FARMINFIN

Farming concepts and innovative funding/financing

MÓDULO D: Comunicación y comercialización

Acceso a los inversores, principales elementos de una exposición o un discurso de ventas

Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no puede ser considerada responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.
Proyecto n° 2019-1-BE01-KA202-050397

INTRODUCCIÓN

Llegar a instituciones o personas dispuestas a invertir en tu empresa agrícola es una tarea difícil.

Muchos empresarios se ponen en contacto con inversores de capital para obtener financiación, pero a menudo las transacciones fracasan debido a una mala preparación. Sin embargo, la mayoría de los errores pueden evitarse fácilmente.

Los jóvenes agricultores, los agricultores con ideas de negocio nuevas e innovadoras o los recién llegados a la agricultura carecen a veces de un historial o de una prueba de concepto.

Cuanto mejor preparados estén, mayores serán las posibilidades de convencer a los inversores para que financien tu empresa/proyecto.

Este módulo mostrará los aspectos básicos para llegar a los inversores, empezando por los principales elementos de una exposición o un discurso de ventas.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Los principales objetivos de este módulo son:

- Conocer lo esencial para contactar adecuadamente con un inversor.
- Motivar al agricultor para que reflexione firmemente sobre sí mismo como empresario en el mundo profesional de la financiación.
- Dar una visión general de los perfiles de los inversores existentes y de cómo llegar a ellos.
- Dar consejos para presentar tu proyecto y un método para clasificar a los inversores según sus perfiles y expectativas específicas.

ÍNDICE

1. Identificando tu proyecto 5

1.1. Oportunidades de financiación para todos 5

1.2. Oportunidades de financiación para tu idea de negocio concreta 8

1.3. Decisión para la financiación del resto de tu idea de negocio 9

2. Pasos decisivos y errores evitables 10

2.1. Percepción del objetivo 10

2.2. Percepción del proceso 11

2.3. Percepción del equipo de inversión 12

3. Acceder al inversor 13

3.1. Perfiles de inversores existentes 13

3.2. Acceder al inversor 14

3.3. Presentación de tu concepto 14

Conclusiones 16

Duración del módulo: 45-90 min | Duración de cada unidad: 20-30 min

1. IDENTIFICANDO TU PROYECTO

Por muy buena que sea tu idea de negocio, no podrás poner en marcha tu propia empresa sin capital.

Sabiendo que la financiación de la agricultura sigue siendo un nicho, es importante reconocer que existe una amplia gama de opciones de financiación. Sin embargo, no todas las opciones son adecuadas para todos los conceptos, y hay que tener en cuenta las oportunidades y los riesgos de cada opción de financiación.

La falta de planificación financiera sigue siendo una de las razones más comunes del fracaso de una empresa de nueva creación y también del fracaso de empresas de larga duración.

1.1. Oportunidades de financiación para todos

1. **Autofinanciación e impulso**
2. **Ahorro de dinero**
3. **Financiación con subvenciones o ayudas**
4. **Financiación con préstamos y créditos**
5. **Financiación con capital riesgo (venture capital), ángeles inversores (business angels), préstamos participativos (crowdlending) o financiación participativa (crowdinvesting)**

1. Autofinanciación e impulso

Independientemente de si es posible para ti, la autofinanciación tiene ventajas e inconvenientes. Utiliza el capital propio, empieza sin problemas y crece progresivamente.

Si inviertes mucho por tu cuenta, es natural que quieras sacarle el máximo partido, y después es natural que te sientas orgulloso de haberlo hecho solo con tus propios recursos.

Además, la mayor parte de la empresa permanece en manos del fundador. Los jóvenes empresarios tienen entonces la máxima libertad para tomar decisiones.

El alto grado de libertad empresarial va acompañado de un mayor riesgo de tomar decisiones erróneas porque el agricultor (que puede trabajar sin los conocimientos de otros) es entonces el único responsable de los posibles errores.

2. Ahorro de dinero

La planificación de la liquidez es uno de los aspectos básicos a la hora de crear y gestionar una empresa y debe tenerse en cuenta ya al elaborar el plan de negocio. Además de las fuentes de financiación, los jóvenes agricultores deben prestar especial atención a la eficiencia en el uso de su dinero. Se puede ahorrar en muchas áreas sin que la productividad tenga que sufrir.

3. Financiación con subvenciones o ayudas

A menudo, los agricultores pueden recurrir a las ayudas estatales, no sólo para la puesta en marcha, sino también para las medidas de desarrollo para el crecimiento, la especialización o la diversificación.

Además, la agricultura recibe subvenciones, por ejemplo, de la Política Agrícola Común (PAC) europea.

