



Capital Cell
FUNDING LIFE

Levantat capital en Salut
EQUITY CROWDFUNDING STYLE

Sobre Capital Cell



Cierra tu ronda de
inversión más rápido

Ayudamos a que las empresas levanten fondos de la manera más ágil posible para que puedan concentrarse en desarrollar sus negocios

CROWDFUNDING ≠ MAGIA

(sorry)



CROWDFUNDING = LEVANTAR FONDOS

(todavía más sorry)



¿Por qué usar Crowdfunding si no es mágico?

- 1. Al menos el 50% de los inversores CF son profesionales del sector: futuros clientes, proveedores, colaboradores, embajadores de tu empresa.*
- 1. Es el sistema más rápido de levantar dinero (1-3 meses)*
- 2. Aporta inversores que no quieren tener control sobre la empresa -> permite garantizar la independencia.*
- 3. Valida la fuerza del proyecto y del emprendedor de cara a futuras rondas con VC's*
- 1. Te permite utilizar marketing/comunicación para levantar fondos, y capitalizar tu tracción.*

Levantar fondos es fácil si...

1. Estructuras bien tu ronda

1. Empiezas por un inversor de referencia

1. Sabes comunicar

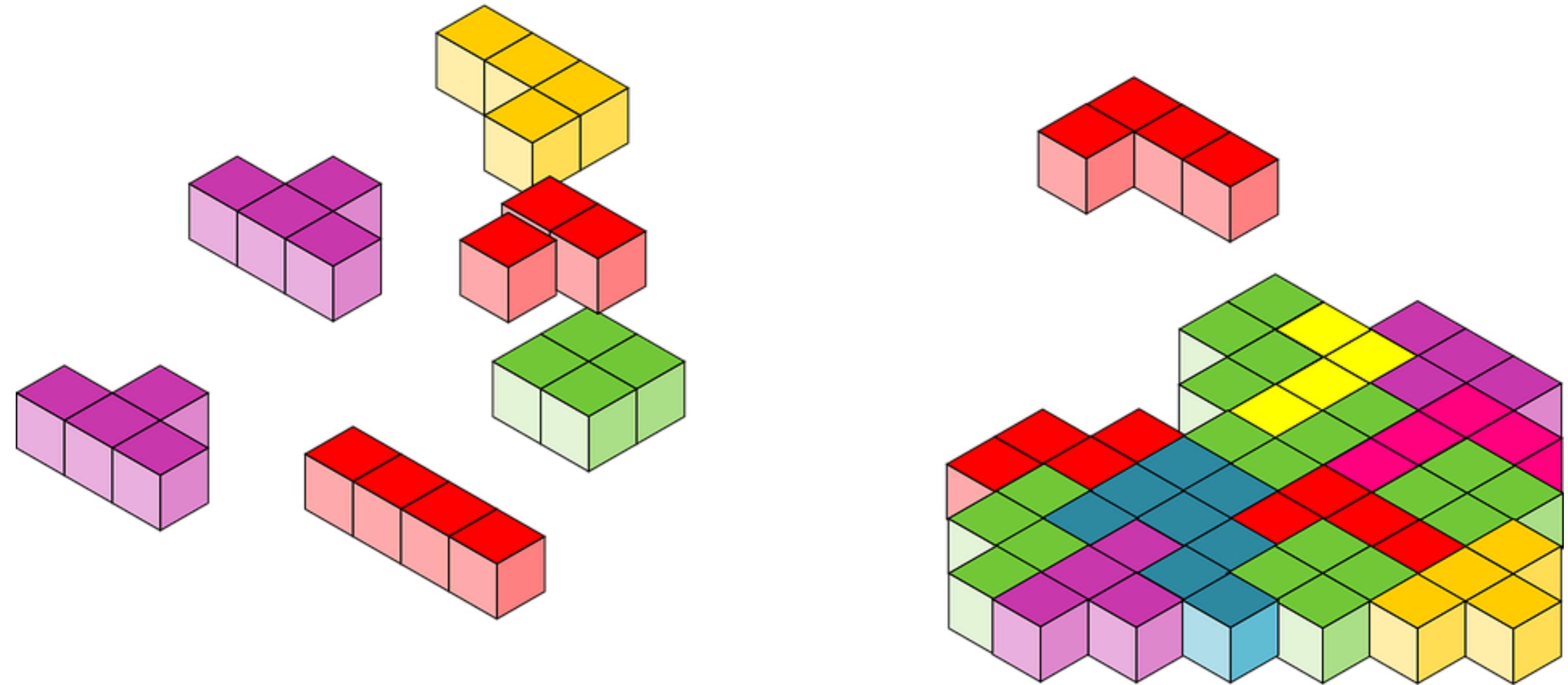
En otras palabras, levantar fondos es fácil si...

