué es un modelo de negocio?



un modelo de negocio describe los fundamentos de como una organización **crea, entrega y captura valor**

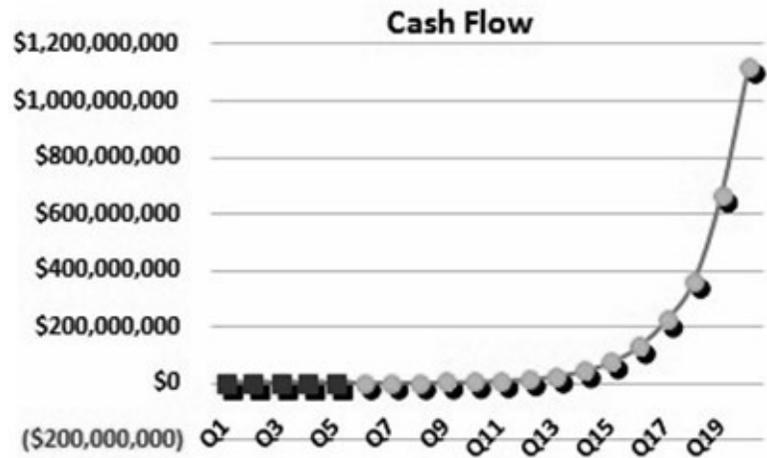


Tu “solución” **NO** es el producto...



... **el Modelo de Negocios** *es* *el producto*





¿SE TRATA DE UN MODELO  
**ESCALABLE**

?

¿Cuál es la estrategia de

# DIFERENCIACIÓN

?

EL MEJOR

*Lo contrario de  
extraordinario es....  
"muy bueno"  
Seth Godin*

EL ÚNICO

EL MAS BARATO

Fuente CVBAN

¿Existen en el modelo

**BARRERAS**

*¿son barreras de salida?*

?

**1.- ¿Cómo genera pasta con el proyecto?**

Cuál es el plan/planes de contingencia?

**2.- ¿Tiene un aspecto diferencial?**

¿Es sostenible en el tiempo?

**3.- ¿Qué les hace diferentes?**

¿Por qué su propuesta es válida en el mercado?

**4.- ¿Es escalable y replicable?**

**5.- ¿Es el momento? ¿Es una tecnología madura?, ¿Llegamos antes de tiempo?**



*eslogan de la startup*

# La estrategia de marketing/comercial



Explica tu estrategia para vender tu producto en el mercado elegido.  
Lo que debes contar:

- Los canales que vas a utilizar para llegar a tu público objetivo
- El mensajes que vas a utilizar para llamar su atención
- Tus capacidades al respecto para que la estrategia sea un éxito



*eslogan de la startup*

## Los resultados actuales



A una presentación para inversores deberías llegar con un test de mercado. Lo que debes contar:

- En qué consiste tu producto mínimo viable
- Las acciones que has realizado y el coste que han supuesto
- Los resultados obtenidos y el crecimiento que van teniendo

## aspectos críticos (II)



**Hitos**



Sit. Financiera



Sit. Económica

# estado del proyecto



**¿Qué ha  
Conseguido?**

**¿Dónde está?**

**Next Step**

# Definir hitos claros

## Principales Hitos para cubrir ventas:

- |  |              |
|--|--------------|
| • Plataforma en Producción               | Finales 2011 |
| • Inicio del Desarrollo de la plataforma | Julio 2012   |
| • Lanzamiento de Servicio en España      | Enero 2013   |
| • Primeros 1000 Subscriptores            | Octubre 2013 |
| • Primeros 5000 Subscriptores            | Marzo 2014   |

## La estrategia de Marketing está basada en las siguientes acciones:

- ***Estrategia web de “obtener permiso”***: gestión del usuario a través de email.
- ***Google ADwords***: se ha diseñado una campaña en Google ADwords de 5
- ***SEO, Alta en buscadores, Alta en directorios***
- ***Campañas en Redes Sociales***

Proyecto de empresa de desarrollo de hardware y software



Necesidades	300.000 €	150.000 €	700.000 €	850.000 €
Valoración	900.000 €	1.100.000 €	2.500.000 €	3.500.000 €
	15 meses	4 meses	9 meses	15 meses



*eslogan de la startup*

# La estrategia de crecimiento



Cuando consigas financiación qué vas a hacer para que la empresa crezca  
Lo que debes contar:

- Si vas a invertir en tecnología o mejoras del producto
- Si vas a contratar más gente
- Si vas a amplificar la estrategia de marketing o comercial

# ECOFIN

## RESUMEN DE LAS PROYECCIONES (€ MM)

	2012		2013		2014		2015	
Ingresos	€	-	€	0,11	€	1,23	€	2,15
Gastos	€	0,08	€	0,21	€	0,69	€	1,15
Beneficios	-€	0,08	-€	0,10	€	0,53	€	1,00
<b>Necesidades de Capital</b>	€	0,08	€	0,10	€	-	€	-

