



---

# 10 Preguntas Difíciles que hacen los VCs y Cómo Responderlas

---

Cómo responder las cosas más complicadas que un fondo de Venture Capital te preguntará sobre tu startup

**STARTUPEABLE**

By Enzo Cavalie / [startupeable.com](http://startupeable.com)



# Índice

1. ¿Qué pasa si [inserta el nombre de una corporación] lo construye? .....	03
2. No invertimos en [sector] (pero sabes que sí han invertido en el sector) .....	04
3. No creo que esto sea un venture scale business (negocio muy grande) .....	06
4. Nos gustaría ver un poco más de tracción .....	08
5. Contáctanos si gustas pero preferimos warm intros .....	09
6. (Producto lanzado, miles de usuarios/transacciones, GMV, etc) ¿Sí, pero qué tracción tienes? .....	10
7. ¿Por qué esto no se hizo antes? .....	12
8. ¿Cómo esta oportunidad puede convertirse en una compañía de cientos de millones? .....	13
9. ¿Cuál es tu ventaja o barrera competitiva? .....	14
10. ¿Cómo tu negocio puede escalar a otros países (de Latinoamérica)? .....	15

## ¿Qué pasa si [inserta el nombre de una corporación] lo construye?

Hay muchas variaciones de esta pregunta: Mercado Libre, Google, Oxxo, Amazon, Walmart, Rappi o alguna otra compañía grande.



Es una pregunta válida. ¿Qué pasa si el Goliat de tu sector copia tu producto? ¿Cuál es tu ventaja? ¿Cómo ganarás?

Acá tienes dos respuestas que pueden ser útiles:

1. Las corporaciones son tan grandes que no pueden priorizar o incluso preocuparse por una oportunidad “pequeña” en relación al tamaño de su compañía. En algunos sectores, existen clientes dispuestos a pagar más por productos con servicios complementarios como mejor atención y soporte. Compañías grandes que ofrecen estos productos gratis o por precios muy baratos no darán esos servicios.

Además, que compañías grandes estén interesadas en tu sector es una validación de tu mercado.

2. Las corporaciones, por definición, son lentas. Tu startup, en cambio, puede ser más ágil. ¿Puedes probar que ejecutas rápido? ¿Puedes mostrar que tus clientes prefieren tu producto que el del corporativo? Si es así, dícelo al VC.

## No invertimos en [sector] (pero sabes que sí han invertido en el sector)

Esta es una pregunta interesante, porque usualmente los fondos de Venture Capital sí se desvían de su tesis de inversión. Todos lo hacen alguna vez. Los VCs dirán que no invertimos en el sector X o en ciertos países, pero en su página web ves compañías que encajan en esa categoría.

Deberías preguntarle al VC directamente. "Mencionaste que no inviertes en el sector X, pero en tu web vi que has invertido en Y. ¿Cómo se ajusta a tu tesis?" Puede que no te guste la respuesta y que no cambie nada, pero en raras ocasiones podría abrirte puertas.



Las razones suelen ser una de las siguientes:

1. Solían invertir en ese sector pero ahora están muy concentrados. Por ejemplo, varios fondos de VCs en México tienen múltiples inversiones en fintech. Es probable que ya no lo hagan por diversificación de su portafolio o para evitar potenciales conflictos de interés.



## Pregunta 2

2. Están experimentado fuera de su tesis de inversión. Esto suele suceder para un 10-20% de las inversiones de su portafolio total. Por ejemplo, una firma de VC mexicana no invierte en Sudamérica, pero tiene una inversión en Chile para conocer el mercado. No invierten en blockchain, pero tienen una compañía para aprender del sector o quizás les fue mal y ya no lo harán. Recuerda que los VCs tienen sus propios inversionistas y, al levantar el fondo, pitchean una estrategia de inversión, en base a la que luego son evaluados. Por lo tanto, no pueden desviarse tanto de esa tesis y tratar de convencerlos no tendrá mucho sentido.
3. Tenían una relación cercana con el founder. No hay nada que puedas hacer acerca de esto. Siempre habrá VCs que respalden a sus amigos independientemente de que estén construyendo.