1. Creas un buen producto

1. Lo haces deseable mostrando que otros lo quieren

1. Lo vendes muy bien

Limited Time Offer!
Hurry, While Supplies Last

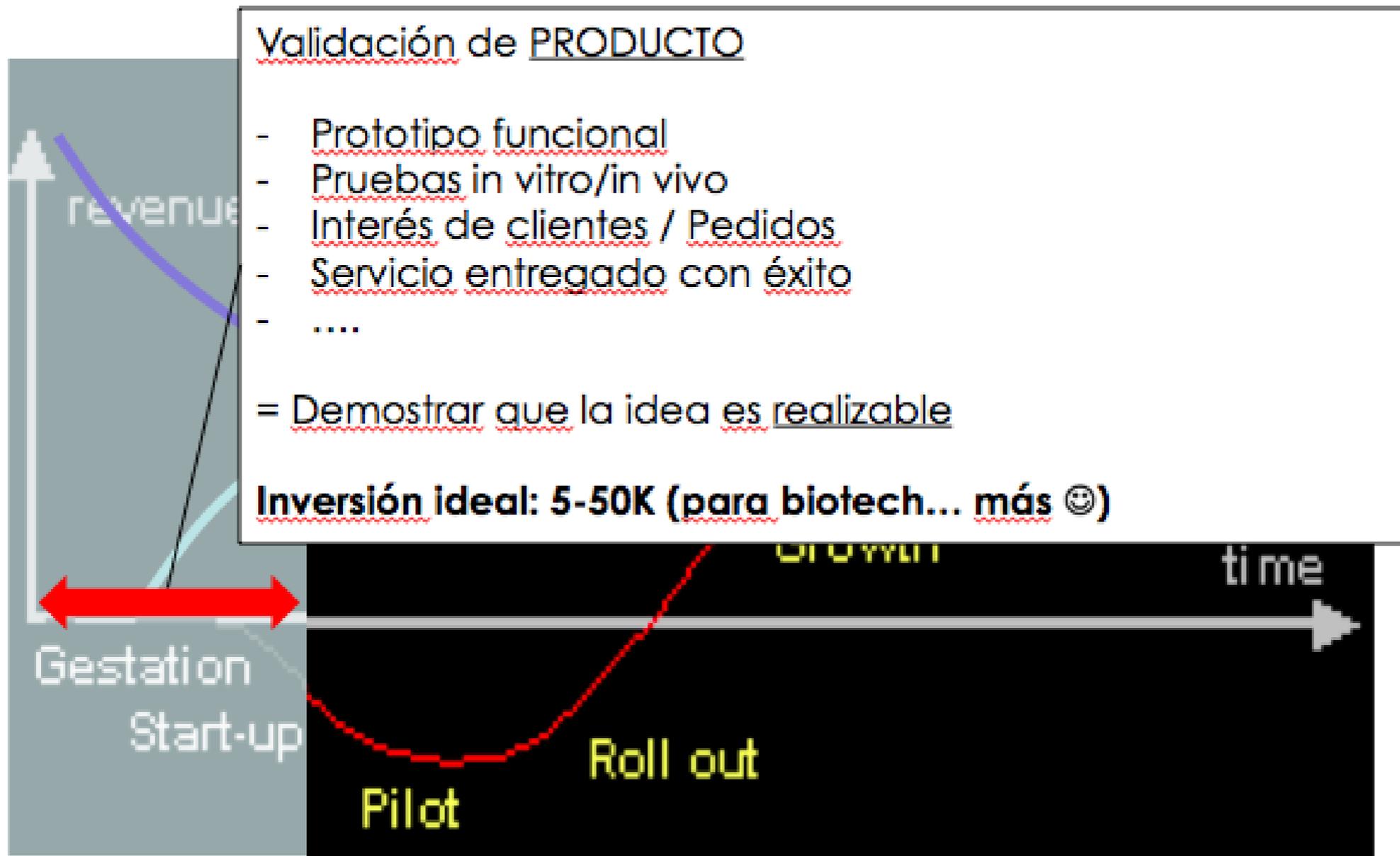


1 – ESTRUCTURA TU RONDA

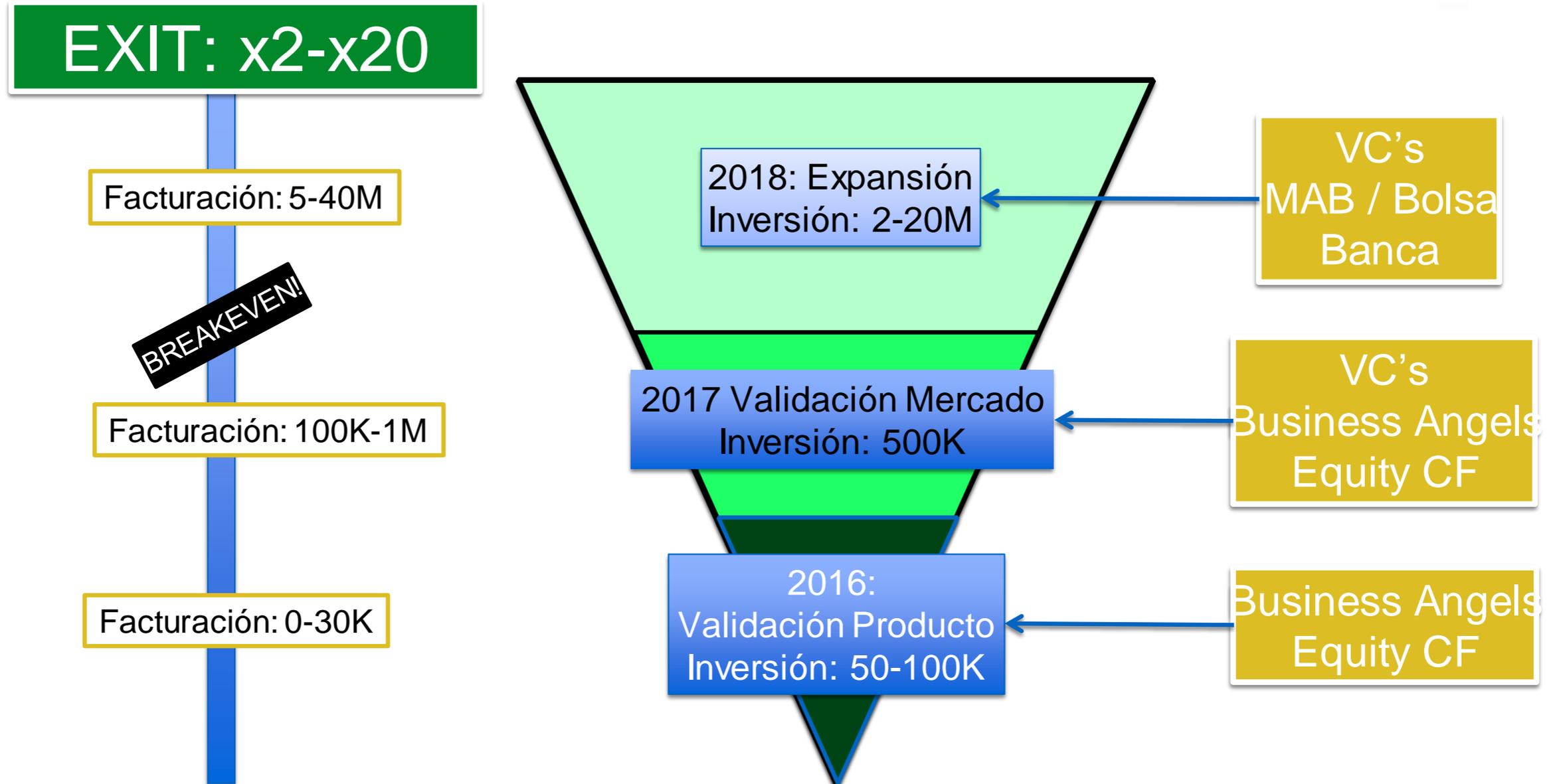
(Crea un buen producto)

Estructura tu ronda: Fase & Tamaño de ronda adecuado

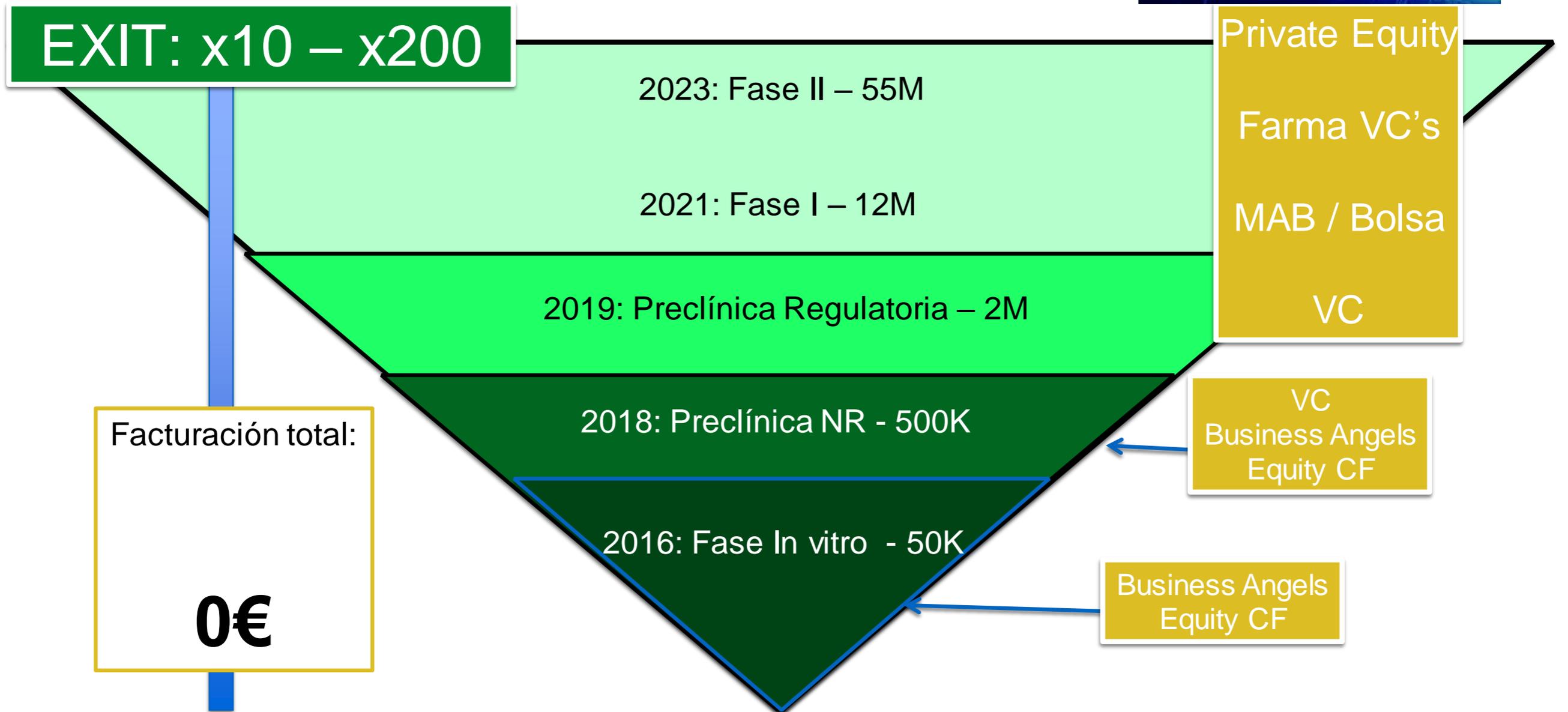
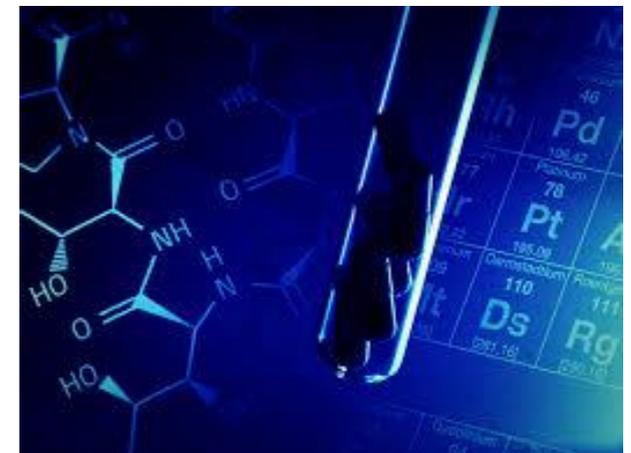
Validación