Sin embargo, a menudo existen condiciones y plazos que deben respetarse, por lo que los agricultores deben informarse siempre antes de solicitar dichos fondos.

Toda moneda tiene dos caras.

4. Financiación con préstamos y créditos

Para las compras de mayor envergadura, un préstamo de tu banco es un método para conseguir el capital necesario para iniciar un negocio.

Un plan de negocio profesional y una buena preparación para la entrevista con el banco son absolutamente necesarios.

Si el proyecto está bien desarrollado, se presenta adecuadamente en el plan de negocio y promete éxito, hay muchas posibilidades de que se apruebe el préstamo.

Sin embargo, en principio, el banco no renunciará a una garantía privada y a la correspondiente calificación crediticia.

Sin embargo, también es posible buscar un inversor que pueda proporcionar apoyo financiero a tu proyecto. Clásicamente, se trata de ángeles inversores (business angels) o capital riesgo (venture capital).

5. Financiación con capital riesgo (venture capital), ángeles inversores (business angels), préstamos participativos (crowdlending) o financiación participativa (crowdinvesting)

Capital riesgo (venture capital)

Con el capital riesgo, los inversores proporcionan a las empresas el capital adecuado. A cambio, los inversores suelen actuar como asesores y adquieren acciones de la empresa.

De este modo aumenta el alcance financiero, pero los fundadores asumen la responsabilidad no sólo por ellos mismos sino también por los inversores, que ahora quieren estar al tanto del estado de desarrollo y suelen esperar también informes constantes.

Por regla general, los inversores sólo se involucran en las fases posteriores de una empresa cuando el riesgo ha disminuido. Cuanto más arriesgada sea la situación actual de la empresa, mayor será el interés de los fondos aportados.

Ángeles inversores (business angels)

Los ángeles inversores suelen ganarse mucho antes para tu propia empresa. Sin embargo, por regla general, no invierten tanto capital como los inversores de capital riesgo. En cambio, actúan en calidad de asesores: los jóvenes empresarios pueden compartir la gran experiencia de los ángeles inversores y utilizar sus redes y contactos, que a menudo pueden resultar más valiosos que el capital puro. Además, los ángeles inversores arriesgan mucho más que los capitalistas de riesgo, ya que invierten durante la puesta en marcha o poco después de esta, en un momento en el que el éxito no está en absoluto asegurado.

Encontrar un ángel tan popular no es tan fácil.

Participativos

El micromecenazgo es una forma de financiación cada vez más popular. Como que la carga financiera se reparte entre muchos hombros, también se denomina crowdfunding (en inglés, crowd significa “multitud“). El micromecenazgo se divide en distintos tipos.

Existen el basado en recompensas, el basado en préstamos y el basado en acciones.

En el micromecenazgo basado en acciones, los patrocinadores se convierten en inversores y reciben una acción de la empresa con la que también participan en la facturación. El objetivo de los inversores suele ser una salida posterior.

En el micromecenazgo basado en la recompensa, los patrocinadores reciben un agradecimiento por su apoyo financiero, que es más amplio en función de la cantidad de dinero aportada.

En el micromecenazgo basado en préstamos, los patrocinadores ofrecen un préstamo con un tipo de interés y un plazo fijos.

1.2. Oportunidades de financiación para tu idea de negocio concreta

El tipo de financiación que te conviene no sólo depende del tipo y el volumen de la inversión, sino también de la fase en la que os encontréis tú y tu negocio.

En la fase de prefundación no suele haber más que una idea.

La fase de puesta en marcha abarca los pasos que van desde la fundación de la empresa hasta su lanzamiento al mercado: tienes una "prueba de concepto" con la que puedes convencer a los inversores de que tu proyecto tendrá éxito.

En la fase de puesta en marcha, también conocida como primera etapa, ya se generan ventas, pero normalmente aún no se alcanza el punto de equilibrio.

En la fase de crecimiento, intentas consolidar la posición de tu empresa en el mercado. A partir de este momento, la mayoría de los inversores ya no te consideran a ti y a tu proyecto como una start-up, sino como una empresa.

Las exigencias, las necesidades, los deseos o los temores de las personas implicadas dependen de la posición en la que posiblemente se encuentren:

- **Agricultor/ empresario:** Desean que se les financie su negocio sobre la base de unas condiciones adecuadas (interés, duración, poder de decisión)

- **Financiador/ donante / inversor:** Quieren ver la recompensa de su dinero invertido de forma segura, rentable y probablemente significativa.