## No creo que esto sea un *venture scale business* (negocio muy grande)

Hay dos maneras de ver esto.

1. Por un lado, efectivamente, hay un montón de compañías que quieren levantar venture capital, pero en verdad no soy un buen fit para un VC. Como emprendedor, deberías entender el tipo de retorno que un VC está buscando. En términos simples, un VC en EEUU está buscando un retorno de 100X en unos 5 a 7 años. En Latinoamérica, esto se acerca más a 20X.

Por ejemplo, en 2015, la firma de VC para la que trabajo, Dalus Capital, lideró la Serie A de Clip, una de las startups fintech mexicanas más exitosas. La valuación promedio de una Serie A está entre 15 y 25M. En 2019, Clip levantó una Serie C de USD 100M en la que participó Softbank. Según Reuters, la valuación estuvo entre 350M y 400M. Esto quiere decir que Dalus estaría generando un retorno alrededor de 20X en Clip.

Para esto tu negocio, sea en ARR, GMV, usuarios activos, o la métrica relevante, debe crecer al menos 20X en 5 años. ¿Estás dispuesto a hacerlo? ¿Es alcanzable en tu mercado?



### Pregunta 3

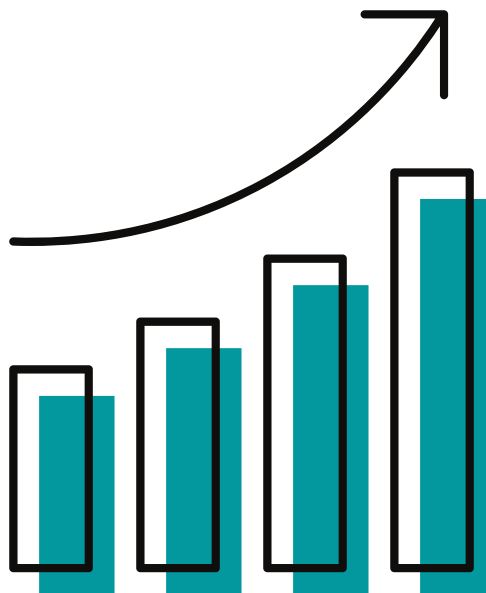
2. Por el otro lado, sin embargo, decir qué ideas serán capaces de crecer tanto es muy difícil. Los VCs usualmente tienen opiniones preconcebidas sobre qué negocios pueden alcanzar ese nivel y cuáles no - y usualmente están equivocados. Edtech es un sector que suele ser visto por encima porque tiene ciclos de venta muy complejos o churn rates muy altos. ¿Estás vendiendo un e-learning que se estancara en menos de USD \$1M por año? O serás el próximo Platzi?

Para responder esta afirmación, lo mejor es primero entender por tu cuenta si verdaderamente quieres construir un negocio que crezca tanto en tan pocos años (y el trabajo, reclutamiento, sacrificios, etc que ello requiere). Si es así, piensa en cómo ves el camino hacia ese crecimiento. ¿Cómo llegarás a USD 1M de ARR este año y cómo al menos duplicarás tus ingresos cada año a partir de allí?

## Nos gustaría ver un poco más de tracción

Este es un clásico (yo también la he usado). Básicamente, significa que el VC no está convencido ahora, pero que, posiblemente, más tracción le de la convicción suficiente para invertir. Sin embargo, es muy complicado que un inversionista te diga el nivel de tracción que le gustaría ver para invertir. Obviamente, si creces 10X en 3 meses, pues todos querrán invertir, pero si llegas a USD \$300 mil anual el próximo año - ¿es interesante? Pese a esto, un VC siempre querrá mantener la opción de verte en un año y evaluar tu startup de nuevo.