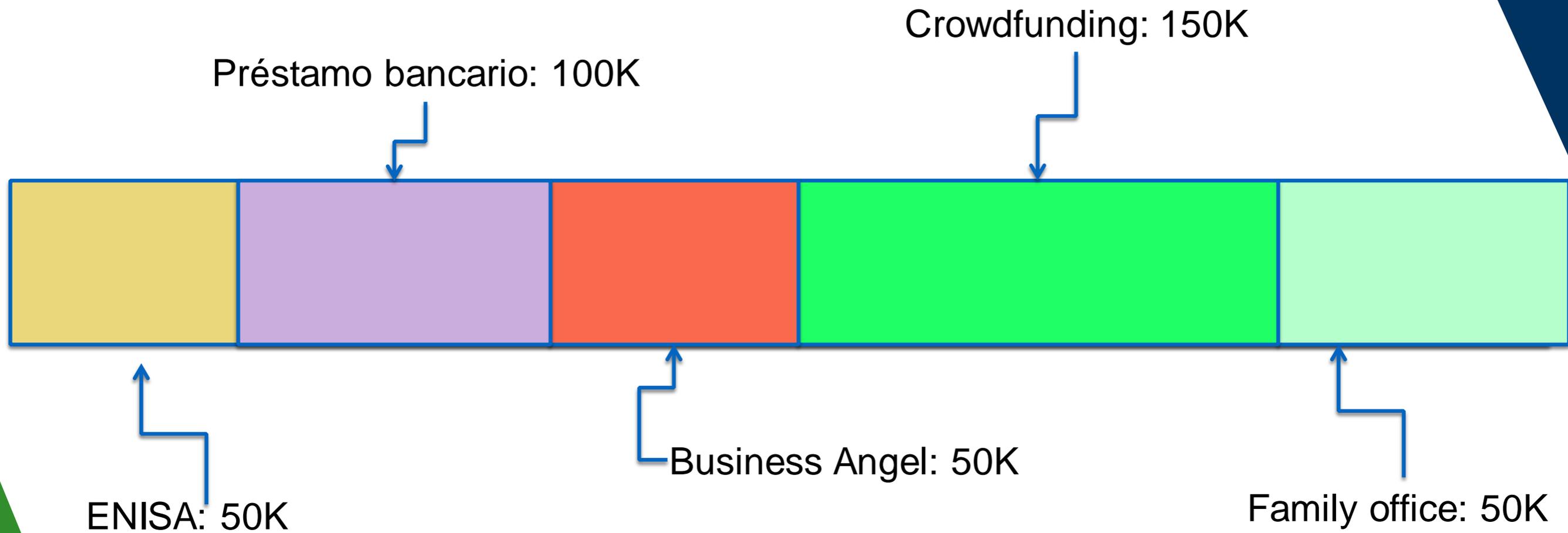
Estructura tu ronda: Roadmap



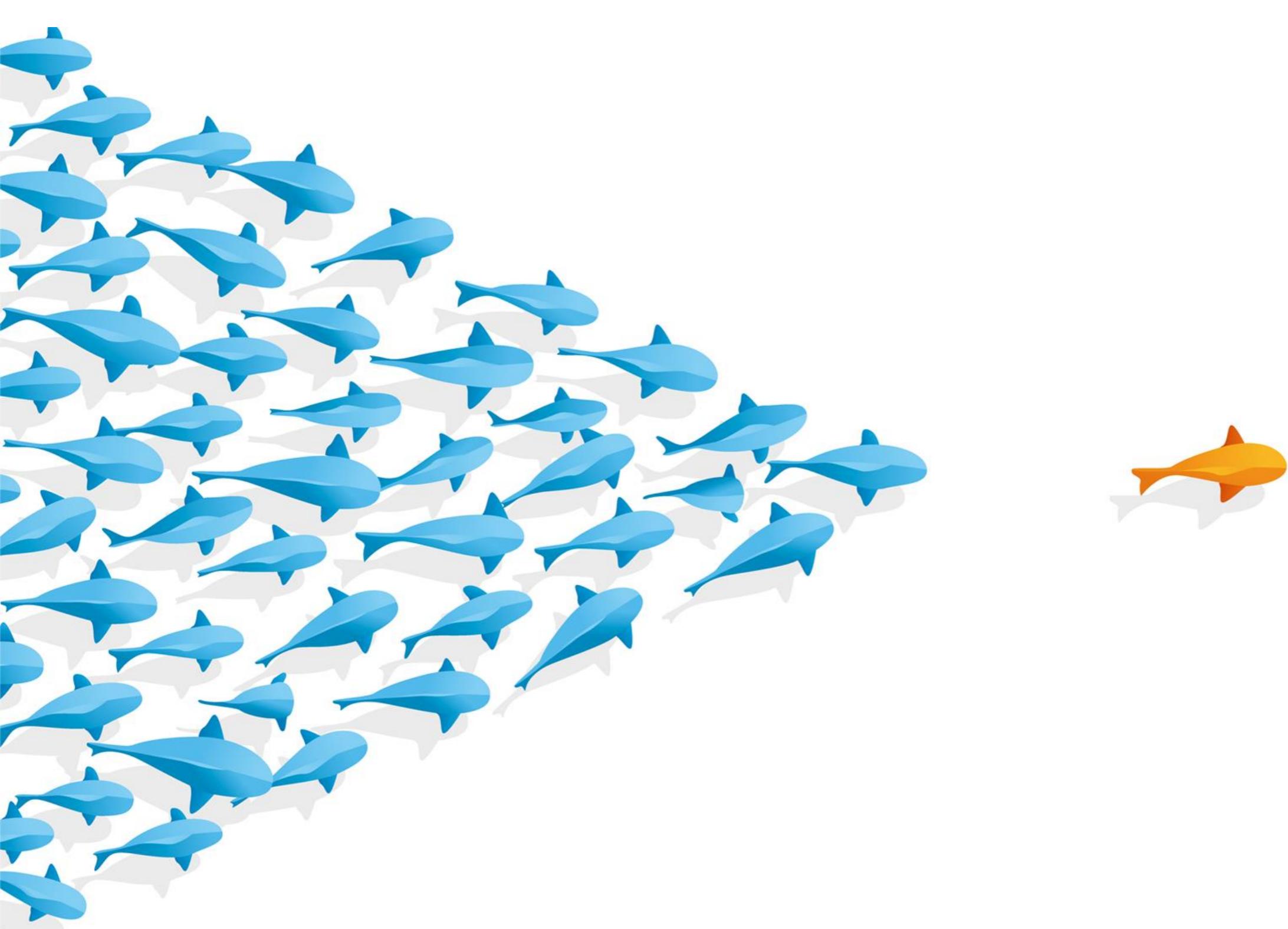
Estructura tu ronda: Roadmap (drug discovery)



Estructura de ronda: Composición del capital



Total: 400K



2 – LEAD INVESTOR

(Genera domanda)

Empieza por un lead investor

Es difícil negociar con muchos inversores a la vez

+

Nadie quiere ser el primero

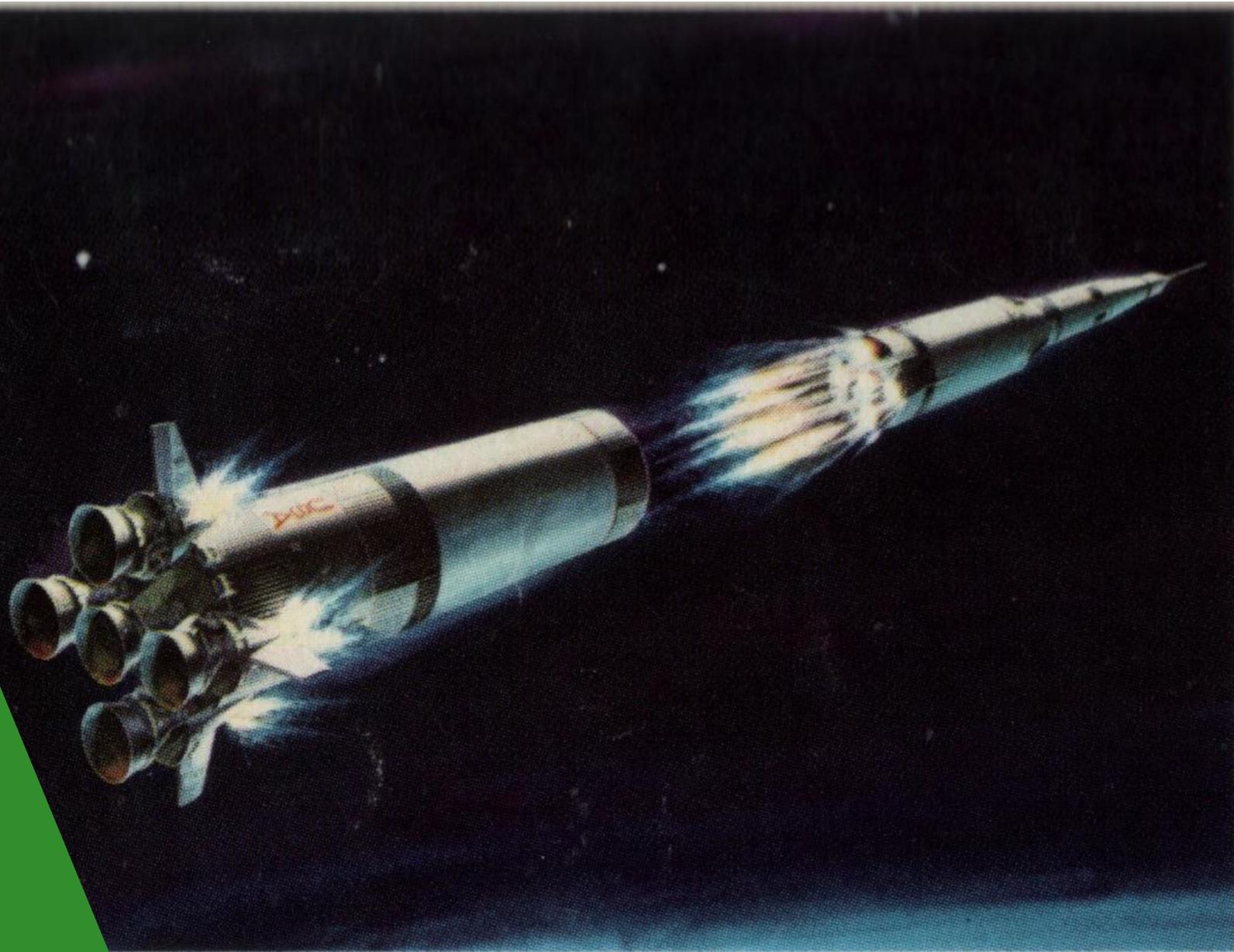
+

Sin un primer inversor, hay efecto “bar vacío”

=

Busca un primer inversor y el resto será más fácil!

La teoría de las 3 fases

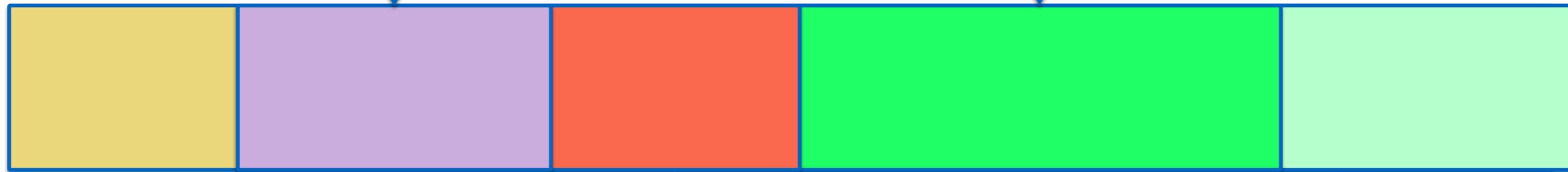


- 1^o: Lead Investor
- 2^o: Core Followers
- 3^a: Crowdfunding

Lead Investor

Préstamo bancario: 100K

Crowdfunding: 150K



ENISA: 50K

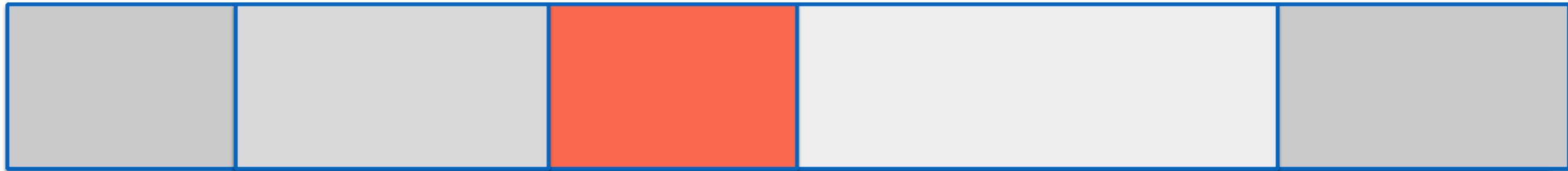
Business Angel: 50K

Family office: 50K

Total: 400K

¿Cuál buscas primero?

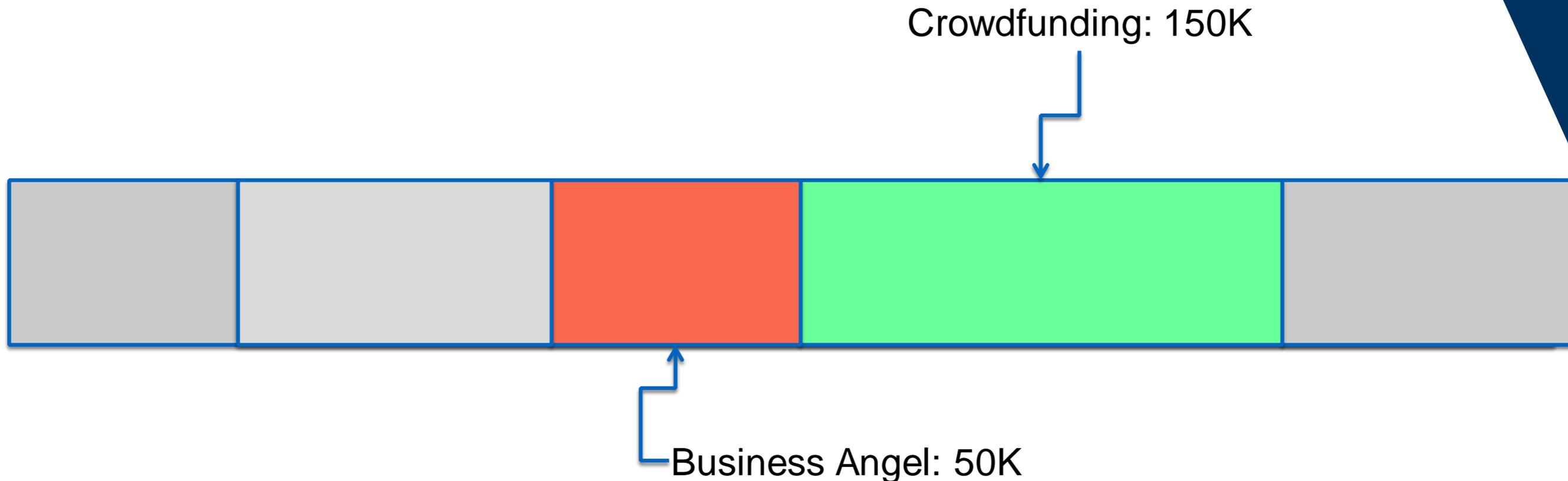
Lead Investor



Business Angel: 50K

¿Por qué?