1.3. Decisión para la financiación del resto de tu idea de negocio

Hay muchas formas de financiar tu empresa. Es posible transformar una idea de negocio para iniciar o desarrollar tu explotación agrícola en un negocio rentable.

Dependiendo del tipo de negocio, del tipo y el volumen de la inversión y también de la fase de vida de tu empresa agrícola, el abanico de opciones pertinentes se reducirá.

Cada enfoque tiene sus propias ventajas e inconvenientes, que deberás tener en cuenta a la hora de elegir.

¡El derecho contractual es fuerte!

En cuanto se celebra un contrato, éste entra en vigor con todas sus consecuencias:

- Condiciones financieras (intereses, distribución, duración, etc.).
- Poder de decisión.
- Obligaciones de información.

etc.

TÓMATE TU TIEMPO PARA DECIDIR SOBRE LA FORMA DE FINANCIAR TU NEGOCIO

2. PASOS DECISIVOS Y ERRORES EVITABLES

Los inversores suelen hacer un uso intensivo de sus derechos de voto y de las oportunidades de ejercer influencia, aunque el diálogo entre las empresas y sus inversores es importante. Términos como sostenibilidad, administración o compromiso de los accionistas desempeñan un papel cada vez más importante.

La separación de la propiedad y la gestión de una empresa plantean retos. Desde el punto de vista económico, la separación da lugar a diversas asimetrías de información. Estas pueden ser explotadas por el agricultor. Si esto es posible sin sanciones, aumenta el riesgo de comportamiento oportunista por parte del agricultor. Según la teoría, el rendimiento disminuye cuando no se recompensa adecuadamente el buen rendimiento y no se castiga adecuadamente el malo.

Pero sí, esta valoración tiene que ver con la clasificación de todos los humanos como homo economicus.

TÓMATE TU TIEMPO PARA CONOCER TU OBJETIVO Y EL PROCESO PARA ALCANZARLO

2.1. Percepción del objetivo

Las expectativas de los inversores tienen varios niveles

El interés financiero está claro y la base empresarial es que el inversor quiere obtener “algo” a cambio de su dinero invertido: un rendimiento en dinero, recibir una cosa o incluso influencia o crear un significado. La expectativa del inversor depende de su horizonte de inversión, su estilo de inversión, etc.

Además, la información justa es un requisito central para el agricultor cuando acepta el dinero del inversor. Hay que centrarse en la comunicación activa (personal). La información debe ser comprensible y estar actualizada. Sólo así se podrá establecer una relación entre el agricultor y los inversores que pueda satisfacer a ambos.

Relación entre la empresa y el inversor

Las relaciones con los inversores, es decir, la relación de comunicación entre el agricultor y los inversores, desempeñan aquí un papel decisivo. Para establecer una relación satisfactoria con los inversores, la empresa debe tener en cuenta lo siguiente:

- Individualización de la información.
- Comunicación comprensible y actualizada, sencilla pero completa.
- Comunicación personal activa; en los buenos y en los malos momentos.

Individualización de la información

No existe "el" inversor. El arte desde el punto de vista del agricultor es adaptarse a cada individuo. Los inversores tienen motivaciones y características muy diferentes. El agricultor debe mantener una relación abierta y de cooperación y tratar de satisfacer de forma óptima e individualizada las necesidades de información de inversores concretos.

Comunicación comprensible, actualizada y continua

Los inversores deben ser capaces de comprender la información para poder evaluarla. Así, los hechos son más convincentes que la prosa. La información debe estar siempre actualizada y ser lo más completa posible. Los inversores deben ser informados de forma continua y puntual y no sólo cuando la empresa tenga "buenas noticias" que comunicar.

2.2. Percepción del proceso

La forma de buscar y dirigirse a un inversor depende del tipo de inversor que estés buscando. En cualquier caso, debes ser capaz de explicar en pocos minutos por qué la idea, el negocio, funcionará y por qué eres la persona adecuada para poner en práctica tus ideas.

Tener acceso a una red de contactos relevante ayuda, por supuesto.

El proceso básico es el siguiente:

1. ¡Concreta tu idea de negocio!
2. ¡Comprueba y decide las opciones de financiación con sus efectos positivos y negativos!
3. ¡Ponte en situación de describir tu idea/proyecto de negocio personalmente y con los documentos adecuados en muy poco tiempo!
4. ¡Crea tu exposición y prepárate para un discurso de ventas!

PREPÁRATE; LUEGO PONTE EN CONTACTO CON EL FINANCIADOR

2.3. Percepción del equipo de inversión

Objetivo: encontrar un inversor que realmente invierta

Todo el contenido y las recomendaciones anteriores parecen sencillos.