## DISTRIBUCIÓN COSTES Y PERSONAL (€ MM):

	2012		2013		2014		2015	
Coste Ventas (Inf.&Att.Cliente)	-		0,1	47%	0,5	76%	0,8	71%
Desarrollo	0,08	98%	0,04	17%	0,02	3%	0,07	6%
Ventas y Marketing			0,07	31%	0,12	17%	0,23	20%
Administración	0,00	2%	0,01	4%	0,02	3%	0,03	3%
<b>Plantilla</b>	<b>5</b>		<b>11</b>		<b>19</b>		<b>28</b>	



*eslogan de la startup*

# Las necesidades financieras



Explica la financiación que necesitas y a qué la vas a dedicar  
Lo que debes contar:

- Detalla la ronda de financiación que quieres realizar
- Indica la cantidad buscada y la forma de participar
- Explica la valoración de la empresa y el % que le corresponde al inversor

# ¿Cuánto dinero hace falta en un negocio?

- La suma de las **inversiones** que es preciso acometer para lanzar el negocio
- La suma de los **gastos** que se tendrán el primer año
- Las **pérdidas** acumuladas de los primeros “n” años
- Cualquier **combinación** de las anteriores



Las necesidades financieras se obtienen calculando los flujos de caja y el estado de tesorería de la empresa

# Necesidades financieras

		2009	2010	2011	2012	2013
<b>Cash Flow de la Operaciones</b>						
Beneficio Neto	EUR	(41.142)	(46.401)	(6.353)	80.947	202.410
Provisiones	EUR	0	0	0	0	0
Amortización	EUR	2.572	3.572	3.572	2.785	2.785
Other non-cash items	EUR	0	0	0	0	0
Cambios en el Fondo de Maniobra	EUR	30.860	(4.231)	(1.536)	(544)	690
Efectos comerciales descontados	EUR	0	0	0	0	0
<b>Cash Flow de la Operaciones</b>	<b>EUR</b>	<b>(7.709)</b>	<b>(47.059)</b>	<b>(4.317)</b>	<b>83.188</b>	<b>205.884</b>
<b>Cash Flow de las Inversiones</b>						
Gastos de Constitución	EUR					
Inmovilizado Inmaterial	EUR	0	5.000	0	0	0
Inmovilizado Material	EUR	0	0	0	0	0
Otras partidas (Capitalizables)	EUR					
<b>Cash Flow de las Inversiones</b>	<b>EUR</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Necesidades de Financiación</b>	<b>EUR</b>	<b>(7.709)</b>	<b>(52.059)</b>	<b>(4.317)</b>	<b>83.188</b>	<b>205.884</b>
<i>Acumulado Necesidades de Financiación</i>	<i>EUR</i>	<i>(7.709)</i>	<i>(59.769)</i>	<i>(64.086)</i>	<i>19.102</i>	<i>224.987</i>
<b>Caja al inicio del ejercicio</b>	<b>EUR</b>	<b>15.353</b>	<b>6.701</b>	<b>(45.359)</b>	<b>(49.676)</b>	<b>33.512</b>
Deudas a corto						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR	(943)	0	0	0	0
Deudas no comerciales						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
Deudas a Largo Plazo						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
Proveedores de Inmovilizado						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
Otros préstamos						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
Capital social						
Aportaciones al Capital	EUR					
Recompra	EUR					
Pago de Dividendos	EUR	-	-	-	-	-
<b>Caja al final del ejercicio</b>	<b>EUR</b>	<b>6.701</b>	<b>(45.359)</b>	<b>(49.676)</b>	<b>33.512</b>	<b>239.396</b>

# Necesidades financieras

		2009	2010	2011	2012	2013
<b>Cash Flow de la Operaciones</b>						
Beneficio Neto	EUR	(41.142)	(46.401)	(6.353)	80.947	202.410
Provisiones	EUR	0	0	0	0	0
Amortización	EUR	2.572	3.572	3.572	2.785	2.785
Other non-cash items	EUR	0	0	0	0	0
Cambios en el Fondo de Maniobra	EUR	30.860	(4.231)	(1.536)	(544)	690
Efectos comerciales descontados	EUR	0	0	0	0	0
<b>Cash Flow de la Operaciones</b>	<b>EUR</b>	<b>(7.709)</b>	<b>(47.059)</b>	<b>(4.317)</b>	<b>83.188</b>	<b>205.884</b>
<b>Cash Flow de las Inversiones</b>						
Gastos de Constitución	EUR					
Inmovilizado Inmaterial	EUR	0	5.000	0	0	0
Inmovilizado Material	EUR	0	0	0	0	0
Otras partidas (Capitalizables)	EUR					
<b>Cash Flow de las Inversiones</b>	<b>EUR</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Necesidades de Financiación</b>						
<b>Acumulado Necesidades de Financiación</b>	<b>EUR</b>	<b>(7.709)</b>	<b>(52.059)</b>	<b>(4.317)</b>	<b>83.188</b>	<b>205.884</b>
<i>Acumulado Necesidades de Financiación</i>	<i>EUR</i>	<i>(7.709)</i>	<i>(59.769)</i>	<i>(64.086)</i>	<i>19.102</i>	<i>224.987</i>
<b>Caja al inicio del ejercicio</b>	<b>EUR</b>	<b>15.353</b>	<b>6.701</b>	<b>4.641</b>	<b>324</b>	<b>83.512</b>
<b>Deudas a corto</b>						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR	(943)	0	0	0	0
<b>Deudas no comerciales</b>						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
<b>Deudas a Largo Plazo</b>						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
<b>Proveedores de Inmovilizado</b>						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
<b>Otros préstamos</b>						
Disposición de fondos	EUR					
Pago	EUR					
<b>Capital social</b>						
Aportaciones al Capital	EUR		50.000			
Recompra	EUR					
Pago de Dividendos	EUR	-	-	-	-	-
<b>Caja al final del ejercicio</b>	<b>EUR</b>	<b>6.701</b>	<b>4.641</b>	<b>324</b>	<b>83.512</b>	<b>289.396</b>

