



IGNIA

Mejores Prácticas en Fundraising: la experiencia de IGNIA

Álvaro Rodríguez Arregui – Socio Director y Co-Fundador de IGNIA

@alvarorodrigueza

@IGNIA_FUND

1

Mejores prácticas para la primera reunión con un VC

- Antes de la reunión
- Durante la reunión
- Después de la reunión



1

Mejores prácticas para la primera reunión con un VC

- Antes de la reunión
- Durante la reunión
- Después de la reunión



2

Mejores prácticas para recibir follow-ons

- Reporting
- Comunicación clara
- Entrega de resultados





Lo mejor, **en persona**. Si no es posible, video llamada. Por teléfono, no pierdas el tiempo.



Lo mejor, **en persona**. Si no es posible, video llamada. Por teléfono, no pierdas el tiempo.



Antes de necesitar dinero, forma una **relación**.



Lo mejor, **en persona**. Si no es posible, video llamada. Por teléfono, no pierdas el tiempo.



Antes de necesitar dinero, forma una **relación**.



Anticipa el **levantamiento de capital** necesario, sin aplazar demasiado los tiempos.



Lo mejor, **en persona**. Si no es posible, video llamada. Por teléfono, no pierdas el tiempo.



Antes de necesitar dinero, forma una **relación**.



Anticipa el **levantamiento de capital** necesario, sin aplazar demasiado los tiempos.



Se **responsivo**, contesta correos lo antes posible.



Trae una **presentación**
a la reunión y
compártela al irte.



Trae una **presentación**
a la reunión y
compártela al irte.



Ciclo: Prometo KPI,
regreso a enseñarlo



Trae una **presentación** a la reunión y compártela al irte.



Ciclo: Prometo KPI, **regreso** a enseñarlo



Trae **tarjetas de presentación**, de lo contrario manda tu información de contacto por correo cuanto antes.



Trae una **presentación** a la reunión y compártela al irte.



Ciclo: Prometo KPI, **regreso** a enseñarlo



Trae **tarjetas de presentación**, de lo contrario manda tu información de contacto por correo cuanto antes.



Consistencia: distribuye un **One-Pager** cada mes/trimestre con KPIs y metas alcanzadas.



Se **conciso**, imagina que le estás explicando tu modelo de negocio a un niño de tres años.



Se **conciso**, imagina que le estás explicando tu modelo de negocio a un niño de tres años.



Pregunta cuánto **tiempo** tienes. Prepárate tanto para presentar 10 minutos, como una hora.



Se **conciso**, imagina que le estás explicando tu modelo de negocio a un niño de tres años.



Pregunta cuánto **tiempo** tienes. Prepárate tanto para presentar 10 minutos, como una hora.



Haz tu tarea, debes **saber con quién hablas**, conocer el fondo, su portafolio y experiencia. Trae preguntas.



Se **conciso**, imagina que le estás explicando tu modelo de negocio a un niño de tres años.



Pregunta cuánto **tiempo** tienes. Prepárate tanto para presentar 10 minutos, como una hora.



Haz tu tarea, debes **saber con quién hablas**, conocer el fondo, su portafolio y experiencia. Trae preguntas.



Prepárate para **contestar preguntas** acerca del mercado.



Familiarízate con los
números de tu
empresa.



Familiarízate con los **números** de tu empresa.



Dirige la reunión.



Familiarízate con los **números** de tu empresa.



Dirige la reunión.



Establece y comunica claramente los tiempos de la **ronda** y el periodo de roadshow (inicio y fin).



Familiarízate con los **números** de tu empresa.



Dirige la reunión.



Establece y comunica claramente los tiempos de la **ronda** y el periodo de roadshow (inicio y fin).



Ten un **data room** claro y accesible, así como **proyecciones** antes de la primera reunión.



**Vende tu propuesta de
valor como un activo
escaso; genera
emoción - se va el
tren!**



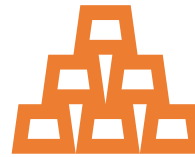
Vende tu propuesta de valor como un activo escaso; genera emoción - se va el tren!



Informa sobre el **uso de los fondos** y el enfoque de los siguientes 12 meses



Vende tu propuesta de valor como un activo escaso; genera emoción - se va el tren!



