



# Elevator Pitch

EL PODER DE LAS PALABRAS

LIC. MARCELO JUAREZ

2DO. CUATRIMESTRE 2017



## Contenido

Introducción .....	3
Elevator Pitch, ¿qué es? .....	3
Estrategia Comunicativa.....	4
Pilares Básicos .....	5
Estándares del Pitch .....	5
El método .....	6
Pitch de negocios .....	6
Estructura del Pitch de negocios .....	7
Las 4 P.....	7
El círculo de oro – Simon Sinek .....	8
Errores comunes a evitar .....	8
Notas .....	10
Actividad 1.....	11
Actividad 2.....	12
Actividad 3.....	12
Actividad 4.....	13
Apéndice: Elevator Pitch: Tu carta de presentación ganadora .....	15
Bibliografía .....	18

## Introducción

Si tuvieras algunos minutos para "venderte", para comunicar en pocas palabras una idea, un proyecto...

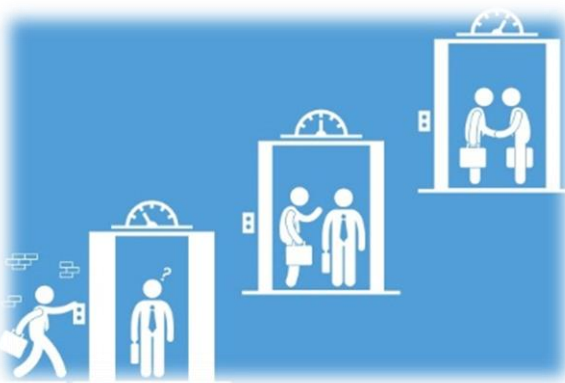
- ¿Por dónde empezarías?
- ¿Qué destacarías de tu perfil profesional?
- ¿Cuál es tu competencia?
- ¿Cuán vales como persona?

¿Un encuentro casual con un colega? ¿Unos minutos para presentarse en una entrevista? ¿Un potencial cliente en una feria o exposición te pide que le cuentes qué haces?

Es esencial tener preparado un discurso... cuando el tiempo y la atención de tus interlocutores son limitados; ¿te sentís preparado?

## Elevator Pitch, ¿qué es?

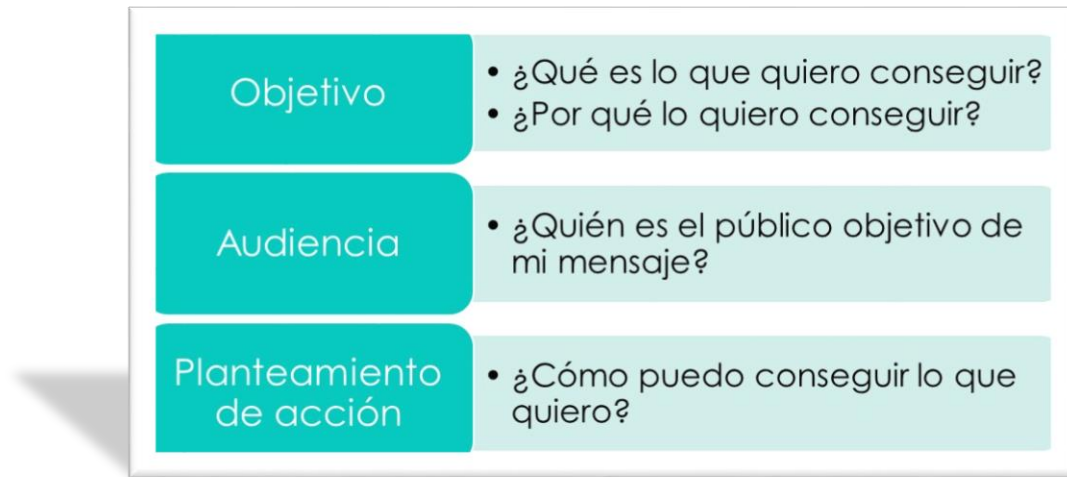
“Elevator pitch”, “Elevator speech” o “discurso de ascensor”, es un mensaje que se desea transmitir a otra persona en el tiempo que duraría un viaje en ascensor, concepto que fue creado en los 1980's por Philip B. Crosby y se popularizó en la educación de negocios durante los 80 y 90.