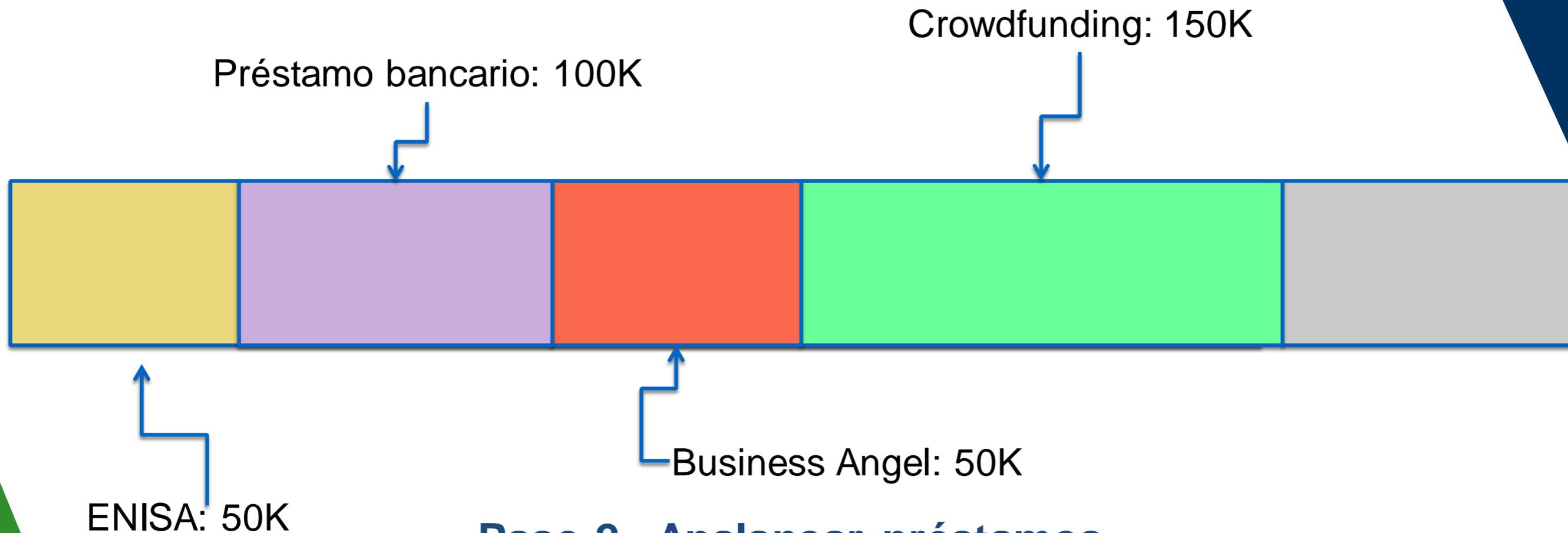
Lead Investor



Paso 1 . Ampliar la ronda

Con un inversor de referencia, levantar una ronda con otros inversores privados es mucho más fácil

Lead Investor



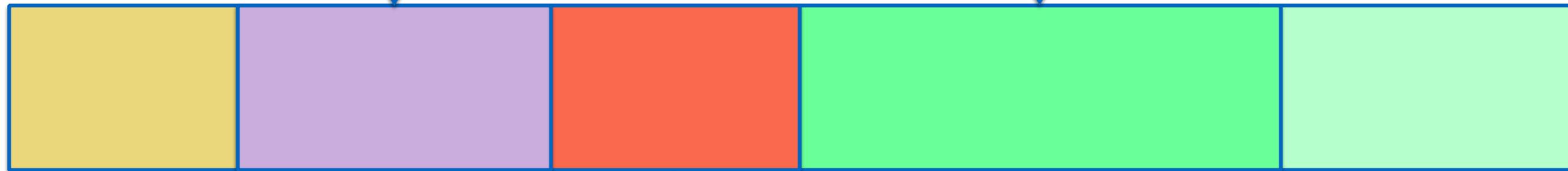
Paso 2 . Apalancar préstamos

Con capital fresco en el banco podrás conseguir crédito, tanto bancario como de ENISA o similar

Lead Investor

Préstamo bancario: 100K

Crowdfunding: 150K



ENISA: 50K

Business Angel: 50K

Family office: 50K

Paso 3 . Buscar más capital

Ahora que ya no tienes urgencias financieras, puedes tratar de conseguir más capital, con tranquilidad y con aura de triunfador

Llámale Lead investor si...

1. *Es un inversor con gran conocimiento o reputación -> Tu crédito no vale*
1. *Genera confianza en otros inversores -> Si la gente no se fía de ese tipo, no vale*
2. *Negocia la valoración y las condiciones del resto de la ronda ("organiza" la ronda)*
3. *Da la cara por la empresa para poder cerrar la ronda -> Si no quiere que se use su nombre, generará desconfianza*
1. *Invierte una cantidad significativa para él -> Para algunos puede ser 10K, para otros 1M*

Valoración de la empresa

- El valor de la empresa debería derivarse del total de \$\$\$ que vaya a generar en un futuro
- El multiplicador de inversión ofrecido debe ser aceptable **para cada tipo de inversor** en cada fase
- Debe corregirse el valor para tener en cuenta **el riesgo** en cada fase.
- Cuanto más bajas la valoración, ¡mejor para tí!

Simple, ¿no?

Buena suerte 😊



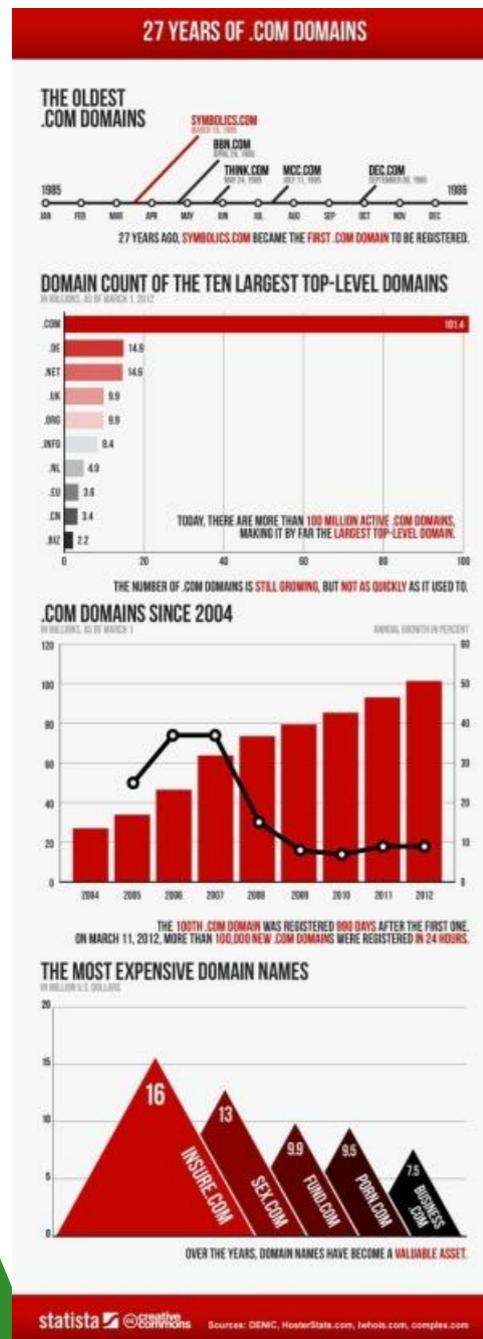
3 – COMUNICA

(vende tu proyecto)

Vende tu proyecto

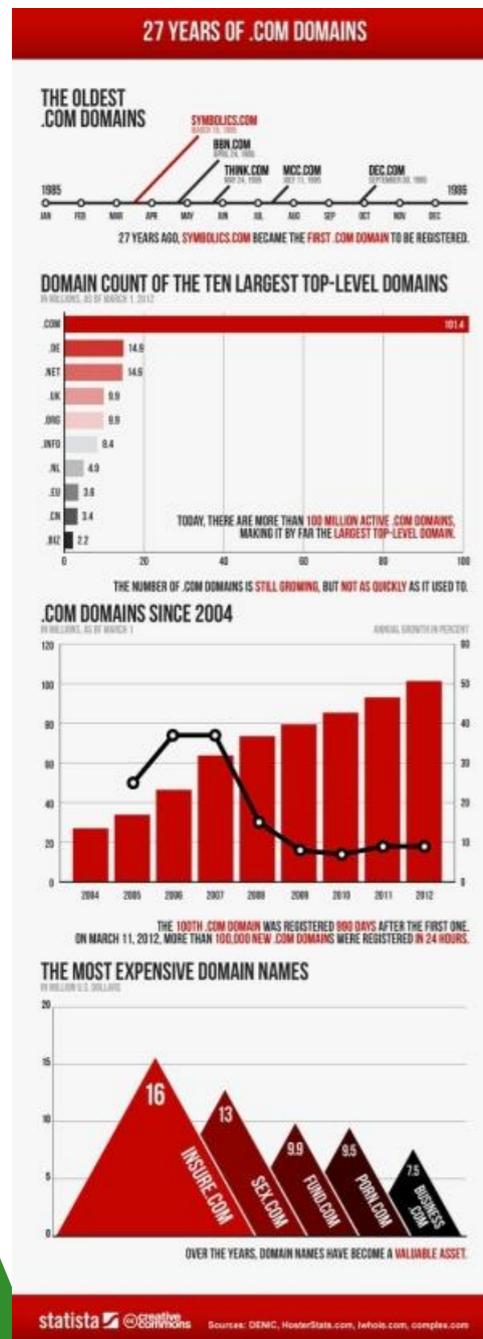
- El crowdfunding te permitirá recoger en muy poco tiempo y muy amplificados los **frutos** de tu campaña de venta
- Una campaña de CF es mucho trabajo. Si no va a salir bien, **¡ni lo intentes!**
- **El 90% del esfuerzo en crowdfunding es tuyo.**
- Por la parte positiva: si haces un buen trabajo, la cantidad de fondos que puedes levantar **es enorme.**