Aunque es una respuesta frustrante, lo mejor es categorizar a estos inversionistas como "no interesados" y pasar. Sí, continúa mandando tus monthly updates, pero es mejor invertir tiempo en encontrar a un VC convencido hoy que tratar de convencer a otro, aún con más tracción. Enfócate en reunirte y filtrar muchos inversionistas rápidamente hasta llegar a los indicados.







## Contáctanos si gustas pero preferimos warm intros

Afortunadamente, esto lo he escuchado pocas veces. A fin de cuentas, es bastante irónico porque los VCs (usualmente los analistas o asociados, no los socios) mandan correos en frío a startups para conversar.

De todos modos, siempre es mejor obtener una warm intro con un VC. Piénsalo - los VCs también son humanos - siempre es más fácil construir una relación que parte de una conexión en común.

Creo que cada vez serán menos los VCs que rechacen “buenos” mensajes en frío. No te imaginas la cantidad de correos o mensajes por LinkedIn que un VC recibe de emprendedores buscando inversión, que parecen más spam que un mensaje de negocios.

Un correo en frío bien articulado puede abrirte muchas puertas - sobretodo con VCs y ángeles en Estados Unidos.

## **(Producto lanzado, miles de usuarios/transacciones, GMV, etc) ¿Sí, pero qué tracción tienes?**

Este es el típico “dilema” de la etapa de tu startup. Primero, estás “too early” , es decir, no tienes suficiente tracción. Pero, luego, cuando llegas a esa tracción u otro inversionista entra a tu ronda y sube la valuación, te conviertes en “too late”, osea, la valuación está muy alta.

Sí, esto es frustrante, pero es un tema de suerte, timing, y fit. Un inversionista pre-semilla, por definición, no está buscando tracción. Esto quiere decir que toman su decisión de inversión basados en su instinto sobre la oportunidad de mercado, la idea de negocio, y el equipo. Si pasan y el founder lo prueba equivocado con tracción, igual no podrán invertir, pues la valuación será mucho más alta y no se ajustará a la tesis de inversión y expectativa de retorno de un VC pre-semilla.



## Pregunta 6

En Latinoamérica, desde hace unos años, pasa algo curioso. Startups en etapa semilla salen a buscar rondas, pero son rechazados por la mayoría de VCs regionales que invierten a partir de Late Seed o Pre Series A por falta de tracción. Las mejores startups de este grupo terminan entrando a Y Combinator o levantando rondas de VCs estadounidenses que les ofrecen mucho mejores condiciones, sobretodo en términos de valuación, y estos términos terminan por dejar fuera a buena parte de VCs latinoamericanos que no pueden pagar valuaciones de EEUU. Si ves los principales inversionistas de compañías como Rappi, NotCo, Platzi, etc, te darás cuenta.

Ahora, esto no aplica a inversionistas multi-stage, aunque la verdad en Latinoamérica son muy pocos: Kaszek Ventures y Softbank, entre ellos

## ¿Por qué esto no se hizo antes?

Esta pregunta puede sonar tramposa, pero está pensada para evaluar cómo piensas acerca de las tendencias y cambios en tu sector. Si crees que los mercados son eficientes, tu oportunidad no debería existir. ¿Por qué? Porque si es una oportunidad obvia, muchos deberían haberlo hecho ya.

Tener una buena respuesta a las siguientes preguntas te permitirán responderla:

1. ¿Cuál es tu insight clave que te permite conocer esta oportunidad que otros no?
2. ¿Es tu área de dominio/trabajaste en ese sector por muchos años?
3. ¿Se trata de una oportunidad en la intersección de 2 sectores que pocas personas conocen?
4. ¿Es un cambio de tendencia/comportamiento del que pocos emprendedores son conscientes?

Lo gracioso es que incluso los fondos de VC reciben esta pregunta: ¿Por qué otros fondos no están siguiendo esta misma estrategia de inversión?