La idea: transmitir un mensaje claro, breve y que a la vez despierte curiosidad. Se trata de un pequeño resumen sinopsis que transmite una visión clara y concisa de la empresa, de un servicio o de un producto comercializado o a comercializar; que tenga por objetivo interesar al interlocutor para lograr una reunión o una entrevista con un posible inversor. Pero no es

un argumento de ventas, sino más bien una conversación que generará una reunión más larga donde tendrás que argumentar y explicar con más detalle tu propuesta de valor, sólo si has logrado captar la atención de tu interlocutor.

## Estrategia Comunicativa



- a) **El objetivo** es la finalidad, el propósito, la razón por la cual hablas con quien hablas, Sin objetivo, la comunicación nunca será eficaz, teniendo en cuenta que sólo podrá haber uno y tendrá que ser claro y concreto.

Deberá responder a preguntas como: ¿Por qué quiero entrevistarme con esa persona? ¿Qué pretendo conseguir? ¿Qué es lo que quiero conseguir? Preguntas que deberán llevar a una misma respuesta, respuesta que será nuestro objetivo.

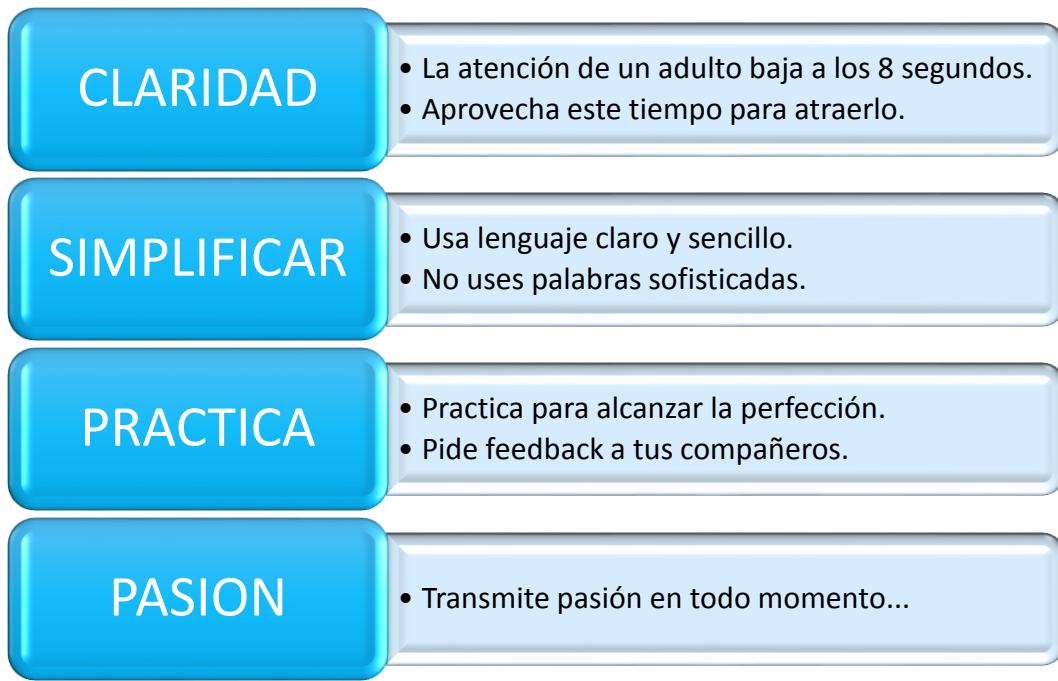
- b) **La audiencia** corresponde a quién nos dirigimos; audiencia que se determinará en función del objetivo que te hayas marcado.

Es muy importante hacer una buena segmentación y selección de la audiencia sobre todo para no perder la oportunidad de una venta o de conseguir un potencial inversor.

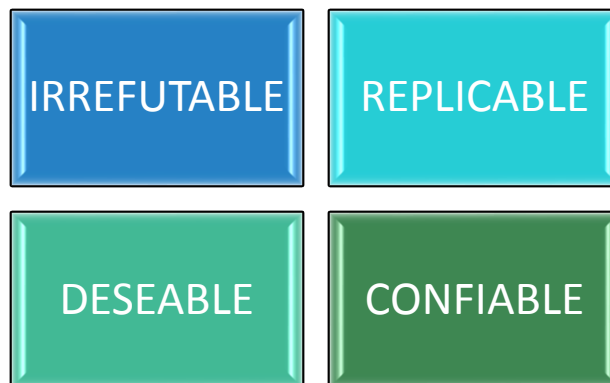
- c) **El planteamiento de acción** se decide una vez que conoces lo que quieres y quién crees que será tu audiencia, definiendo cuál será la mejor forma para conseguirlo.