CLAVES DE UNA BUENA CAMPAÑA: 1



- **Prepara bien la información para que tu ficha de proyecto sea clara y directa**
- *Ya nadie lee más de un minuto. Capta la atención de tu inversor rápidamente.*
- *Evita frases del tipo “deseamos convertir en exitosa esta novedosa idea de negocio”; así no venderás!*
- *Haz una buena oferta, conoce a tus aportantes y dáles lo que quieren.*
- *Usa cifras, imágenes, vídeos, tablas y datos.*

Información imprescindible



- **Se abierto y asegúrate de que todo el mundo dispone de la información que necesita:**
 - *Prepara un data room con tu información más “privada”: Cap Table, finanzas, CV’s, Pacto de Socios, etc...*
 - *Detalla tu Exit plan*

Atención: el 99,99% no son biólogos

- **No entiendo ni jota de tu presentación. Lo siento**
 - *Estratificación, inmunomodulación o clínica patológica son términos incomprensibles para los mortales.*
 - *El CEO de Wallapop no vendió su idea sobre los méritos técnicos de sus servidores Cloud. Sigue su ejemplo.*
 - *Tu mercado y tu Exit son poco habituales, pero muy tentadores. Explícalos bien.*

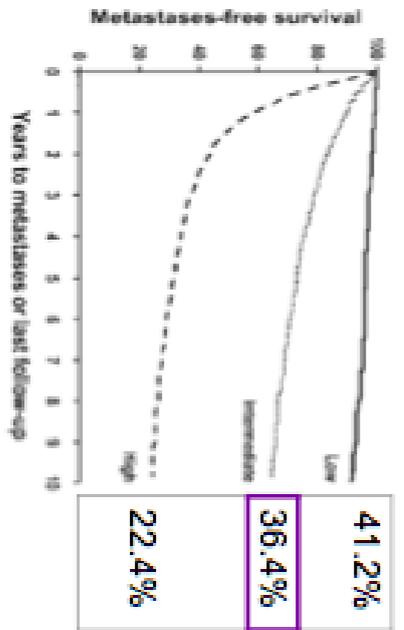


Fig 1. Metastases Free Survival (MFS) in RCC patients stratified by the Mayo score (Leibovich et al. Cancer 2003)

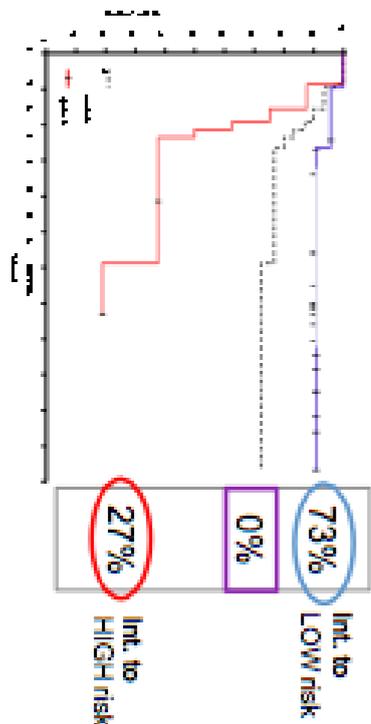


Fig 2. MFS sub-stratification of intermediate group using Bio-miRCC. Low and High risk, MFS 5y: 90.7% and 37.5% respectively (N=30, p<0.0001, HR: 34.71, 95% CI of HR 5.996 to 200.9)

Bio-miRCC is able to sub-stratify intermediate-risk patients and avoid unnecessary tests in



Claves de una buena campaña: 2

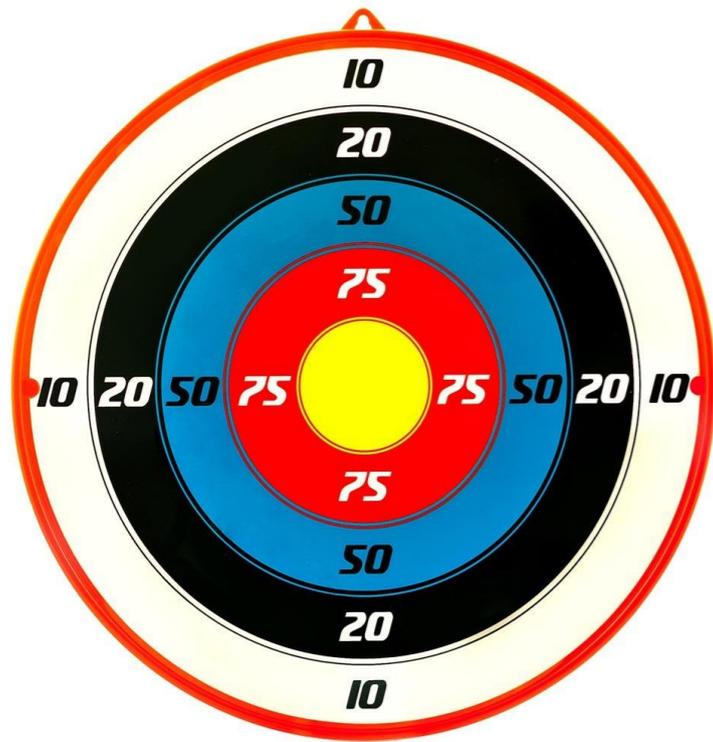


- **Levantarse dinero toma seis meses**

- *¡Como mínimo! Háblale a todo el mundo de tu próxima campaña, constantemente, a cada oportunidad.*
- *Antes de lanzar ya tienes que haber enviado tus notas de prensa, y haber hecho algunas reuniones de demo.*
- *Generar inercia para un proyecto es lento. De un día para otro ni tus mejores amigos se decidirán a aportar.*
- *Lanza tu campaña pública **sólo cuando veas que la gente te dice “Si”**. Si no, fracasará.*

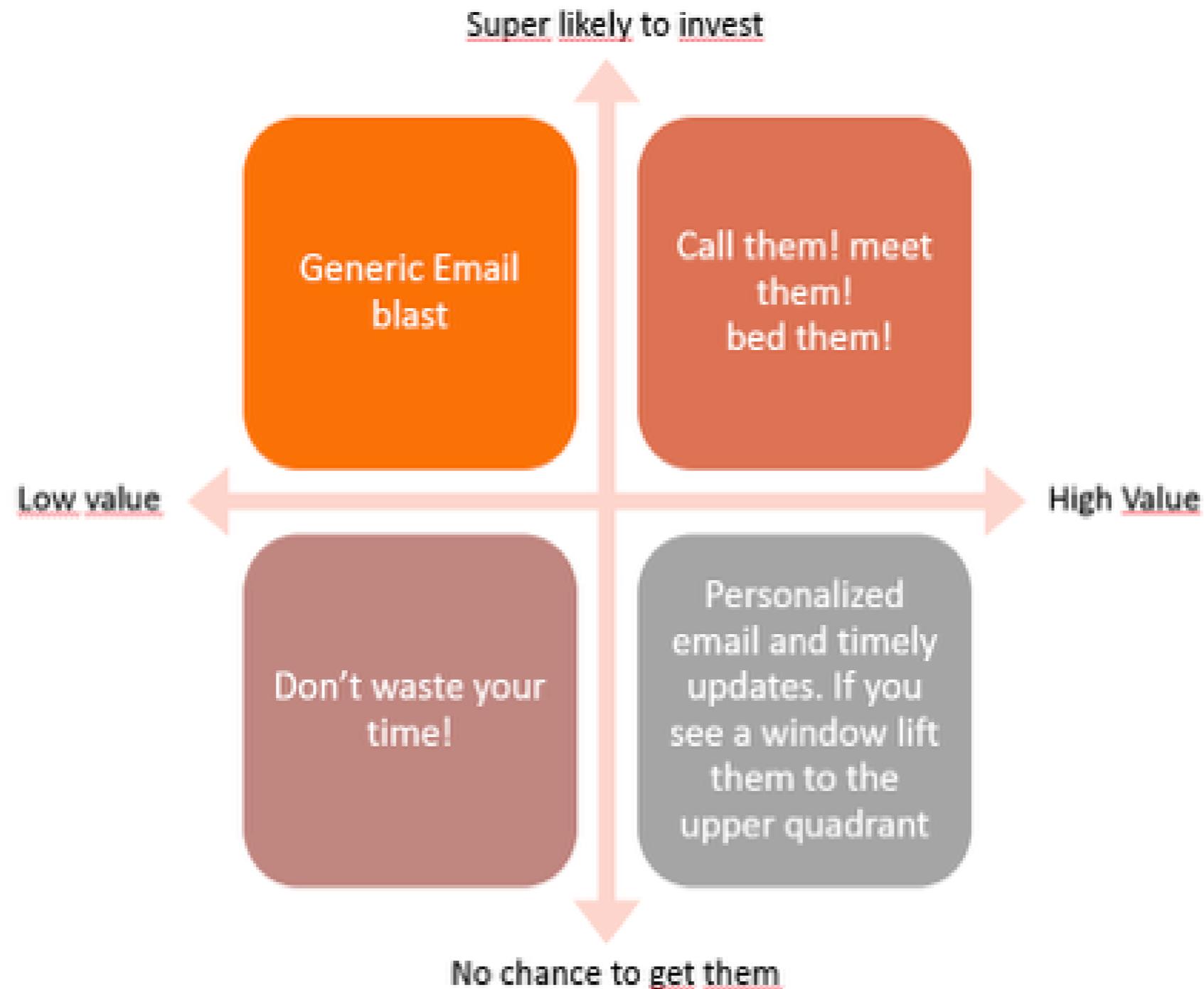
Claves de una buena campaña: 3

- **Busca tu público**



- *Segmenta tus objetivos. Pocas visitas de un público especializado son mejor que muchas visitas de curiosos.*
- *Una campaña te da mucha visibilidad; aprovéchala bien.*
- *Si tienes dinero, haz un pequeño gasto en publicidad. Facebook Ads, Google o Twitter aún ofrecen una buena oportunidad.*
- *Pon todos tus contactos e ideas en un Excel y aplícales la Cruz del Crowdfunding*

