GUÍA
EQUITY CROWDFUNDING
EN LA FRANQUICIA

crowdfranquicias

TORMO FRANQUICIAS Consulting

4. Qué es el equity crowdfunding (diferentes tipo de crowd)

5. Experiencias en otros países

7. Experiencia en España

8. Está regulado en España?

9. Las ventajas de este modelo de financiación (para el inversor/para el promotor)

10. Qué ventajas tiene para una empresa franquiciadora (diferentes enfoques)

12. Equity Crowdfunding y Franquicia

13. Qué requisitos previos deben contemplarse

14. Cómo preparar una campaña de equity crowdfunding (docs)

15. Fases de una campaña (previa y posterior plataforma)

16. Operativa previa (sala de inversión; plazos de tiempo; porcentajes, ...)

18. Operativa posterior (pacto de socios, controles, ...)

19. Costes para el promotor

20. Preguntas y respuestas

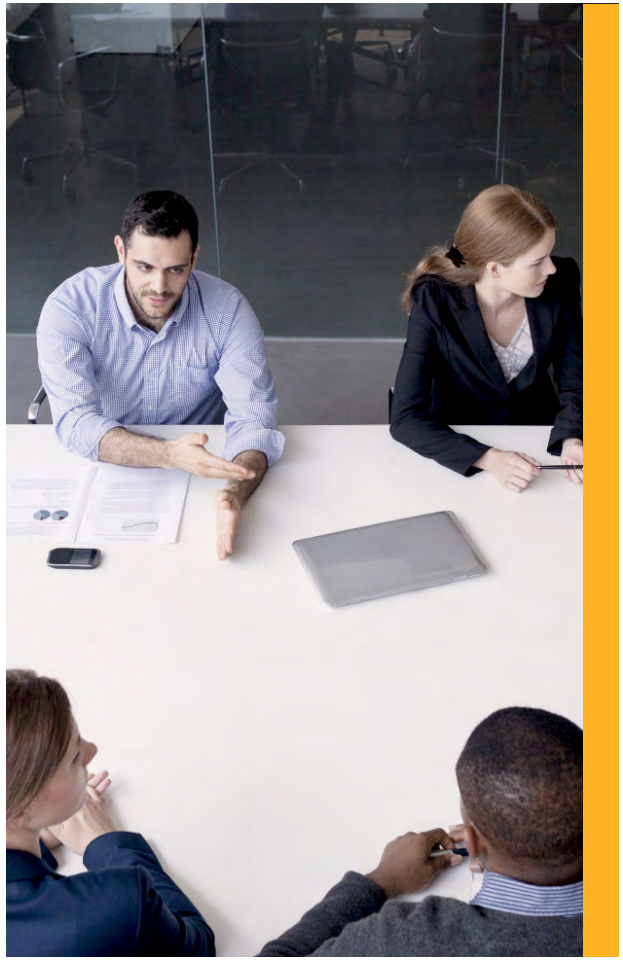
En muy poco tiempo, el *crowdfunding* se está convirtiendo en una parte cada vez más significativa de la actividad económica. El hecho de que sean cada vez más las empresas, no necesariamente startups de nueva creación, sino también empresas conocidas que no tienen problemas para financiar sus proyectos, pero que prefieren utilizar el *crowdfunding* como una forma de popularizar su presencia y hacerse más accesibles en el mercado, ha facilitado su aceptación.

Dotado de unas características de viralidad muy notables por la propia contribución de las personas que deciden participar en los proyectos, se convierte asimismo en todo un fenómeno de difusión.

De hecho, son cada vez más las plataformas existentes y no dejan de aparecer otras nuevas en el mercado. Algunas de ellas son muy populares, como Housers o Arboribus. Otras como Ulele o Lánzanos y Kickstarter o Indiegogo que, en su conjunto, han contribuido a desarrollar e impulsar este mercado al hacerlo accesible a toda la población.