¿De qué quiero hablar? ¿Qué quiero resaltar? ¿Por qué lo quiero resaltar? Distintas cuestiones que ayudarán a seleccionar la estrategia adecuada.

## Pilares Básicos



## Estándares del Pitch



**Estándar 1:** Irrefutable. Tu Pitch debe ser irrefutable, es decir, a prueba de objeciones. Lo irrefutable de un Pitch se construye con argumentos.

**Estándar 2:** Replicable. Tu Pitch debe ser Replicable, es decir, alguien que lo escucha por primera y única vez, debería ser capaz de repetirlo. Lo Replicable de un Pitch se construye con la Narrativa.

**Estándar 3:** Deseable. Para cumplir este estándar un Pitch debe “generar ambición”, es decir, provocar ganas de tener el beneficio de ese producto o servicio, y para ello debes comparar el antes y el después de los clientes usando ese producto o servicio, el valor que les traes. Cuando el Pitch es claro en el beneficio o VALOR para el otro, se vuelve urgente comprar, invertir.

**Estándar 4:** Confiable. La forma cómo expusiste, la energía que proyectaste, la pasión notoria, la apertura a escuchar, harán que las personas quieran trabajar contigo. Lo confiable de un Pitch se construye con tu Performance.

## El método

El método para realizar un pitch efectivo es el siguiente:

1. **Mi emprendimiento / empresa: (nombre del proyecto o empresa que lo desarrolla)**
2. **Está desarrollando: (propuesta de valor)**
3. **Para ayudar a: (cliente target)**
4. **A: (problema a resolver)**
5. **Con: (diferenciación, “salsa secreta”)**

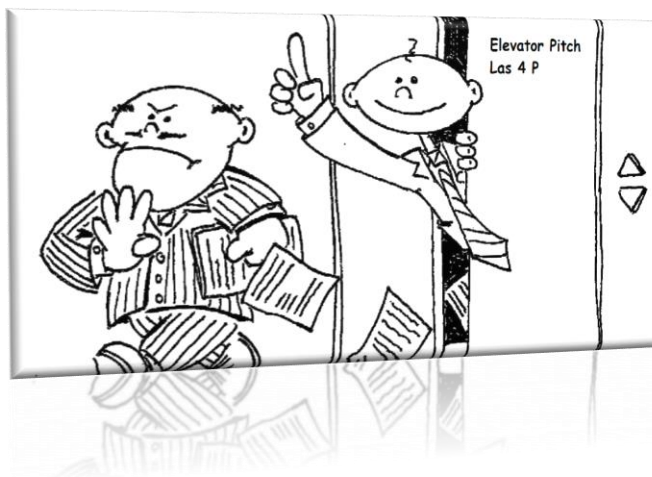
## Pitch de negocios

Presentación breve (3 minutos) en la cual se explica una idea o concepto de negocio frente a uno o varios inversionistas potenciales, con el objetivo de obtener recursos financieros.

## Estructura del Pitch de negocios

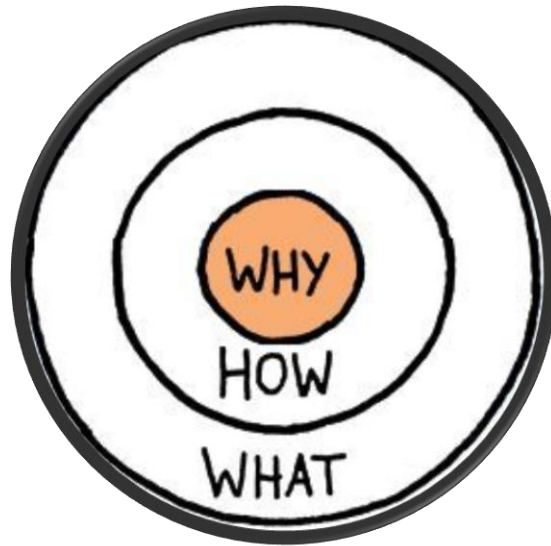
PROBLEMA	SOLUCIÓN	MERCADO
PRODUCTO	MAGIA	COMPETENCIA
MODELO DE NEGOCIO	PLAN DE MARKETING	EQUIPO
LOGROS OBTENIDOS	PEDIDO	CIERRE ENTUSIASTA