Pero ya sabes que es un gran reto ponerte en marcha de esta manera, crear tu propia exposición, llegar a la red pertinente y a sus contactos y luego convencerles realmente de que inviertan en tu negocio en condiciones que te resulten interesantes.

Es aconsejable que formes un equipo de inversión por tu parte, en el que involucres a las personas relevantes de tu negocio o de tu red, especialmente a los expertos en el campo de la financiación, para el objetivo.

3. ACCEEDER AL INVERSOR

Los inversores pueden ser personas físicas o jurídicas. Estos últimos son los inversores institucionales, que incluyen bancos, compañías de seguros, sociedades de fondos y fondos de pensiones. Se distinguen tres tipos de inversores: los institucionales, los semiprofesionales y los privados.

Los inversores institucionales no sólo gestionan sus propios activos, sino que también invierten capital de terceros. Desde el punto de vista de los inversores que buscan agricultores, hay que tener en cuenta tres orientaciones financieras básicas de la inversión: rentabilidad, seguridad y liquidez, el llamado "triángulo mágico de la inversión". Dado que los tres factores se influyen mutuamente, el inversor debe dar prioridad a uno de los objetivos a la hora de buscar la inversión adecuada. Básicamente, cuanto mayor sea la rentabilidad esperada, mayor será el riesgo asociado.

3.1. Perfiles de inversores existentes

No existe una lista concluyente de inversores con una descripción detallada de los respectivos intereses.

- ¿Con qué volumen invierte el inversor?
- ¿En qué sectores invierte?
- ¿Qué grado de afinidad o aversión al riesgo tiene?
- ¿Cuáles son sus ideas sobre la rentabilidad?
- ¿Cuándo quiere ver los rendimientos?

¡HAY UN CAMPO DIVERSO DE PERFILES SEGÚN LA IDEA, EL ALCANCE Y LA ESCALA!

¿EXISTE ALGÚN OTRO FACTOR QUE IMPULSE AL INVERSOR, COMO ALCANZAR UN IMPACTO O REALIZAR UNA INVERSIÓN SIGNIFICATIVA?

IMAGÍNATE A TI MISMO INVIRTIENDO DINERO EN EL NEGOCIO DE OTRA PERSONA: ¿CUÁLES SERÍAN TUS ALTERNATIVAS EN ESE MOMENTO? ¿HAY OTRA OPCIÓN PARA INVERTIR DE FORMA SEGURA, RENTABLE Y CON SENTIDO TU DINERO?

MIRA TU PROYECTO: ¿ES SEGURO? ¿ES RENTABLE? ¿TIENE SENTIDO?

¿PODRÍAS MOSTRARME ESO, POR FAVOR? ¡SOY UN INVERSOR! ¡ENTONCES TE MUESTRO MI PERFIL!

3.2. Acceder al inversor

Lo que debes evitar

- **Conceptos erróneos:** No te reúnas con un inversor sólo para probar o comprobar tu valor de mercado. Este tipo de solicitudes son peligrosas para la reputación de tu empresa. Esto también se aplica a las ofertas con expectativas de precio muy elevadas desde el principio. Un inversor serio descartará rápidamente este tipo de solicitudes.
- **Destinatarios equivocados:** Aquí, como empresario, debes hacer una minuciosa preselección con tus asesores sobre qué perfiles de inversores son los adecuados.
- **Centrarse en un solo inversor:** Los inversores quieren participar en empresas muy interesantes en condiciones razonables. Se sienten más cómodos cuando pueden echar un vistazo en exclusiva a una empresa y ponerla a prueba. Para ti, sin embargo, esto es arriesgado. Si, tras meses de examen, la operación no se cierra, perderás un tiempo muy valioso.
- **Actuar sin consultores:** Incluso las empresas más pequeñas no deberían prescindir de la experiencia de consultores de probada eficacia. El consultor puede estructurar y gestionar profesionalmente el proceso. Si es necesario, también puede iniciar los contactos.

3.3. Presentación de tu concepto

En la mayoría de los casos, sólo tendrás una oportunidad con cada inversor para convencerle de tu idea de negocio. Así que hay que aprovechar al máximo esta oportunidad. No existe un modelo perfecto para presentar tu empresa.

En muchos casos, las formas de presentación pueden complementarse entre sí, porque en el mejor de los casos los inversores quieren saber más de forma progresiva.