Los diferentes tipos de *crowdfunding* que existen son el *crowdfunding* a cambio de donaciones o recompensas, el *equity crowdfunding* a cambio de participaciones en la empresa, y el *crowdlending* a cambio de contrapartidas dinerarias en base a préstamos.

Vamos a enfocarnos en el *equity crowdfunding* por ser el más apropiado para las empresas y en nuestro caso particular: las franquicias.



QUÉ ES EL EQUITY CROWDFUNDING

El *equity crowdfunding* es una de las nuevas formas de financiación alternativa para empresas en contraposición a los métodos tradicionales.

Esta modalidad consiste en que los inversores adquieren participaciones o acciones de las empresas a cambio del capital aportado. Es un mecanismo alternativo y complementario a la financiación tradicional.

EXPERIENCIAS
EN OTROS PAÍSES

El desarrollo del equity *crowdfunding* en otros países ha venido precedido de la propia expansión del *crowdfunding*. Estados Unidos es la cuna en el desarrollo de esta modalidad solicitada intensamente por los propios inversores a partir de 2012. En sus inicios estaba principalmente orientado al Real Estate donde actualmente operan más de 150 plataformas. No obstante, en este segmento China se ha situado por delante actualmente.

A partir de 2013 significa un antes y un después en Estados Unidos para muchas empresas y startups americanas. Un nuevo marco legislativo supuso la apertura y refuerzo de un nuevo mercado de inversión en empresas tecnológicas: el *equity crowdfunding*, una forma de mecenazgo en el que los inversores invertían su dinero en startups, entrando en su accionariado. De esta forma, las empresas que buscaban financiación no tenían por qué acudir al mundo offline y a inversores tradicionales, pudiendo levantar una ronda por internet.

Para los inversores el *equity crowdfunding* también tenía ventajas: podían invertir su dinero en empresas que por cuestiones geográficas jamás conocerían y con la comodidad de hacerlo a distancia, pudiendo escoger entre un gran número de startups.

Otro aspecto positivo que presentaba este tipo de financiación era la velocidad con la que se podían cerrar las rondas. En el mundo offline eran necesarios ocho o más meses para cerrar una ronda semilla, mientras que en la nueva tesitura se cerraban en tres meses.

En Europa y desde que en 2013 se hiciera visible el interés de la Comisión Europea por este tipo de operaciones, los países han trabajado en su regulación. Las normas son muy variadas y desde mediados de 2016 son ocho países los que tienen aprobadas normativas específicas. Los más destacados son:

- Reino Unido. Su legislación es la más flexible. Cuenta con un enfoque técnico-financiero. Han tomado medidas específicas para el *equity* y para el *crowdlending*.
- Francia. Sus principales objetivos son: flexibilizar el sector para permitir a las plataformas realizar operaciones de *crowdlending* y *equity crowfunding*; y aclarar el régimen aplicable al resto de plataformas de *crowdfundig*.
- España. Regula de manera conjunta las fórmulas de las inversiones y los préstamos. Distingue entre inversores acreditados y no acreditados.

En 2014 las plataformas europeas recaudaron 4.655 millones de euros y en 2015 la cifra llego a 5.431 millones de euros.

“En 2014 las plataformas europeas recaudaron 4.655 millones €.

En 2015 recaudaron 5.431 millones €.”

- CrowdFranquicias-

EXPERIENCIA
EN ESPAÑA

La experiencia en nuestro país en el ámbito del *equity crowdfunding* es reciente en términos generales. No obstante, desde sus inicios no ha dejado de crecer y se espera un intenso crecimiento.