La Cruz del Crowdfunding



Claves de una buena campaña: 4

- **Comunica sin parar**

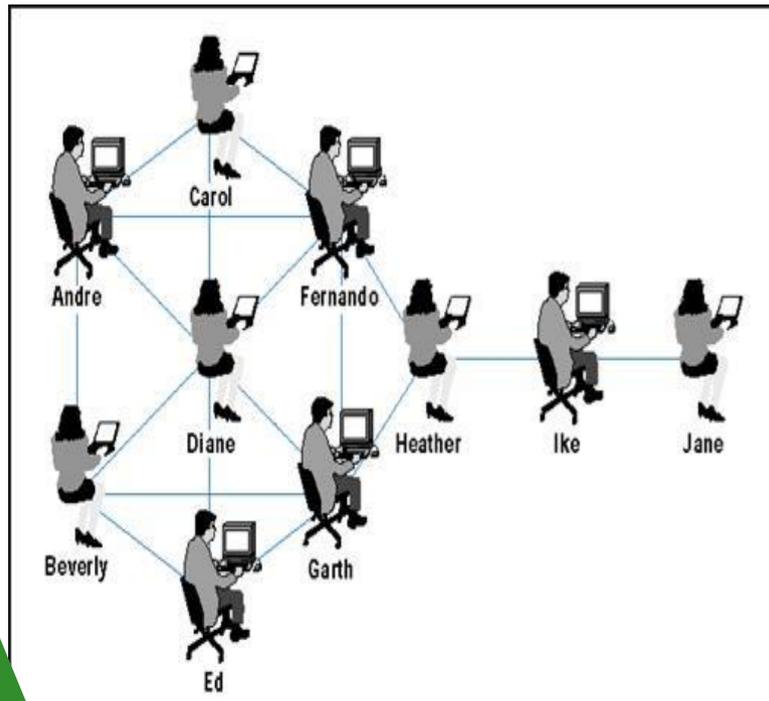
- *No tiene mucho misterio: hay que comunicar la campaña como si fuera lo más importante de tu vida.*
- *Prepara cuantas más reuniones y apariciones en público posibles. Esto es una campaña electoral!*
- *Llama a tus inversores de más confianza uno por uno. Recuérdales que no esperen hasta el final para aportar.*
- *No existe “ser pesado”. Envía un mailing semanal insistiendo a tus potenciales mecenas, y publica actualizaciones diarias en redes sociales.*
- *Necesitarás refuerzos. No lo hagas solo, ¡¡contrata personal de comunicación!!*



Claves de una buena campaña: 5

- **Genera implicación y amplía tu círculo**

- *Convierte a tus mecenas o inversores en embajadores del proyecto.*



- *Cada uno tiene sus motivaciones. Puede ser afán de lucro, ganas de ayudar, curiosidad por lo innovador... averigua qué impulsa a tu público a invertir.*

- *Aunque no aporte dinero cualquiera puede ayudar dando difusión, o presentándote a amigos que sí están interesados.*

- *Agradece personalmente a TODO EL MUNDO, y habla igual con un inversor de 100 euros que con uno de 100.000 (pero dedícale menos tiempo 😊)*

En resumen

1. Convierte tu ronda de inversión en un producto atractivo.
2. Prepara la ronda con cariño y busca tus primeros adopters.
3. Haz que el resto lo haga el márketing y la comunicación.

Si esto te permite levantar 600K y ahorrarte una ronda de VCs... has triunfado 😊



MUCHAS GRACIAS

Ahora por favor háganme miles de preguntas

daniel@capitalcell.net

www.capitalcell.es



Material adicional

daniel@capitalcell.net

www.capitalcell.es

Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

Por tanto: desde el día que decidimos montar la empresa:

- Necesitamos 40M en total – podemos **valorar la empresa en 80M** y ofrecer un generoso 50% al inversor
- Salimos a levantar dinero ofreciendo una rentabilidad aún muy atractiva:

Rentabilidad: $500/40/0,5 = \underline{x6}$

Teóricamente, el inversor tiene un multiplicador atractivo... **pero un riesgo inaceptable.**

Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

¿Cuánto dinero levantar?

El que nos permita llegar hasta el siguiente hito de valoración.

“Runway”: tiempo que nos durará el dinero que levantamos.

¡Asegúrate de pedir suficiente pista para poder despegar!

Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

2016: fase In Vitro

- Riesgo: absurdamente alto
- Siguiente hito: conseguir resultados prometedores
- Capital necesario: **100K**

2017: fase In Vivo

- Riesgo: muy alto
- Siguiente hito: superar Preclínica regulatoria
- Capital necesario: **1M**

Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

2018: fase Early Clinical

- Riesgo: medio – alto
- Siguiete hito: superar Fase I
- Capital necesario: **10M**

2019: fase entrada a Mercado

- Riesgo: medio – bajo
- Siguiete hito: llegar a Fase III
- Capital necesario: **28,9M** (todo el resto!)

Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

Por fases:

2016: fase In Vitro

- Capital necesario: 100K
- **Riesgo: absurdamente alto**

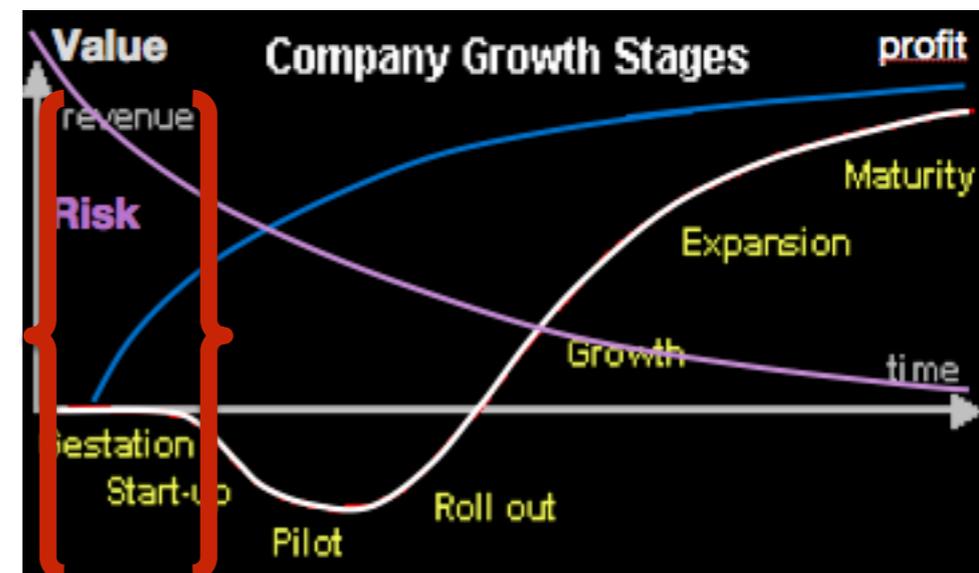
Inversor: Amigos, primos, colegas, esposas, Business Angels, Seed Funds

Multiplicador aceptable: *50

Dilución prevista: *0,91 + *0,68 + *0,64

Valoración: 3,96M

Participaciones ofrecidas: 2,52%



Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

2017: fase In Vivo

- Capital necesario: 1M
- **Riesgo: muy alto**

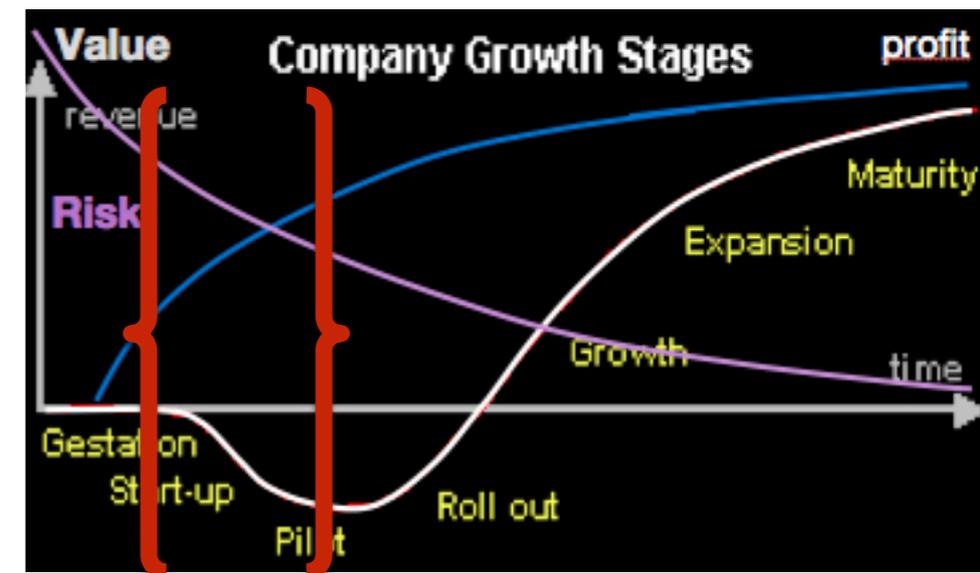
Inversor: Early-stage VC, Business Angels