## ¿Cómo esta oportunidad puede convertirse en una compañía de cientos de millones?

Seguro te preguntas por qué los VCs están obsesionados con los negocios multimillonarios. La respuesta: su modelo de negocio. Un VC sabe que buena parte de las compañías de su portafolio fracasarán o retornarán múltiplos pequeños de su inversión, pero esperan que un par de startups ganadoras tengan tanto éxito que compense por las pérdidas del resto y, además, generen un retorno total del fondo de al menos 3X (umbral a partir del cual se considera exitoso a un fondo de VC).

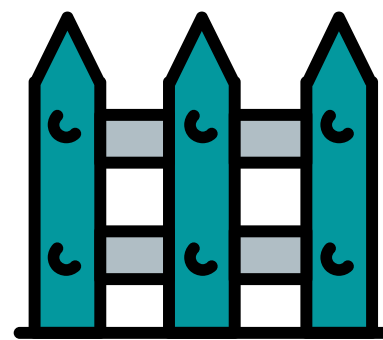
Esto implica que si un VC en Latinoamérica está buscando múltiplos de 20X o más en una compañía exitosa, y que si invierten en tu ronda semilla a - digamos - una valuación semilla de USD 5M post money, 20X de eso es al menos USD 100M (sin contar dilución). Nuevamente, ¿quieres realmente levantar capital de VCs? ¿Este es el tipo de negocio que quieres gestionar?

Este [caso de estudio de Lambda School](#) es un muy buen ejemplo acerca de cómo pensar sistemáticamente si tu startup puede convertirse en un negocio tan grande.

## ¿Cuál es tu ventaja o barrera competitiva?

Si estás en etapa pre semilla o semilla, evidentemente no existe una ventaja competitiva. Simplemente es muy temprano.

Sin embargo, una inversión de VC tiene un tiempo de vida de 3 a 7 años (si no es más). Entonces, para tener un exit interesante, no basta con un negocio grande sino defendible. Por eso, en el largo plazo, el VC quiere entender cómo tu negocio será defendible.



Esto es de particular relevancia para compañías que tienen productos commodity como los financieros. Ni tu ni el VC quieren terminar compitiendo por precio. ¿Cómo construirás un producto superior y difícil de copiar? ¿Cómo tu modelo de negocio fortalece la retención de clientes? Los VCs quieren entender cómo piensas de esto en 5 años más que cómo las cosas son hoy.

Cómo se verá esto en el futuro variará mucho dependiendo de tu idea y negocio. Algunos ejemplos:

1. Mejor experiencia de usuario y producto.
2. Más data que mejora tu solución o la hace más precisa.
3. Network effects más fuertes y , por ende, un producto superior.

## ¿Cómo tu negocio puede escalar a otros países (de Latinoamérica)?

Esta pregunta es tricky, pero clave para levantar VC en otro país, sobretodo si tu startup no está basada en México o Brasil. Los VCs buscan negocios grandes y, para una compañía que solo opera en mercados relativamente pequeños como Perú, Colombia o Chile será muy difícil llegar a valer cientos de millones y menos ser un unicornio.

Dicho esto, para responder esta pregunta, es necesario pensar en 1) cuán regional es el problema que actualmente estás resolviendo y si no es un problema únicamente de tu país de origen; y 2) qué ventaja tiene tu equipo y compañía para escalar y penetrar en mercados más grandes y mucho más competidos que el tuyo.



Por ejemplo, los CAC en el mercado mexicano son mucho mayores que en Perú, Colombia o Chile, pero los precios que podrías cobrar no necesariamente son más altos. Por lo tanto, aún con un producto superior y gran demanda en México, tendrás que pensar cuidadosamente tu estrategia de entrada y adquisición de clientes en el mercado mexicano, pues solo quemar dinero en marketing digital no es un plan sostenible ni una estrategia diferenciada.