Los datos referentes al ejercicio 2016 en cada una de las modalidades de *crowdfunding* han sido los siguientes:

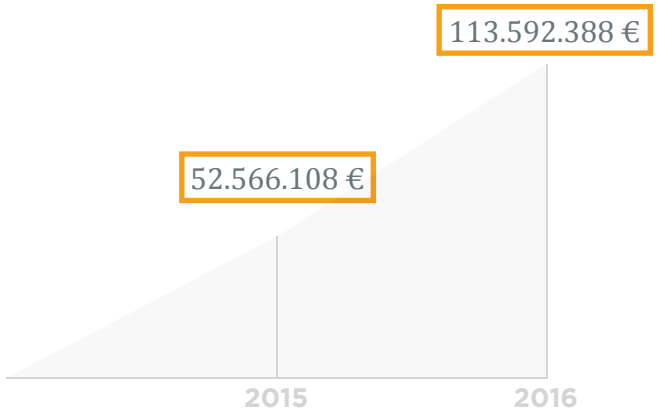
- Las plataformas de préstamo (*crowdlending*) son las que más volumen de capital han gestionado con 61.689.491 € (el 54% del dinero recaudado en 2016). Le sigue el Crowdfunding Inmobiliario que rozó los 20 millones de euros al recaudar en su primer año 19.135.951 € (17%). El Crowdfunding de Inversión (*equity crowdfunding*) es el que más crece porcentualmente hasta llegar a los 16.078.958 € recaudados (14%). Por su parte el Crowdfunding de Recompensas, también conocido como 'mecenazgo', sigue siendo el referente para los que comienzan en el mundo del Crowdfunding con 12.339.750 € recaudados (11%). Por último, las aportaciones vía Crowdfunding de Donaciones que llegaron a los 4.348.238 € (4%).

En estos momentos la Comisión Europea tiene previsto promover mucho más el *equity crowdfundig*. Actualmente y aunque el crecimiento es considerable, en España estamos a 3-4 años de Reino Unido, por lo que queda mucho por hacer. Por otro lado, Francia se está posicionando como un referente en el *crowdfunding* en Europa.

En los dos últimos años la recaudación en España ha pasado de 52.566.108 € en 2015 a 113.592.388 € en 2016 lo que supone que el *crowdfunding* en España ha tenido un crecimiento del 116% en 2016, un incremento significativo que sitúa a España entre los países con mayor crecimiento.

Se trata de una tendencia a nivel mundial, donde el Crowdfunding de Préstamos y el de Inversiones representan el montante principal del capital recaudado por esta vía. En España, ambas suman el 68% de lo recaudado.

En España había 63 plataformas operativas durante el año 2016 y no dejan de aparecer muchas más en un crecimiento ininterrumpido.



¿ESTÁ REGULADO EL *EQUITY CROWDFUNDING* EN ESPAÑA?

Sí. Según la Ley 5/2015, de 27 de abril de fomento de la financiación empresarial, la actividad de las plataformas de financiación participativa (*equity crowdfunding* y *crowdlending*) queda regulada en España.

Todas las plataformas de *equity crowdfunding* y *crowdlending* deben estar autorizadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-4607

LAS VENTAJAS DE ESTE MODELO DE FINANCIACIÓN

Entre las ventajas que aporta el *equity crowdfunding* se encuentra, **para los inversores**, la alta rentabilidad que ofrecen estos proyectos, por encima de la media de los productos tradicionales.

Para los promotores, se trata de un modo de obtener capital de un modo más rápido, barato, y seguro al no estar centralizada la inversión. Por otra parte, muchos inversores se convierten, además, en mentores del proyecto, y establecen un mayor vínculo con las empresas, lo que a su vez se traduce en un círculo virtuoso que obtiene resultados superiores.

La esencia del *crowdfunding*, también conocido como financiación colectiva, reside en las aportaciones de dinero por parte de distintos individuos para apoyar una idea o proyecto a través de plataformas online donde cualquier persona puede participar. Es decir, un mismo proyecto puede ser financiado por varias personas, y cada persona puede invertir en varios proyectos.

El *equity crowdfunding* se apoya en el concepto anterior, pero va más allá, permitiendo a distintas personas invertir en empresas a cambio de un beneficio económico.