- **Resumen ejecutivo (one-pager):** Con el resumen ejecutivo se enumeran los datos clave más importantes de la empresa en una sola hoja. Esto debería dar al inversor una primera impresión de tu empresa y así podrá decidir si quiere saber más sobre ella.
- **Presentación de negocios (pitch deck o exposé):** Es una presentación de entre 10 y 15 páginas. El objetivo es profundizar en la idea de la empresa y ofrecer al inversor información más detallada.
- **Plan de negocio:** Por último, está el plan de empresa, que trata de la ejecución completa de la idea de negocio, incluidas las cifras financieras. Los inversores hacen especial hincapié en el plan financiero y a menudo se deciden a favor o en contra de una empresa sobre la base de este plan.

No importa qué tipo de inversor identifiquéis tú y tu equipo de inversión:

PREPÁRATE PARA ENTREGAR UN RESUMEN EJECUTIVO (ONE-PAGER), UNA EXPOSICIÓN (EXPOSÉ), UNA PRESENTACIÓN DE NEGOCIOS (PITH DECK) Y UN PLAN DE NEGOCIO

Tu tiempo es al menos tan escaso como el de un inversor.

ACCEDER A UN INVERSOR SIGNIFICA REUNIRSE A NIVEL EMPRESARIAL

PRESENTACIÓN DE NEGOCIOS EN 12 DIAPOSITIVAS	PLAN DE NEGOCIO EN 10 PASOS:	PLAN FINANCIERO EN 7 PASOS:
1. Título/introducción 2. El equipo 3. El problema 4. La solución 5. El producto o servicio 6. El mercado 7. La propuesta única de venta 8. La competencia 9. El modelo de negocio 10. La prueba de concepto 11. Las necesidades de financiación 12. Los datos de contacto	1. Idea, oferta y público objetivo 2. Mercado y competencia 3. Visiones y objetivos 4. Tu estrategia 5. Comercialización 6. Aspectos legales e impuestos 7. Equipo fundador y organización 8. Finanzas 9. Análisis DAFO 10. Resumen ejecutivo	1. Planificar la rotación de personal 2. Registrar los costes 3. No olvides los costes de puesta en marcha 4. Planificación de la inversión 5. Planificación de la liquidez 6. Plan de financiación 7. Cálculo de la rentabilidad

- **Resumen ejecutivo (one-pager):** En una palabra, cuéntame qué piensas hacer y cómo planeas este negocio financieramente. ¿Qué hay para mí?

ACCEDER A UN INVERSOR SIGNIFICA REUNIRSE A NIVEL EMPRESARIAL

CONCLUSIONES

Las ideas clave que queremos que saques de estos módulos son:

1. **Coincidencia de intereses -** ¿Qué perfil de inversor me conviene?

2. **Intercambiar información -** ¿Qué quieren saber realmente los inversores?

3. **Pide algo más que dinero -** Redes, riqueza de conocimientos y experiencia.

4. **Usa la retroalimentación -** ¡Mantén la mente abierta!

5. **Sé realista -** ¡No pierdas el contacto con la realidad, incluso si tienes mucho éxito en algún momento!

6. **Ve al grano -** ¡El tiempo es siempre escaso!

7. **Ser creíble -** Di la verdad sobre ti y tu negocio. Tu objetivo es conseguir un apoyo duradero.

8. **Ser un equipo -** Trabaja en equipo no sólo en tareas operativas sino también en tu enfoque de financiación.

REFERENCIAS/ENLACES

- Fuentes y experiencias de trabajo de Hof und Leben (HuL)

RECURSOS ADICIONALES

Cómo preparar un pitch:
- https://www.youtube.com/watch?v=AQ2PIP45NQQ&t=150s
- https://www.youtube.com/watch?v=1oJkeT3QVOQ

Alemania:
- https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-finden/how-to-startup/
- https://www.junge-gruender.de/finanzierungsarten/

SOCIOS

COORDINADOR DEL PROYECTO

The European Council of Young Farmers (CEJA), Bélgica
www.ceja.eu

Hof Und Leben (HuL), Alemania
www.hofundleben.de

On Projects Advising (OnP), España
www.onprojects.es

Folkuniversitetet (FU), Suecia
www.folkuniversitetet.se

Agricoltura E' Vita (AéV), Italia
www.agricolturavita.it

The Association of Private Farming of Czech Republic (APF CR), República Checa
www.asz.cz

Union de agricultores y ganaderos - jovenes agricultores de Jaén (COAG-Jaén), España
www.coagjaen.es

Redes Sociales

Facebook: **@farminfin**
Twitter: **@farminfin**

Web del proyecto

www.farminfin.eu

Cofinanciado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea

Financiado por la Unión Europea. El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no puede ser considerada responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.
Proyecto n° 2019-1-BE01-KA202-050397