Multiplicador aceptable: *18

Dilución prevista: *0,68 + *0,64

Valoración: 12M

Participaciones ofrecidas: 8,27%



Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

2018: fase Early Clinical

- Capital necesario: 10M
- **Riesgo: medio - alto**

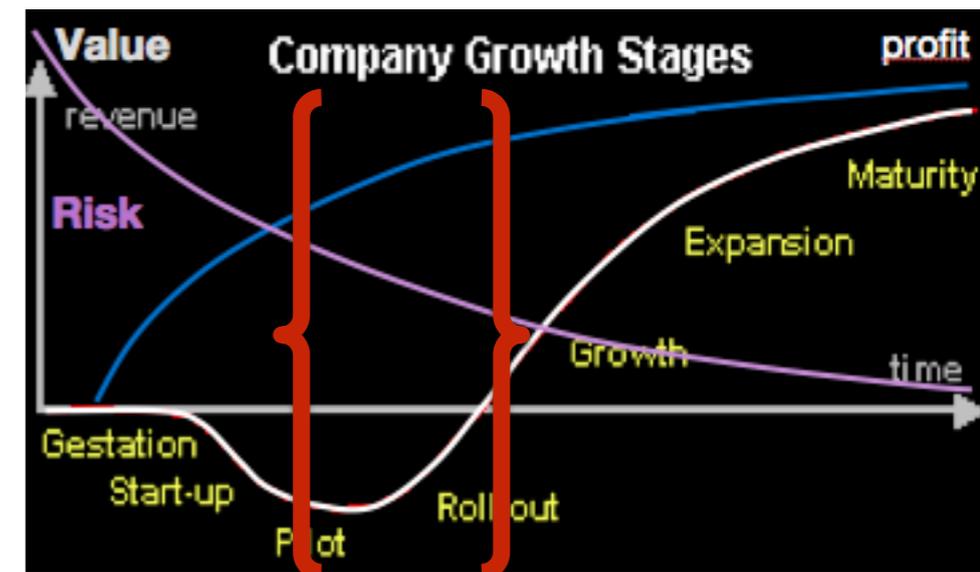
Inversor: Farma VC, VC

Multiplicador aceptable: *10

Dilución prevista: *0,64

Valoración: 32M

Participación ofrecida: 31,25%



Valoración de tu empresa y diseño de la ronda

2019: fase entrada a Mercado

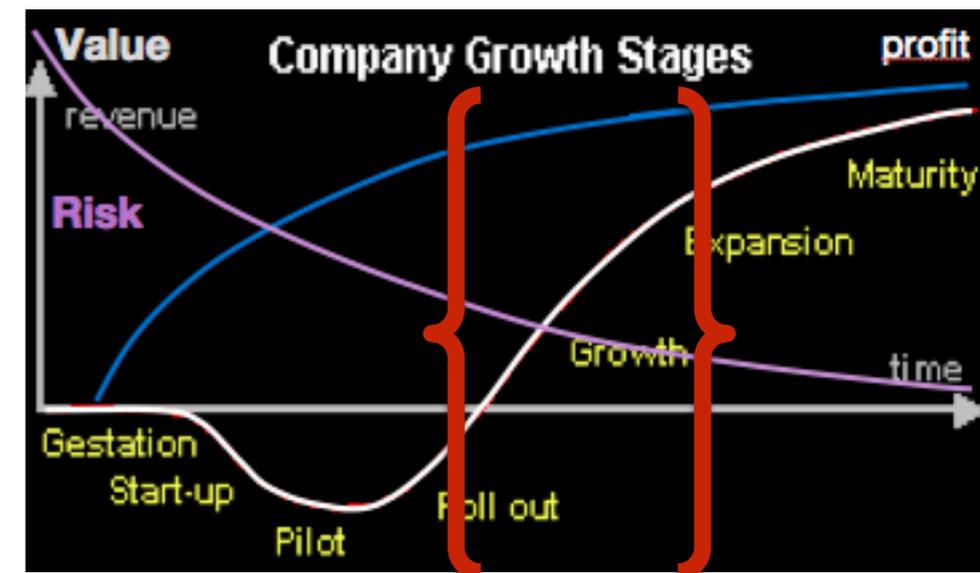
- Capital necesario: 28,9M (todo el resto!)
- **Riesgo: medio - bajo**

Inversor: Farma VC, Private Equity o similar

Multiplicador aceptable: *6

Valoración: 500M

Participación ofrecida: 34,7%



Valoración de startups: Empresas Similares

Método clásico: Comparando con empresas similares

- El valor de la empresa se determina en base a la valoración de empresas similares

Se suelen buscar paralelismos en:

- ✓ Fase de desarrollo
- ✓ Producto
- ✓ Ventas/Clientes
- ✓ Mercado potencial
- ✓ Modelo de negocio
- ✓ Ubicación
- ✓ Equipo
- ✓ Etc.

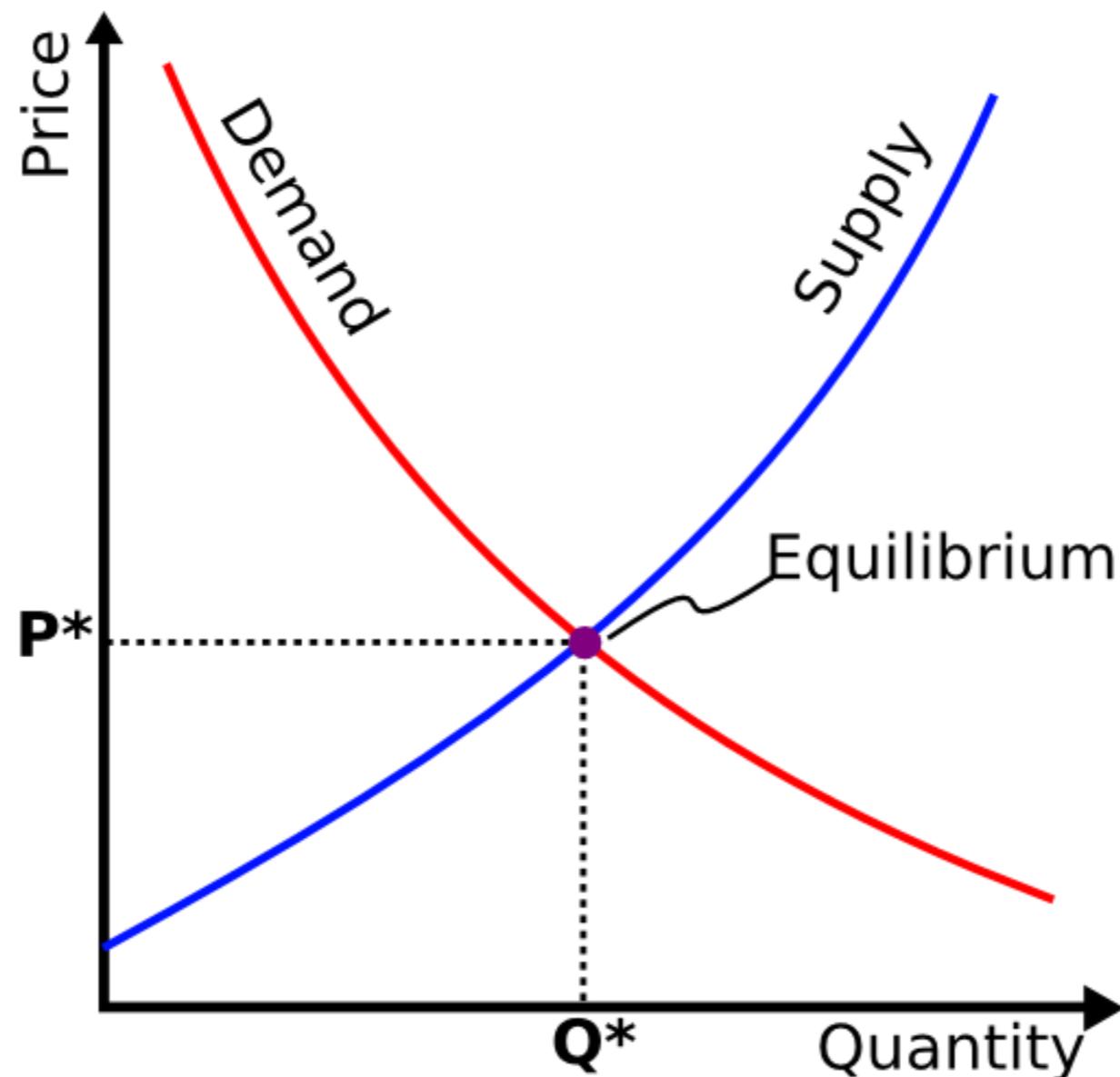
Valoración de startups: Oferta y Demanda

En realidad: las empresas valen lo que el equipo directivo acepte por ella y lo que el comprador quiera pagar.



Valoración de startups: Oferta y Demanda

En otras palabras: la valoración de una empresa depende de la demanda que haya para comprarlas, y de cuantas empresas haya en venta.



Valoración de startups: Oferta y Demanda

Riesgos de una Valoración excesiva:

- x Down-valuation: si la siguiente ronda se hace a menor valoración (porque no se ha generado suficiente valor) será casi imposible encontrar inversores
- x Falta de rentabilidad: para compensar el riesgo es necesario un ofrecer una rentabilidad suficiente
- x Desmotivación del inversor: la percepción de que un emprendedor no sabe compartir su empresa desanimará a potenciales inversores
- x Desconexión: debe tenerse en cuenta la cadena de financiación. Si se cierra la puerta a inversores profesionales en esta ronda, la siguiente puede ser más complicada

Valoración de startups: Oferta y Demanda

El mayor riesgo de una valoración excesiva:

PERDER EL TIEMPO

- ✓ En fases iniciales es mejor ir a una valoración modesta y conseguir financiación rápidamente.
- ✓ A una valoración baja tendrás más ofertas y podrás elegir inversor
- ✓ Ya defenderás una valoración alta cuando tu empresa tenga tracción de mercado

* Has oído mil veces lo de “*Más vale tener el 10% de una empresa que funciona que el 90% de nada*”... es el momento de aplicártelo 😊

Valoración de startups: Oferta y Demanda

Riesgos de una Valoración demasiado baja:

- x Desmotivación: el emprendedor necesita matarse a trabajar para que la empresa funcione... un % reducido le desmotivará. Hay riesgo de abandono del proyecto.
- x Fuga de cerebros: los emprendedores buscarán inversores de otros entornos financieros.
- x Imposibilidad de atraer talento: un ecosistema de valoraciones bajas no atraerá buenos emprendedores ni buenas startups
- x Percepción de falta de ambición: una valoración baja parecerá un chollo, pero puede parecer sospechosa

Valoración de startups: ejemplo y conclusión

2 empresas de Drug Discovery

Las dos en fase Preclínica Regulatoria, las dos con buenos resultados y buenos equipos, las dos con potencial de Blockbuster (gran mercado), las dos con IP sólida. Similares en casi todo. **Pero:**

- El CEO de la empresa A acepta inversión de un VC a una valoración de €1'8M
- El CEO de la empresa B no acepta y encuentra inversores alternativos a una valoración de €2'6M