Este sistema supone una alternativa a la inversión tradicional, dando acceso a cualquier empresa o particular a invertir en startups o empresas consolidadas contribuyendo así al crecimiento económico del país. El *equity crowdfunding* ofrece una vía alternativa y complementaria de financiación para emprendedores que buscan inversión para sus proyectos.

QUÉ VENTAJAS TIENE EL *EQUITY CROWDFUNDING* PARA UNA EMPRESA FRANQUICIADORA

En particular, para las empresas franquiciadoras, una campaña de *equity crowdfunding* presenta múltiples ventajas. Hay que recordar que el objetivo de toda empresa franquiciadora es conseguir visibilidad entre potenciales inversores y atraerlos hacia su marca.

En el momento de iniciar una campaña de *equity crowdfunding*, se accede directamente a un amplio número de inversores y, si puede hacerse a través de una plataforma especializada, mucho mejor. Esto aumenta considerablemente la visibilidad y las acciones de marketing.

VISIBILIDAD

El *equity crowdfunding* se puede convertir en una importantísima herramienta de marketing. Por un lado, porque los potenciales inversores se convierten en embajadores de la marca y aportan comunicación. Por otro, porque se gana muchísima visibilidad durante el proceso del *crowdfunding*, lo que al final se convierte en una auténtica campaña comercial. Por último, la principal ventaja reside en la oportunidad de acceder a personas que están completamente fuera de los círculos habituales y no sólo potenciales inversores y/o clientes, sino también distribuidores, proveedores, ...

RÁPIDEZ Y FLEXIBLIDAD

El tiempo medio para conseguir los fondos es de tres meses pudiendo prolongarse algo más, frente a plazos muy superiores en cualquier otro tipo de captación de fondos. Por otro lado, es habitual en estos plazos de tiempo conseguir resultados indirectos por parte de inversores individuales que quieren además adquirir franquicias directas o realizar otro tipo de planteamientos.

ESPECIALIZACIÓN

Formar parte de una plataforma especializada permite que las empresas pueda comunicarse en un entorno donde se van a encontrar con inversores especializados que entienden todo lo que la misma les puede aportar. Cualquier franquiciador puede acceder de esta forma a un amplio número de inversores en franquicia y también a inversores tradicionales, *business angels*, clubes de inversión, grupos familiares y entidades de capital riesgo.

Desde el lado del inversor, este tiene acceso privilegiado a todas aquellas empresas franquiciadoras que presentan planes de crecimiento sostenidos, a la vez que se les facilita la posibilidad de participar en empresas franquiciadoras con un alto potencial de desarrollo y que necesitan inversores para impulsar sus proyectos empresariales.

TODOS SON INVERSORES

Si no lo hemos dicho ya, se accede directa e indirectamente a todo tipo de inversores: pequeños, medianos y grandes. Pero también se accede a todo nuestro entorno cercano: *family, friends and fools*, proveedores y social.

EQUITY CROWDFUNDING Y FRANQUICIA

Crowdfranquicias es la primera plataforma de crowdfunding especializada en el sector franquicia. Crowdfranquicias nace de la alianza entre SociosInversores, plataforma líder en *equity crowdfunding* y autorizada por la CNMV en España, y Tormo Franquicias Consulting, empresa consultora en franquicia líder en nuestro país.

Este es un proyecto que surge de la necesidad de apoyar a muchas nuevas empresas franquiciadoras que todavía no están consolidadas, pero presentan excelentes oportunidades, también aquiellas que están en fase de crecimiento y que requieren mayores recursos. Además, facilita la demanda de muchos inversores para tener presencia en las centrales de franquicia.

Las opciones que presenta Crowdfranquicias son dos:

1. Obtención de recursos económicos en la central de franquicia para poder apoyar el crecimiento y las inversiones a realizar.
2. Compartir inversión con nuevos franquiciados o centros propios, lo que al mismo tiempo facilita el desarrollo de las marcas y la incorporación de los mismos.