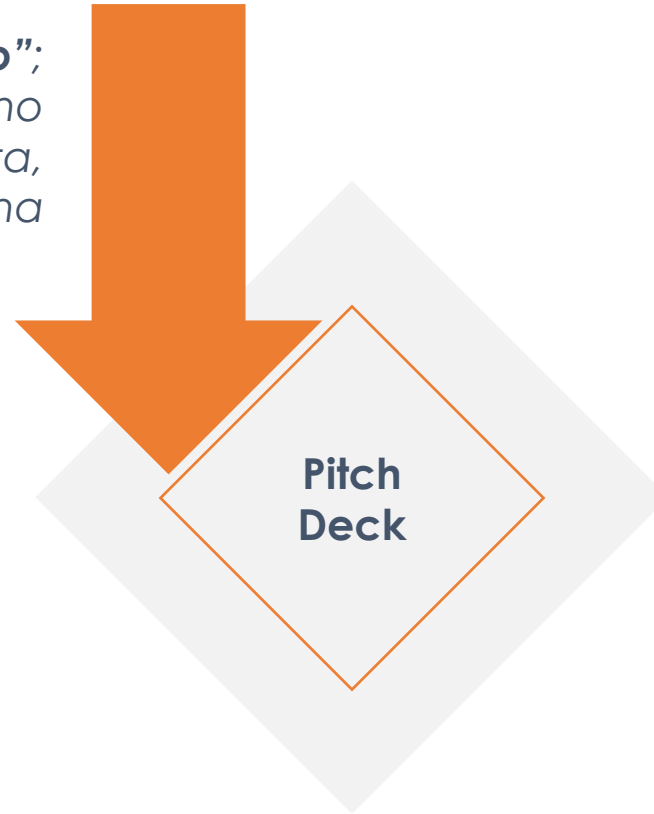
Informa sobre el **uso de los fondos** y el enfoque de los siguientes 12 meses



Los emprendedores siempre deben **llevar la delantera.**



*Siempre obtén una “**warm intro**”; casi toda nuestro portafolio vino a través de una relación directa, ya sea un fondo VC o una relación personal / profesional*



*Siempre obtén una “**warm intro**”; casi toda nuestro portafolio vino a través de una relación directa, ya sea un fondo VC o una relación personal / profesional*

Comunicar cual es el **tamaño de la oportunidad** y por qué estás en la **mejor posición** para captar esa oportunidad y la **calidad del equipo**



*Siempre obtén una “**warm intro**”; casi toda nuestro portafolio vino a través de una relación directa, ya sea un fondo VC o una relación personal / profesional*

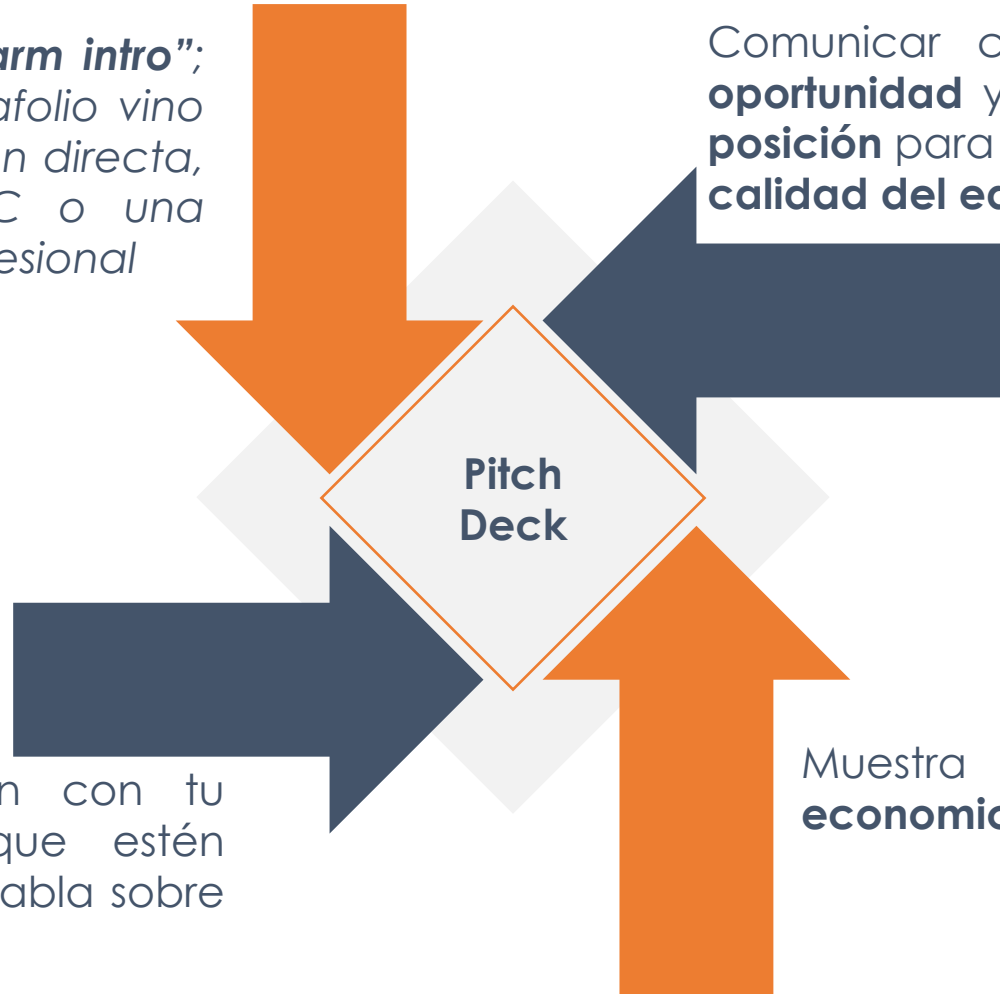
Comunicar cual es el **tamaño de la oportunidad** y por qué estás en la **mejor posición** para captar esa oportunidad y la **calidad del equipo**