## Las 4 P



1. Pensar.
2. Producir.
3. Practicar.
4. Presentar.

## El círculo de oro – Simon Sinek



**Simon Sinek** es un divulgador inglés que ha popularizado lo que él denomina el “**Golden Circle**”. Afirma que la gran mayoría de las empresas tiene claro **a qué se dedican o qué hacen (“WHAT”)**. Algunas incluso tienen una conciencia plena de **cómo lo hacen o qué procesos siguen (“HOW”)**. Pero lo que muy pocas empresas tienen claro es **la misión de por qué lo hacen (“WHY”)**.

### Errores comunes a evitar

- Decir mucho y agregar poco valor.
- Tomar demasiado tiempo para llegar al problema que se pretende solucionar.
- No involucrar al destinatario en la presentación del proyecto. Acciones netamente utilitarias sin aportar valor que se le da al otro.
- Tecnicismo que opacan resultados.

***“El mejor discurso es el que tiene un inicio interesante y un final sorprendente y la distancia entre ambos es la mínima posible”. Winston Churchill***





## Notas

[illegible]

## Actividad 1

Si tuvieras algunos minutos para "vender" para comunicar en pocas palabras una idea, un proyecto... ¿Por dónde empezarías?

- 1) Realiza una lista que incluya al menos 3 adjetivos que definan tu persona.



- 2) Escribe tu biografía como si fueras una persona que te conoce y admira y le emociona presentarte ante una audiencia donde eres el invitado de honor. Si mientras escribes empiezas a pensar, “esta persona me describe en una forma en la que no estoy muy seguro de sentirme bien, pero como que me gusta”, entonces vas por buen camino.

¿Qué tan larga debe ser tu biografía? Puedes considerar escribir varias versiones.

- 3) ¿Estás dispuesto armar tu propio pitch en tan sólo 30 segundos? ¿Pero cómo lo decimos? ¿Cómo decir tanto en tan poco?
- 4) Podes trabajarlo y exponérselo a tu compañero de al lado. Es el momento adecuado para revisar, ensayar y ajustar. ¿Crees que has logrado transmitir un mensaje adecuado? ¿Qué cambiarías?

[illegible]

## Actividad 2

Si tuvieras todo el tiempo que desees, para comunicar tu idea proyecto, tu emprendimiento...

- 1) ¿De qué forma armarías tu pitch ideal?
- 2) ¿Qué tan apasionante pudiera resultar tu proyecto?
- 3) ¿Qué te motivaría para armarlo?
- 4) ¿De qué forma querrías presentarlo?

---

---

---

---

---

---

---

## Actividad 3

- 1) Conformar grupos de no más de cuatro personas.
- 2) Analicen el Pitch siguiente:

“Mi nombre es Larry Page. Soy co-fundador de Google. Tenemos un prototipo de un buscador de información en la Internet. Hoy día millones de personas de diferentes países y diferentes edades usan la Internet y no encuentran lo que buscan. Es la primera máquina de búsqueda que entrega información relevante, fácil de entender en menos de 0.1 segundos. Nunca me gustaron los buscadores y Sergey y yo llevamos años investigando el problema en la universidad de Stanford. Los otros buscadores (a, b, c) entregan información poco relevante y directorios web- como Yahoo- requieren mucho navegación y por lo tanto consumen mucho tiempo del usuario. Podemos entregar los mejores resultados en el menor tiempo usando nuestra tecnología patentada que desarrollamos en la universidad. “Vendemos espacios publicitarios en los resultados búsqueda. El cliente elige las palabras claves en las que quiere mostrar su publicidad y paga sólo por los clicks realizados.

Necesitamos US\$100.000 de un inversionista ángel para terminar nuestro prototipo y probarlo con usuarios de la universidad. Necesito....si usted me ayudara yo podría.... ¿Estaría dispuesto a conocer más de este negocio por su oportunidad de inversión?"

- 3) En la etapa de revisar, ensayar y ajustar: ¿le cambiarían algo a este discurso?
- 4) Uno de los integrantes del grupo deberá actuar y transmitir el mensaje del pitch, ¿se animan?