De esta forma, se ofrece una oferta diferenciada y novedosa, la posibilidad de participar en centrales de franquicia y negocios de franquicia a todo tipo de inversores del ámbito de la franquicia y emprendimiento junto a los tradicionales, como son: inversores privados, *business angels*, clubes de inversión, *family officess* y capital riesgo.

Todos ellos son accesibles a las empresas franquiciadoras a través de nuestra plataforma con más de 40.000 inversores de franquicia y cerca de 9.000 tradicionales.

QUÉ REQUISITOS PREVIOS DEBEN CONTEMPLARSE

Todas las plataformas trabajan con modelos de negocio o empresas que estén buscando financiación y cuenten con propuestas interesantes y razonables. En el caso de la franquicia, pueden operar empresas de prácticamente todos los sectores de actividad con independencia de su tamaño y nivel de desarrollo. Pueden ser tanto franquicias de nueva creación, como franquicias plenamente consolidadas.

La franquicia promotora debe estimar el capital que necesita para sacar adelante su proyecto con garantías, así como la inversión mínima que aceptará de cada inversor (denominado “ticket mínimo”). También debe indicarse el porcentaje de participaciones que se ofrecerá a los nuevos inversores.

Todos los proyectos deben ser presentados en unas determinadas condiciones, reservándose las plataformas el derecho de rechazarlos si consideran que no se cumplen las condiciones generales del sitio web, la legislación vigente, o si no alcanza el mínimo de calidad marcado por el equipo de analistas.

DOCUMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE EQUITY CROWDFUNDING

Para tramitar adecuadamente la publicación de un proyecto en una plataforma de *equity crowdfunding* debe prepararse toda la documentación que, en virtud de la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial, es exigida a todos los proyectos.

La misma puede ser presentada directamente por cada empresa. No obstante, es preferible que sea desarrollada directamente por un equipo especializado para garantizar la aceptación de las plataformas y dar un enfoque adecuado al inversor.

Esta es la información que debe presentarse:

- Estatutos de la empresa
- Forma Jurídica de la empresa
- Denominación social, domicilio social, dirección del dominio de internet, y CIF
- DNI del equipo promotor escaneado
- CVs de los promotores de la empresa
- Cuentas Anuales y Balances de la Sociedad (si los hubiere)
- Estatutos Sociales y Pactos de Socios vigentes en la Sociedad (si los hubiere)
- Estructura del capital social y endeudamiento
- Plan de Negocio de la empresa
- Plan Económico-Financiero de la empresa (previsión de futuro)
- Propuesta de Inversión:
  - Cantidad Solicitada.
  - Destino Inversión.
  - Contrapartidas para el inversor.
  - Plan de Desinversión.

FASES DE UNA CAMPAÑA

Desde que una empresa franquiciadora detecta una necesidad de financiación para llevar adelante su proyecto empresarial, hasta que se formaliza la ampliación de capital con las aportaciones de todos los inversores de la campaña de *equity crowdfunding*, se suceden diversas fases que se detallan a continuación:

01 **Una franquicia calcula cuánto dinero necesita para acometer su plan de crecimiento, y lo plasma en un plan de negocio y financiero con la documentación indicada anteriormente.**

02 **La plataforma de *equity crowdfunding* recibe la información y realiza un análisis detallado de la calidad de la propuesta desde el punto de vista del inversor.**

03 **Si la plataforma de *equity crowdfunding* acepta el proyecto, la empresa entrega toda la información en la plataforma para que quede ordenada y bien estructurada.**

04 **Una vez realizada una última validación de la información entregada por la empresa, la plataforma de *equity crowdfunding* publica la campaña en su web.**

05 **A través de la plataforma, sus usuarios pueden invertir en la empresa realizando las aportaciones que consideren, y aceptando los acuerdos de participación en la futura ampliación de capital de la empresa.**