Muestra tu **tracción** y **unit economics**

*Siempre obtén una “**warm intro**”; casi toda nuestro portafolio vino a través de una relación directa, ya sea un fondo VC o una relación personal / profesional*

Comunicar cual es el **tamaño de la oportunidad** y por qué estás en la **mejor posición** para captar esa oportunidad y la **calidad del equipo**



Termina la presentación con tu **“ask”** (en caso de que estén levantando una ronda, habla sobre los términos)

Muestra tu **tracción** y **unit economics**

Reporting y resultados consistentes

KPIs claros y
consistentes >>

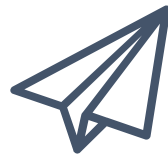


Mejores prácticas para recibir follow-ons

Reporting y resultados consistentes

KPIs claros y consistentes >>>

Promete y cumple >>>



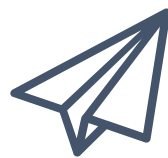
Mejores prácticas para recibir follow-ons

Reporting y resultados consistentes

KPIs claros y consistentes >>>



Promete y cumple >>>

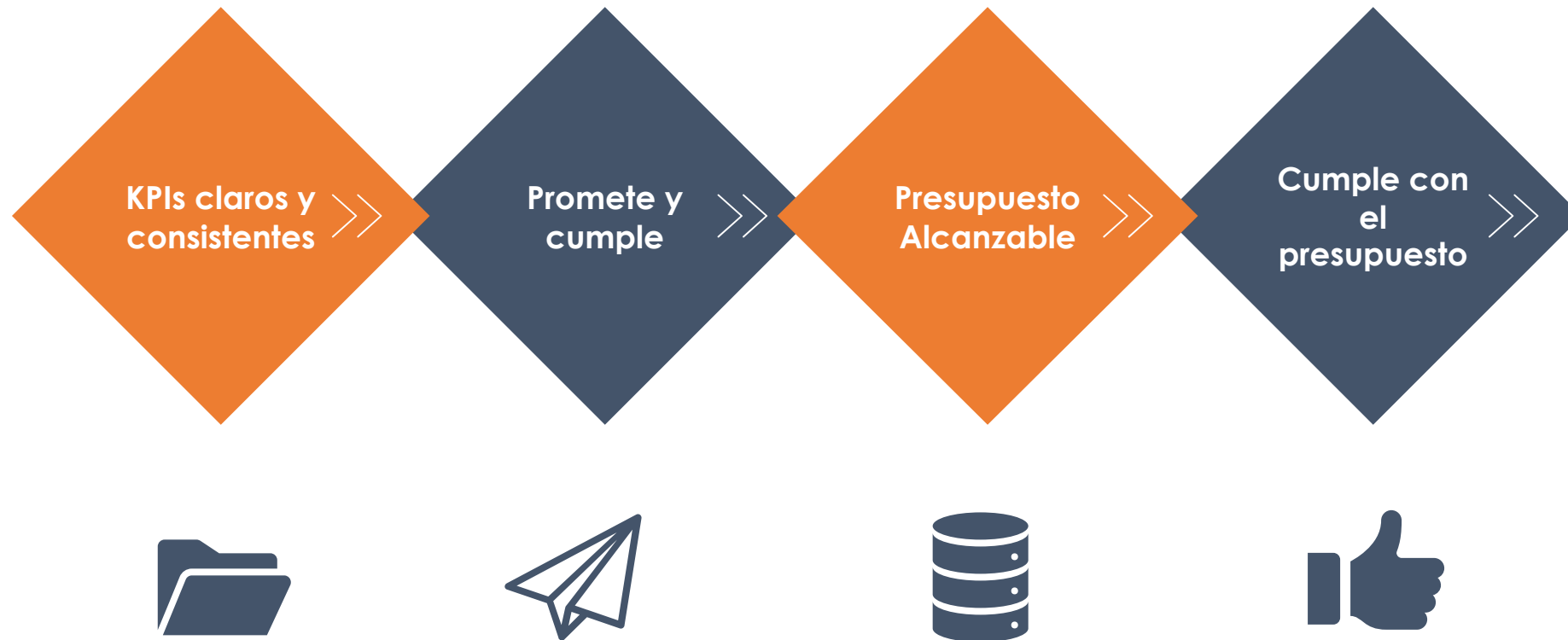


Presupuesto Alcanzable >>>



Mejores prácticas para recibir follow-ons

Reporting y resultados consistentes



Mejores prácticas para recibir follow-ons

Reporting y resultados consistentes