**“no se  
gastan ni  
bromas”**





*eslogan de la startup*

# Las proyecciones financieras



Explica la posibilidades que tiene tu negocio a nivel de crecimiento  
Lo que debes contar:

- El inversor quiere saber cómo crece el negocio para ver su rentabilidad
- Aquí puedes hablar de las posibles salidas para el inversor
- Puedes preparar una versión moderada y otra optimista

# modelo económico - financiero



**Nivel de  
Inversión**

**Fuentes de  
Financiación**

**% - Valoración**

# ECOFIN

P&G	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Ingresos</b>	<b>46.165</b>	<b>161.546</b>	<b>727.842</b>	<b>2.493.853</b>	<b>4.449.082</b>
Ventas	46.165	161.546	727.842	2.493.853	4.449.082
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
<b>Gastos</b>	<b>54.034</b>	<b>413.686</b>	<b>683.896</b>	<b>1.335.125</b>	<b>1.904.700</b>
Gastos de personal	40.714	323.450	475.162	892.289	1.319.102
Salarios	35.714	316.450	461.162	867.289	1.294.102
Otros gastos de personal	5.000	7.000	14.000	25.000	25.000
Otros gastos de explotación	13.320	90.236	208.734	442.836	585.598
Tributos	0	0	0	0	0
<b>EBITDA</b>	<b>-7.869</b>	<b>-252.140</b>	<b>43.946</b>	<b>1.158.728</b>	<b>2.544.382</b>
Amortizaciones	0	1.333	10.683	25.980	45.475
<b>EBIT</b>	<b>-7.869</b>	<b>-253.473</b>	<b>33.263</b>	<b>1.132.748</b>	<b>2.498.907</b>
	0%	3121%	-113%	3305%	121%
Gastos financieros	0	0	0	0	0
<b>EBT</b>	<b>-7.869</b>	<b>-253.473</b>	<b>33.263</b>	<b>1.132.748</b>	<b>2.498.907</b>
<b>EBT acumulado</b>	<b>-7.869</b>	<b>-261.342</b>	<b>-228.079</b>	<b>904.669</b>	<b>3.403.576</b>
Base imponible acumulada	0	0	0	904.669	3.403.576
Base imponible	0	0	0	904.669	2.498.907
Impuestos	0	0	0	271.401	749.672
T efectivo	0,0%	0,0%	0,0%	24,0%	30,0%
<b>E</b>	<b>-7.869</b>	<b>-253.473</b>	<b>33.263</b>	<b>861.347</b>	<b>1.749.235</b>

# consideraciones finales



¿Dónde va la Pasta?

**Cash Burning Rate (CBR)**

**Cifra de Negocio  
Flujos de Caja**

1



**Cuenta Resultados  
+  
Métricas de negocio**

2



**Estado de Tesorería  
+  
Cash Burning Rate**

3



**Balance de Situación**



*eslogan de la startup*

# La propuesta



Es el momento de explicar al inversor que tienes un proyecto ganador y que si decide apoyarte puede obtener un gran beneficio.

Lo que debes contar:

- Que te gustaría poder negociar sobre su participación en la empresa
- Que realmente necesitas su apoyo para lograr sus objetivos
- Que juntos podéis llegar a hacer de tu proyecto un gran éxito



*eslogan de la startup*

# Las preguntas



Deja un tiempo para que los inversores puedan hacerte preguntas y si no tienen entonces puedes aprovechar tú ese tiempo para comentar algo de valor añadido sobre tu presentación.

# CONCLUSIÓN -

- 1 RESUME LOS PUNTOS PRINCIPALES**
- 2 UTILIZA UNA CITA INSPIRATIVA**
- 3 REAFIRMA EL BENEFICIO**
- 4 LLAMA A LA ACCIÓN**
- 5 HAZ UN CIERRE DE PELÍCULA**