06 **Se empiezan a acumular las inversiones bajo un compromiso de pago gestionado automáticamente por una pasarela de pago segura.**

07 **Cuando la campaña de *equity crowdfunding* alcanza el objetivo propuesto, la plataforma envía la documentación legal a todos los inversores para que puedan revisarla.**

08 **Pasados unos días desde el envío de los documentos, la pasarela de pago ejecuta el cargo de la cantidad comprometida por cada inversor. Desde ese momento, los contratos entre inversores y empresa ya son totalmente válidos.**

CAPTACIÓN DE FONDOS EN *EQUITY CROWDFUNDING*

La captación de fondos es algo que compete en primer lugar y muy directamente a la empresa franquiciadora. De hecho, el éxito se fundamenta en una labor conjunta entre la empresa franquiciadora y el equipo de la plataforma.

Lo importante es señalar que no todo consiste en lanzar la campaña en la plataforma, sino que previo al lanzamiento en la misma, debe haberse iniciado antes en círculos cerrados y selectivos una adecuada planificación y preparación.

Una campaña se divide en tres partes:

1. **PREPARACIÓN DE SOPORTES PREVIOS**
2. **CAMPAÑA PREVIA EN CÍRCULOS CERCANOS**
3. **CAMPAÑA EN ABIERTO EN LA PLATAFORMA**

1. PREPARACIÓN DE SOPORTES PREVIOS

Mencionamos algunos aspectos fundamentales basados en todas aquellas experiencias de éxito practicados por empresas de todo tipo. Los más habituales son:

- **Preparar una buena historia y comunicarla:** Nuestra historia de emprendimiento, porqué iniciamos nuestro negocio, cual es nuestra visión, qué logros hemos conseguido, qué logros pretendemos conseguir y porqué.
- **Hacer un vídeo:** El vídeo va a ser uno de los símbolos de la campaña de *equity crowdfunding.* Es el contenido que más probabilidades tiene de hacerse viral así que hay que hacerlo, y bien. Es necesario planificar la grabación desde cero, incluyendo la idea, el storyboard y la grabación. En unos pocos minutos hay que mostrar en qué consiste el proyecto y lograr interesar al inversor dirigiéndonos a él.
- **Preparar los soportes de difusión:** Es una de las partes más delicadas de una campaña de *equity crowdfunding*. Utilizar las redes sociales, preparar las bases de datos y los soportes a los mailing, así como otras técnicas de marketing que ayudarán a impulsar la campaña.
- **Disponer de una información clara:** Es toda aquella que facilite la inversión en nuestro proyecto y que tendremos preparada con antelación en el dossier informativo correspondiente.

2. CAMPAÑA PREVIA EN CÍRCULOS CERCANOS

Cuanta más gente se comprometa mejor: socios, conocidos, familiares, amigos y tu propio equipo, con objetivos cercanos y un compromiso continuo.

Una forma de realizar la campaña previa una vez dispuestos los soportes anteriormente descritos, es la siguiente:

- Mandar un correo de pre-lanzamiento días antes.
- Empezar a hacer llamadas e intentar cerrar tantos acuerdos como sea posible.
- Planificar reuniones con inversores durante la ronda previa.
- Preparar un evento de lanzamiento.
- Abrir la ronda de financiación días antes de lanzarla al público para los inversores que estén comprometidos. De este modo, no se inicia al 0 % en el momento de hacer pública la campaña.
- Realizar un impulso final el último día.

3. CAMPAÑA EN ABIERTO EN LA PLATAFORMA

Una vez estamos en abierto en la plataforma no debemos olvidar el resto de canales en paralelo. Tenemos que llegar a todos nuestros potenciales inversores que podamos identificar directa o indirectamente. Hay que tener presente que los fondos iniciales llegan primero de nuestros contactos; la segunda oleada, de los contactos de nuestros contactos y la tercera, que corresponde a los extraños que llegan por las campañas en redes, en blogs o por la base de datos de la plataforma.