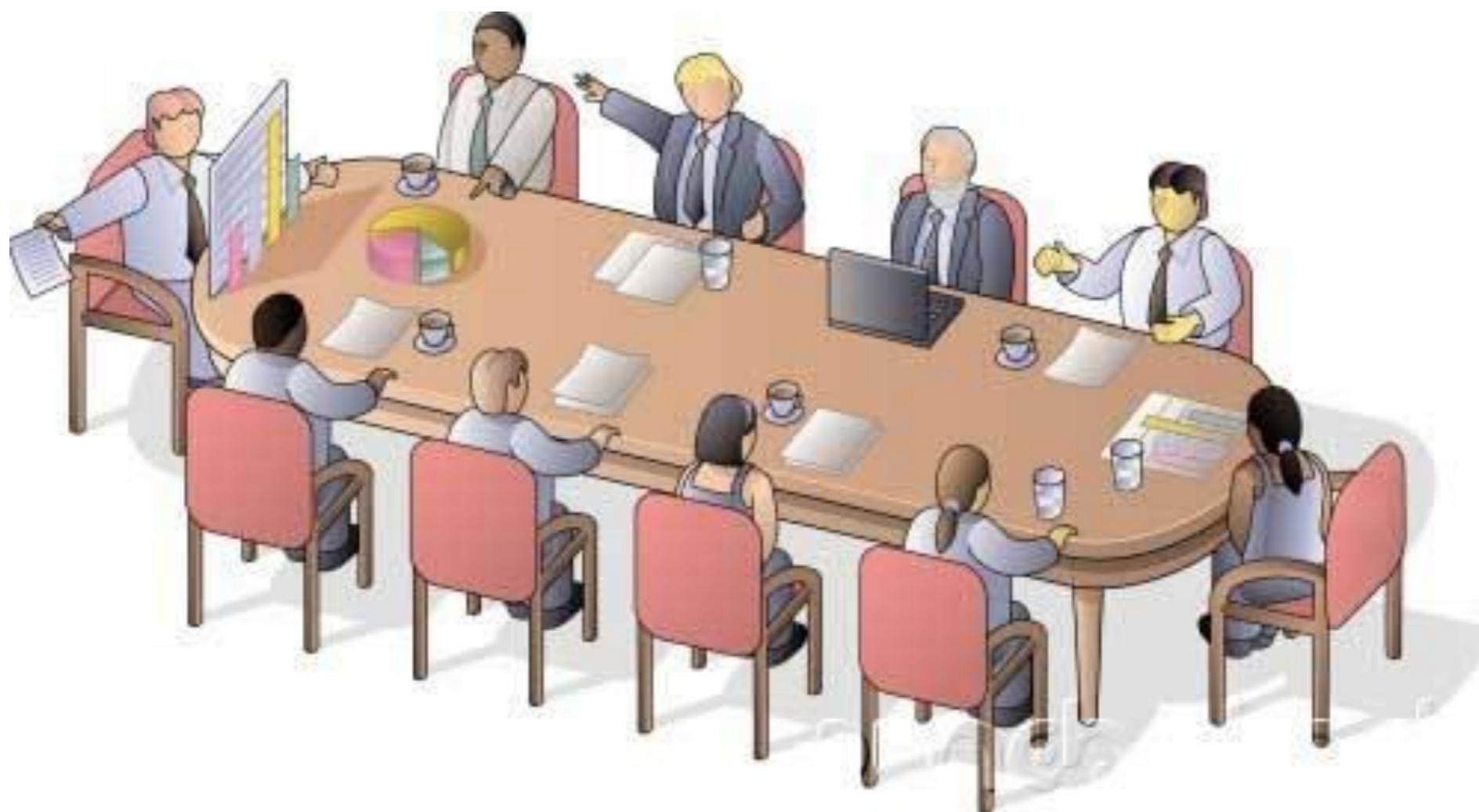
¿Cuál de las dos empresas ha cometido un error?

Valoración de startups: ejemplo y conclusión

Mientras los inversores tengan una rentabilidad decente y el proyecto llegue al mercado ...

NINGUNA

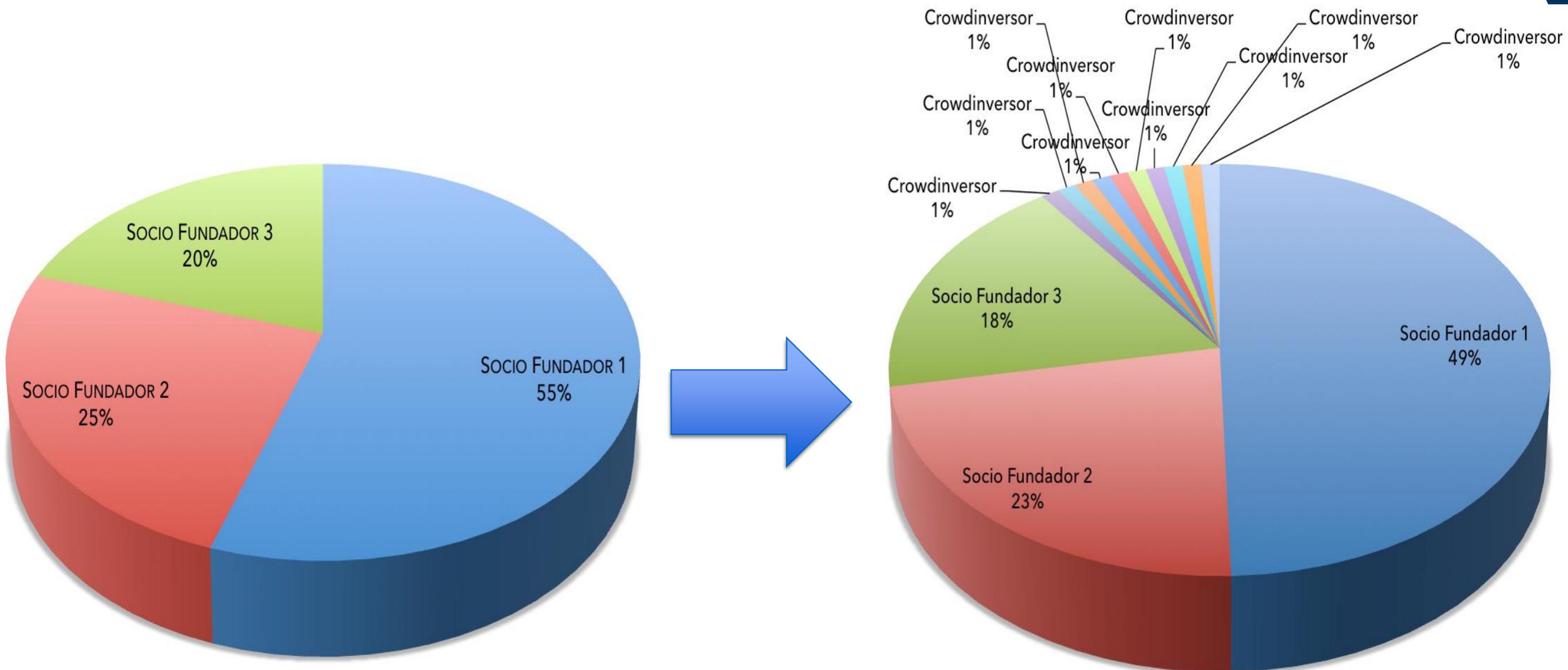
Governanza



Participación directa

❑ Entrada directa en el capital de la empresa

- Mayor implicación en la empresa
- Derechos directos sobre la empresa (Acompañamiento, Arrastre, etc...)



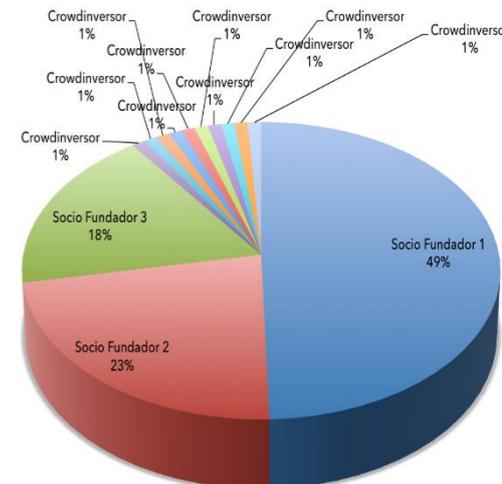
Participación directa

✓ PROS

- ✓ Mayor control del inversor
- ✓ Mayor identificación con la empresa
- ✓ Menores costes de gestión
- ✓ Fiscalidad ventajosa

✗ CONTRAS

- ✗ Los grandes inversores no quieren pequeños
- ✗ Influencia en la gobernabilidad de la empresa
- ✗ Potencial bloqueo de decisiones por falta de implicación



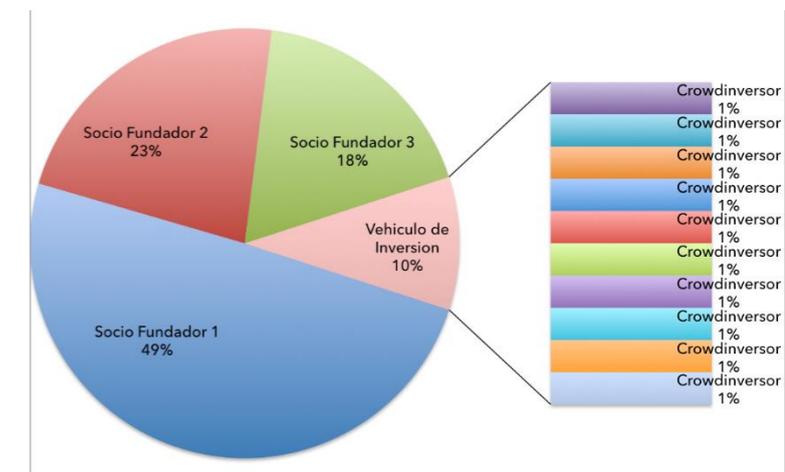
Vehículo de inversión

✓ PROS

- ✓ Inversión bajo gestión profesional
- ✓ Mayor libertad para la empresa
- ✓ Mayor facilidad para acceso a gran capital

✗ CONTRAS

- ✗ Desgravaciones menos claras
- ✗ Complejidad del sistema
- ✗ Costes de gestión



Como inversor experimentado...

❑ **¡No obsesionarse con controlar la empresa!**

- Es preferible dejar libertad de acción a la empresa.
Tendrán que negociar con grandes fondos mucho antes de nuestra salida

❑ **¿Debo tener asiento en el Consejo?**

- Sólo si estamos aportando una muy gran parte del capital.
- Mejor aún... **no.**

❑ **¿Puedo aportar algo a la empresa?**

- En el aspecto científico, **difícilmente**
- ... pero sas startups biotech **suelen andar cojas en gestión y/o finanzas.**



Startups biotech: SALIDA





□ Licencia

- Adquisición del producto por una farma
 - Típicamente: un pago inicial (“Upfront”) y pagos sucesivos por avances en el desarrollo (“Milestones”)
 - Puede generar un dividendo y una oportunidad de vender las acciones
-
- ◆ Ejemplo: **Oryzon Genomics** (Cornellà de Llobregat)
 - Upfront, Abril 2014: \$21M
 - Pagos por Milestones hasta mercado (incluye royalties sobre ventas): \$500M



❑ **Salida a Bolsa**

- Hay empresas sin productos en el mercado que cotizan en bolsa.
 - En España: Oryzon, 0 productos
- Más habitual en el MAB,
- Y mucho más en el NASDAQ

❑ **Crecimiento y dividendos**

- Relativamente poco habitual

Startups biotech: SALIDA



❑ **Venta:** Adquisición de la empresa entera

- **Medtech:** compra por parte de:
 - Empresas de tecnología médica (Siemens, Medtronic...)
 - Farmacéuticas

- **Biotech:** normalmente, por parte una Farmacéutica o una Biotech más grande

- **E-Health / Bioinformática:** compra por parte de:
 - empresas de Internet (Google, etc...),
 - Grupos de salud (Mutuas, grupos Hospitalarios, etc...),
 - Empresas de tecnología (Intel, IBM, Oracle...)