

Perspectiva de un  
Inversionista©



## Como Desarrollar Oportunidades de Negocios para Obtener Inversión

Por Abdón G. Ruiz

Colegio de Mayagüez  
September 25, 2013

# Agenda

- Agenda 5 minutos
- Levantado Capital para Google... en 1997 15 minutos
- Criterios de Inversión 15 minutos
- Shark Tank 20 minutos
- Shark Tank UPRM 45 minutos
- Preguntas y Respuestas Adicionales 10 minutos

# Levantando Capital para Google en 1997

## Hechos:

- En 1998 existían por lo menos 17 compañías de “Search Engines” y por menos 5 compañías con portales importantes (con funciones de búsqueda integrados):
  - Lycos, Infoseek, Altavista, Northernlight, AskJeeves, Excite
  - Yahoo, MSN, Netscape, AOL, Go.com
- Yahoo, Microsoft, Netscape, AOL, eran compañías públicas con millones en ingresos y reservas
- Larry Page y Sergey Brin eran 2 estudiantes graduados de Stanford sin nada de experiencia en negocios o administración
- Muchos de los competidores utilizaban la metodología existente comprobada y robusta de clasificar que se usa en las grandes bibliotecas mundiales
- De hecho, Yahoo y Excite no quisieron licenciar la tecnología de Google cuando se le ofreció.
- Un sinnúmero de VCs no invirtieron ([www.bvp.com/portfolio/antiportfolio](http://www.bvp.com/portfolio/antiportfolio))

# Levantando Capital para Google en 1997

Pero:

- En en 1997 ya existían de 75 millones de URLs y este número se esperaba que creciera exponencialmente y era difícil encontrar resultados relevantes (Nota al calce, se estiman que en 2013 hay 23.63 mil millones de URLs)
- Yahoo, AOL y los otros competidores grandes se concentraban en atraer y mantener el público en sus páginas portales para cobrar más para sus anuncios de “Pop up”.
- Larry Page y Sergey Brin eran 2 estudiantes graduados de Stanford con un método nuevo de clasificar páginas del Internet
- Crearon dos modelos de negocios para “monetizar” su tecnología. El famoso dot-com bubble estaba en su apogeo (“Eyeballs, pageviews, unique visitors” y no, ganancias, era lo importante).

Perspectiva de un Inversionista©

# Levantando Capital para Google en 1997

## Como consiguieron Capital:

- El Prof. David Cheriton de Stanford era un exitoso empresario y los fundadores de Google lo fueron a visitar para pedirle consejos y él los llevó a conocer a un amigo, Andy Bechtolsheim, CEO y fundador de Sun Microsystems:
  - Con los primeros \$200,000 recibieron credibilidad y suficiente capital para empezar en 1998
  - Poco después levantaron \$450,000 de Jeff Bezos, CEO y fundador de Amazon y de Ram Shriram , VP de Amazon
  - En 1999 reciben \$25 millones en medio del dot-com bubble de Sequoia Capital y Kleiner Perkins
- Venta del Servicio de “Search” a Yahoo en Junio 2000.
- AdWords (Venta de anuncios dirigidos) comenzó en Octubre 2000.
- Google no fue rentable hasta el 2001. Los primeros inversionistas no vieron sus ganancias hasta el 2004.

Perspectiva de un Inversionista©

# Criteria de Inversión

At least 10 Types of Products/Companies:

- Consumer Goods (frozen pancakes, iPods)
- SBIRs – scientific problems with money attached (TB detection)
- Rich Man’s Problems (Bose Speakers, Beats Headphones)
- Good Causes (Crank it Radios)
- Tech Problems (GSM, Bluetooth)
- Security (cellular phone blockers, face recognition software)
- Elegance/Design (Herman Miller chairs, IKEA furniture)
- Piggyback Technologies (SEO - search engines; Mafia Wars/Farmville - Facebook)
- Platform Technologies (Android, iOS, .NET, Tweeter apps)
- Imitation but in new markets (Hulu – TV, Netflix – Movies, iTunes – songs)

# Criteria de Inversión

## Management Strength

- Industry Experience
- Track Record
- Impeccable Credentials

## Business Opportunity

- High Growth Markets
- Favorable Competitive Scenario (LT Advantage)
- Proprietary Product or Service
- Price/Performance Advantages

## Financial Considerations

- Attractive Valuation & Investment Structure
- Multiple Exit Alternatives

# Criteria de Inversión

## New Product/Service Introduction:

- Need a Significant Advantage over Existing Products (at least 30-50%)
  - Differentiation (especially in consumer markets)
  - Adoption (needs to be easily accessible)
  - Switching Costs (it is worth the trouble)
  - Pricing (price point is justified by advantages not “features”)
  
- Other Random Observations:
  - Price is not a long term advantage (China, India, Brazil)
  - First mover advantage vs. Best Product Advantage (cellular companies, cloud companies, iPod/AT&T)
  - In software, Good Enough is Vers. 1.0. Let customers help with product development
  - A “cool product/idea” is not necessarily “valuable”
  - You have to believe in the product but so does everyone else (eg. “slasher” movies)



# Criterios de Inversión: La Presentación

- Si pueden describir su producto/solución y el mal que cura rápidamente, Ganan
- Si pueden explicar porque su cura es permanente y no temporera, Ganan
- Si pueden exponer porque alguien estaría dispuesto a pagar \$\$\$ >> que el costo de la solución, Ganan
- **Si pueden conectar en un nivel personal con su Inversionista, Ganan en Grande**



Perspectiva de un Inversionista©



## Sus Clientes! (Su Mejor Alternativa)

- Dan credibilidad: alguien piensa que el servicio/producto vale la pena
- Ayudan con el desarrollo de los “features” del producto
- Ayudan con el modelo de “pricing”
- Crean mercadeo de “word of mouth”
- Y lo mejor de todo – Pagan\* por el servicio/producto

Perspectiva de un Inversionista©



# Perspectiva de un Inversionista<sup>©</sup>

---

Abdón G. Ruiz  
PO Box 1338  
Hormigueros, PR 00660  
787-378-0637  
[abdon.g.ruiz@gmail.com](mailto:abdon.g.ruiz@gmail.com)

---