Una vez en la plataforma hay que ser tremendamente activo. Ello supone responder preguntas, resolver dudas, aportar información adicional, etc.

Lo importante es tener objetivos claros. Una opción clara es conseguir entre un 10% y un 25% del objetivo en la primera semana. Este porcentaje o más, ha de corresponder al entorno más inmediato, el denominado f*amily, friends and fools*. Una vez tenemos fondos iniciales, empezamos a ser atractivos a los inversores y debemos continuar incrementando la captación de forma continuada hasta un plazo máximo de tres meses.

OPERATIVA
EN UNA PLATAFORMA

Las plataformas de *equity crowdfunding* permiten el contacto de una multitud de inversores con las empresas promotoras que cuenten con un modelo de negocio viable y con elevado potencial de crecimiento para ofrecer rentabilidad a sus inversores.

Los pasos que se establecen en una plataforma son los siguientes:

Registro previo del proyecto

El primer paso es el registro previo del proyecto con toda la información requerida que ya hemos expuesto anteriormente.

Análisis del proyecto

Una vez recibida dicha información es validada por el equipo técnico de la plataforma.

Criterios de publicación

Cada plataforma tiene sus propios criterios de publicación que deben ser respetados. En caso contrario, la información es devuelta con las indicaciones necesarias.

Publicación

Una vez aprobado el proyecto, es publicado en la plataforma por un espacio de tiempo que oscila entre los tres y seis meses y donde es accesible al conjunto de inversores acreditados en la misma.

Contacto con los inversores

Tras la publicación, se establece contacto directo y negociaciones con los inversores a través de la *Sala de Inversión. La documentación de la empresa es visible para todos los inversores registrados en la Sala de Inversión.

Financiación

Una vez conseguida la financiación se puede dar entrada a los inversores. Para ello es necesario alcanzar el 90% de los fondos solicitados. En el caso de no alcanzarse dicho mínimo, los fondos son devueltos de nuevo a los participantes. En el momento de integrar a los nuevos socios en la empresa debe cumplirse el Pacto de Socios que otorga a los inversores las obligaciones y derechos previamente acordados.

***Qué es una Sala de Inversión**

Es una sala online encriptada de máxima seguridad en la cual ambas partes puedan entablar relaciones seguras y fiables:

1. Las conversaciones mantenidas a través de las herramientas de comunicación nativas quedan registradas y archivadas para posibles consultas futuras.
2. Los archivos compartidos quedan guardados de manera fiable y su consulta garantiza el criterio de confidencialidad debida en este tipo de operaciones.
3. La documentación de cada proyecto es publicada para su acceso, consulta y análisis por parte de los Inversores interesados.
4. Los inversores pueden ejecutar sus inversiones de manera segura a través de la pasarela de pagos integrada en la propia Sala de Inversión.

COSTES PARA EL PROMOTOR

¿Tiene costes para una empresa franquiciadora iniciar una campaña de *equity crowdfunding*? Y en su caso, ¿cuáles pueden ser dichos costes?

Realmente, los costes que tiene iniciar una campaña de *equity crowdfunding* en una plataforma son prácticamente irrelevantes. Además, si se tiene en cuenta la acción de marketing que genera una campaña, es realmente positivo poder iniciar una acción de este tipo.

En el caso de Crowdfranquicias los costes son los siguientes:

Inclusión en plataforma:

- 3 meses: 300 euros
- 6 meses: 450 euros

Comisión de éxito:

- 5% sobre los fondos conseguidos con un mínimo de 3.000 euros.

Otros gastos:

- Preparación de documentos solicitados: a definir.
- Soporte legal: a definir según necesidades.
- Marketing y difusión previa (incluye vídeo, soporte mail, redes sociales,…): a definir.