## Actividad 4

- 1) Conformar grupos de no más de cinco personas.
- 2) En grupo deberán
  - a) elaborar un Pitch que contemple los siguientes puntos:
    - Nombre del proyecto
    - Propuesta de valor
    - Cliente Target
    - Problema a resolver
    - Diferenciación
  - b) diagramar y diseñar en papel afiche, el Pitch de su trabajo. El mismo deberá contener imágenes, palabras, frases, etc.; todo aquello que Uds. consideren que represente la idea conceptual del producto o servicio que vienen trabajando con su grupo.
- 3) Uno de los integrantes del grupo deberá exponer el Elevator Pitch a sus compañeros.  
**Recuerda solo cuentas con 30 segundos para presentarlo.**
- 4) Entre todos resaltarán los puntos débiles y fuertes de la presentación.
- 5) Por equipo se expondrán las conclusiones arribadas en la actividad.

---

---

---

---

---

---

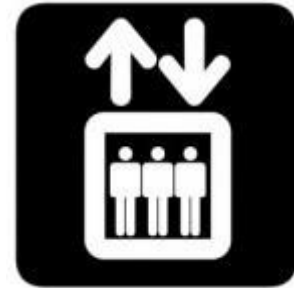
This image shows a full page of blank, lined paper. It features approximately 20 evenly spaced horizontal black lines across its entire width, providing a guide for handwriting or typing. The background is a solid off-white color.

## Apéndice: Elevator Pitch: Tu carta de presentación ganadora

Marcelo Berenstein. 3 noviembre, 2010

**El Capital Social** es una fuente vital de recursos para emprendedores. Integrado por tus contactos personales directos, los contactos de tus contactos, los grupos en los que participás y diversos vínculos de negocios y de otros intereses, genera una **Red (Network)** en la cual vos también sos parte.

A través de tu vinculación con otras personas (Networking), es posible generar muy buenos negocios o tener la posibilidad de iniciarlos.



Y para ser efectivo en la obtención de recursos, necesitás comunicarte en forma precisa, breve y convincente.

¿Cómo se hace? A través del “Elevator Pitch”

### **Elevator Pitch: La herramienta fundamental**

El “**Elevator Pitch**” es una técnica de comunicación breve que te facilita el contacto e intercambio de información con otras personas que no conoces, para iniciar un camino productivo ganar-ganar para todos.

Es lo que tenés que utilizar en reuniones de networking o en todas las actividades donde puedas hacer networking.

Los capitalistas de riesgo lo definen como una extremadamente concisa presentación, por parte de un emprendedor, de una idea, un modelo de negocios, una solución que brinda una compañía, una estrategia de marketing, etc. dirigida a un potencial inversor o interesado. También como una descripción no mayor a 1 minuto acerca de una compañía que aliente a su audiencia a convertirse en inversores, socios, empleados o clientes, a través de una clara y sólida propuesta de valor.

No es una simple introducción de una idea. Debe incluir visión, pasión y el expertise para llevarla a cabo.

Debés preparar una autopresentación de 30”, que culmina en una pregunta (la que posibilita ir generando Networking). Y disponés de otros tantos segundos para procesar la respuesta del otro. Redactá tu autopresentación, así la vas puliendo. Luego testéala con amigos, colegas, personas de confianza, y busca feedback.

Hay 3 partes para una buena introducción de 30”:

1) **Presentate:** Comenzá con tu nombre, el nombre de tu proyecto o negocio, su ubicación geográfica y una breve descripción del concepto de tu negocio. Hacelo en 10” máximo.

*Ejemplo: Hola! Soy Carlos Perez, fundador de “dulces recuerdos”. Somos un emprendimiento dedicado a elaborar dulces artesanales de bajas calorías, y estamos ubicados en Villa Devoto.*

**2) Ejemplificá sobre el trabajo que hacés o la idea general de tu proyecto,** en un esquema **PAR (Problema / Acción /Resultado)**, mencionando un punto sobre el cuál quieras destacar en especial. Esto hazelo en no más de 10”.

Problema: Enunciá el motivo por el cuál un cliente (o potencial cliente) necesita ayuda en el marco de tu negocio

Acción: Describí que hiciste (o que tenés pensado hacer) para resolverlo o como hacés habitualmente.

Resultado: Ilustrá con hechos y datos en lo posible, como solucionaste el problema del cliente (o pensás solucionarlo)

*Ejemplo: Detectamos que muchos hoteles tienen huéspedes sensibles a la buena nutrición y mantenerse delgados. Les preparamos una línea de productos dulces gourmet de bajas calorías, y ahora tenemos 15 clientes solicitándonos estos productos.*

**3) Expresá claramente que estás necesitando en forma prioritaria.** No hagas foco en una venta. Genera dudas y muchas veces mala impresión. Se creativo. El Networking tiene que ver mucho más con reunir información más que presentar rápidamente tu oferta comercial. También pedí la opinión de tu interlocutor y sugerencias. O bien si a su vez tiene contactos del perfil que pueden interesarte, y que perfiles le interesan a el que vos podes presentarle. Utilizá tus últimos 10 segundos.

*Ejemplo: Actualmente estoy explorando canales minoristas de venta. ¿Tenés conocidos que ofrezcan productos dulces, repostería o bien productos gourmet en locales bien ubicados? Realmente me vendría muy bien. Y vos, ¿qué tipo de contactos estás necesitando?*

#### **Reglas a seguir**

- Ser breves
- Fácil de entender
- Considerá las necesidades de tu interlocutor
- No dejes dudas

Siempre es necesario generar el “pitch”: ¿Querés conseguir capital? ¿Necesitás comunicar tu plan? ¿Querés atraer socios estratégicos? Debés enfatizar los beneficios de asociarse con vos.

Siempre hay que explicar el mensaje en forma entendible, convincente y concisa. Es una habilidad esencial para todo emprendedor, aunque mayormente olvidada.



En pocas y breves oraciones, tenés que ligar tus propias necesidades con las necesidades y deseos de tus interlocutores, y como la propuesta de tu emprendimiento puede satisfacerlas.

Fuente: Berenstein, M. (2010). Elevator Pitch: Tu carta de presentación ganadora. Emprendedores News. Disponible en: <http://emprendedoresnews.com/tips/marketing/elevator-pitch-tu-carta-de-presentacion-ganadora.html>

## Bibliografía

- Berenstein, M. (2010). Elevator Pitch: Tu carta de presentación ganadora. Emprendedores News. Disponible en: <http://emprendedoresnews.com/tips/marketing/elevator-pitch-tu-carta-de-presentacion-ganadora.html>
- Consejos para hacer un “elevator pitch”. Hay un gurú en mi sopa. El mundo. Disponible en: <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/hay-un-guru-en-mi-sopa/2012/04/19/consejos-para-hacer-un-elevator-pitch.html>
- Desarrollo de un “Elevator Pitch” para una nueva empresa. Harvard Business School. Disponible en: [https://flcruz.files.wordpress.com/2009/08/elevator\\_pitch.pdf](https://flcruz.files.wordpress.com/2009/08/elevator_pitch.pdf)
- Develop a 30-second Elevator Pitch. Scholars at Work. Disponible en: <https://wblnyc.wikispaces.com/file/view/Developing+a+30-Second+Pitch.pdf>
- Elevator Pitch. Pontificia Universidad Católica de Chile IIC2100 Taller de Herramientas Computacionales para Ingeniería. Disponible en: <http://thc.ing.puc.cl/thc/Portals/0/Taller%200/Elevator%20Pitch%202013.pdf>
- Küppers, V. Actitud. Andorra la Vella TED<sup>x</sup>. Disponible en: <https://youtu.be/nWeclwtN2h0>
- ¿Qué es un elevator pitch y como prepararlo en 4 pasos? Disponible en: <http://unimooc.com/que-es-un-elevator-pitch/>
- Sinek, S. The Golden Circle. Disponible en: <https://startwithwhy.com/>
- The 30 second Elevator Speech. Disponible en: <http://sfp.ucdavis.edu/files/163926.pdf>

GESTION DE RECURSOS HUMANOS EN PROYECTOS DE TI

01 DE NOVIEMBRE DE 2017

LIC. MARCELO ADRIÁN JUÁREZ

[mjuarez@unlam.edu.ar](mailto:mjuarez@unlam.edu.ar)

[marcelo\\_juarez@yahoo.com.ar](mailto:marcelo_juarez@yahoo.com.ar)

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0  
Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