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

¿Por qué interesa el *equity crowdfunding* a una empresa franquiciadora?
Es una nueva forma de financiación alternativa que permite dotar de fondos a las empresas, principalmente en sus fases de inicio y/o desarrollo para facilitar su crecimiento y su expansión. Además, es también una oportunidad de generar una alta visibilidad y marketing por su impacto en la comunidad de inversores más allá de los propios canales de franquicia.

¿Y a sus franquiciados?
Facilita los fondos necesarios en aquellos candidatos a franquiciados que no disponen de suficiente capacidad económica para poder realizar la inversión y que, por otro lado, son excelentes candidatos.

¿Cuánto debo solicitar?
La cantidad a solicitar debe establecerse de acuerdo a las necesidades previstas que deben establecerse tras el análisis inicial. Hay que tener siempre presente que para que una campaña de captación de fondos en *equity crowdfunding* sea efectiva, debe alcanzarse el 90% de los fondos solicitados. Por consiguiente, las cantidades solicitadas deben ser ajustadas a la realidad de cada empresa.

¿Cuál es el alcance de crowdfranquicias?
Crowdfranquicias alcanza directamente a cerca de 70.000 emprendedores e inversores de franquicia a través de Tormo Franquicias Consulting y cerca de 9.000 inversores cualificados a través de Socios Inversores.

¿Por qué una campaña previa y soportes previos?
El objetivo de una campaña previa es facilitar la entrada de inversores cercanos o de nuestro entorno. Va a generar una mayor confianza a los inversores una vez sea pública, dado que no partimos de 0 y siempre es más fácil invertir donde otros ya lo han hecho. El objetivo de una campaña previa es iniciar el impulso posterior.

¿Es necesaria toda la documentación?
Sí, es necesaria dado que el inversor necesita poder acceder a la misma a través de la Sala de Inversión y previamente debe ser revisada y aceptada por la plataforma. Por otro lado, se establece entre los requisitos obligatorios en este sistema.

¿Cuáles son las clausulas más comunes del Pacto de Socios que debo conocer?

El Pacto de Socios es un Contrato o Acuerdo Para-Estatutario (adicional a los Estatutos de la empresa) que se suscribe entre los socios de la misma a fin de regular ciertos aspectos de su convivencia futura. Las clausulas más comunes, y a las que se suele prestar más atención, son las siguientes:

- Derecho de acompañamiento (Tag Along): Dentro de un pacto de socios, esta cláusula confiere a los socios minoritarios el derecho a vender sus participaciones o acciones cuando el socio con participación mayoritaria las venda. En el caso de que el accionista mayoritario reciba una oferta para vender su participación, los minoritarios tendrán la posibilidad de "acompañarlo" en las mismas condiciones.
- Derecho de arrastre (Drag Along): En este caso, si un socio (generalmente mayoritario) obtiene de tercero una oferta de compra por un % de participaciones de la Sociedad superior al que dicho socio ostenta (generalmente por el 100% de las participaciones), dicho socios podrá arrastrar al resto de socios para que todos vendan sus participaciones o acciones al comprador interesado.
- Reparto de porcentaje de los beneficios anuales (Dividendos): En caso de que la empresa obtenga un beneficio anual, los inversores reciben un % de este beneficio (dividendos).

¿Qué tiempo tengo para captar los fondos que necesito?

Como promotor establecerás para tu proyecto un plazo máximo de campaña de financiación, que variará entre 3 y 6 meses, a tu elección.

¿Cómo puedo contactar con los inversores?

Cuando tu proyecto esté publicado en nuestra plataforma, los inversores podrán contactar directamente contigo y comenzar las conversaciones correspondientes a través del Entorno Seguro de Negociación (ESN) habilitado para tu proyecto.

TORMO
FRANQUICIAS
Consulting

+34 911 592 558
lacosta@tormofranquicias.es
C/ Del Poeta Joan Maragall, 38
28020 Madrid, Spain