

Cómo presentar mi proyecto de negocio

Autodiagnóstico

Mayo, 2019



Evaluación diagnóstica

1. A la presentación que cuenta nuestra idea de negocio, se le llama “pitch”.
 - a. Verdadero
 - b. Falso
2. Es importante que al presentar el pitch, el expositor refleje honestidad, confianza y credibilidad.
 - c. Verdadero
 - d. Falso
3. Uno de los principales errores al presentar un pitch es dejar de lado las especificaciones técnicas del producto.
 - e. Verdadero
 - f. Falso
4. Si necesito financiamiento para mi negocio, los bancos son la única opción:
 - g. Verdadero
 - h. Falso
5. El Fideicomiso de Capital Emprendedor apoya a empresas con un modelo de negocio y un mercado con gran potencial de crecimiento.
 - i. Verdadero
 - j. Falso

Cómo presentar mi proyecto de negocio

Diseño instruccional

Mayo, 2019



Módulo I. '*Pitch*', la tarjeta de presentación de mi negocio



En este primer módulo revisaremos qué es un *pitch*, cómo beneficia a mi negocio y cómo realizarlo y ponerlo en práctica.

Bienvenida



Cómo Presentar mi Proyecto de Negocio



Bienvenida

¡Bienvenido! En este curso conoceremos la importancia de contar con herramientas para presentar tu proyecto de negocio frente a posibles fuentes de financiamiento. Además, te presentaremos algunas sugerencias de cómo elaborar tu presentación.

Comencemos el módulo revisando qué es un “*pitch*” y cuáles son sus elementos principales.

Introducción



Como emprendedores, somos personas con visión, ideas creativas y entusiasmo constante, que nos permite ver oportunidades de negocios donde otros no las ven. Sin embargo, a veces, por la falta de experiencia, algunos negocios no logran el éxito. En este sentido, debemos contar con herramientas que favorezcan el éxito de nuestro negocio. ¡Presta mucha atención!

Para tener éxito en nuestro negocio es necesario contar con un plan de negocios y conocer los datos básicos de nuestro proyecto, estudiar el mercado, precios, costos, rentabilidad, inversión necesaria y opciones de financiamiento.

En algunos casos, una buena idea de negocios se puede ver truncada por la mala presentación de nuestro proyecto. No basta con tener todo el conocimiento sobre el negocio, también hay que saber expresarlo y sobre todo, llamar la atención de posibles fuentes de financiamiento.



Objetivo

Sensibilizar a los participantes sobre la importancia de contar con herramientas para presentar su proyecto de negocio frente a posibles fuentes de financiamiento, así como aportar sugerencias para dicha presentación.



Importancia de presentar mi negocio



Conozcamos a David, quien como tú, tiene grandes ideas sobre cómo hacer crecer su negocio.

David ha comenzado un negocio de reparto de comida mediante una *app* móvil.



En sus primeros meses de operación, ha notado que su negocio tiene bastante demanda; sin embargo, recientemente no ha podido atender al 100% a sus clientes debido a la falta de personal e insumos de trabajo, por lo cual ha pensado en buscar fondos para el crecimiento de su negocio.



El problema de David, es que aunque su negocio es rentable y tiene grandes oportunidades en el mercado, no sabe cómo transmitir este mensaje a sus posible financiadores.

En los siguientes apartados, revisaremos cómo David realiza la presentación de su negocio. Esperamos que su experiencia te sea de utilidad.

La presentación de mi empresa, ¿qué es un *pitch*?



Ya sea que necesites o no un financiamiento para tu negocio, es indispensable contar con una presentación que cuente tu idea de negocio a otros en un momento específico.

A la presentación que cuenta nuestra idea de negocio, se le llama “**pitch**”, el cual se utiliza para exponer el proyecto a comités de incubadoras, en eventos de búsqueda de fondos o incluso para buscar socios o colaboradores.

Un *pitch* puede variar de acuerdo a su duración, por ejemplo un *pitch* de elevador, no debe ser mayor a cinco minutos, mientras que otros pueden alcanzar una duración de 20 a 30 minutos.

Pero, ¿cómo lograr explicar mi idea de negocio en cinco minutos?



Un *pitch* de elevator debe ser una historia simple donde platiques cómo mediante tus productos o servicios, puedes solucionar un problema de manera novedosa y rentable, al mismo tiempo que invitas a alguien a ser parte del éxito de esa historia.



Mi *pitch*, mi historia...



Contar una historia de tus productos o servicios puede parecer sencillo, sin embargo, muchos emprendedores aún no poseen las herramientas para contar apropiadamente su historia.

Podemos pasar horas hablando de algo que nos apasiona, en este caso nuestro negocio, el problema es resumirlo, tocar los puntos que realmente interesan a quien puede apoyarnos con un financiamiento para impulsar nuestro negocio.



La presentación de un *pitch*, debe ser suficiente por sí mismo, sin elementos de apoyo. Puedes preparar alguna presentación sencilla con imágenes llamativas y poco texto, sin embargo, el elemento clave siempre será tu historia.

En el caso de David...

¿Cuáles crees que son los elementos clave al hablar de su negocio?

Elementos principales de un *pitch*



Crear un “pitch” exitoso es una tarea que requiere dedicación, ya que no es un simple discurso; como emprendedores su principal uso es en presentaciones frente a inversionistas. Conozcamos cuáles son los elementos principales de un pitch

Si cuentas con una pequeña, mediana o gran empresa, contar con un buen *pitch*, puede potenciar tus posibilidades comerciales, sobre todo en servicios y productos donde la atención de los clientes es de tipo consultiva y es necesario darles el seguimiento adecuado para la solución de sus problemas.

De acuerdo al “*Power Pitch Method*”, para crear un *pitch* exitoso es necesario considerar tres elementos principales.

Revisemos en qué consiste cada uno.



Estándares del *pitch*

David ha decidido seguir el “*Power Pitch Method*”, pero primero tiene que saber cómo aplicarlo.

Comencemos mencionando que al crear un *pitch*, debemos contemplar tres elementos:



El contenido que se dirá.

A quién se dirá.

Cómo se dirá.

Para iniciar con el contenido, debemos basarnos en cuatro estándares.

1

Irrefutable

Es a prueba de objeciones y su poder reside en los argumentos. Debemos estar preparados para responder hasta las preguntas más difíciles.

2

Replicable

Significa que cualquier persona puede repetir tu *pitch*, aunque solo lo haya escuchado una vez.

3

Deseable

Debe generar ganas de tenerlo, en el caso de un cliente, o de ser parte de él, en el caso de un inversionista o socio.

Confiable

Es importante que al presentar el *pitch*, el expositor refleje honestidad, confianza y credibilidad.



Si tú también has decidido hacer el *pitch* de tu negocio, verifica que cumpla con estos cuatro estándares.

Bases del *pitch*

Estas bases deben guiar los elementos que se incluirán en el *pitch* y cómo se van a priorizar. Esta priorización debe contemplar:



Análisis del interlocutor o audiencia

+

Metas concretas y metas emocionales

+

Lugar y situación del *pitch*

+

Análisis del interlocutor o audiencia:

Es importante conocer a quién nos vamos a dirigir (nombre, cargo en la empresa, etc.), debemos saber quién es, su historia, metas y estilo de trabajo.

Metas concretas y metas emocionales:

Se debe tener claro cuáles son las metas al finalizar el *pitch*, tanto emocionales como cuantitativas. Esto va de la mano con la visión a futuro del negocio.

En el caso de David, una meta emocional es que su negocio sea considerado como la mejor app de entrega de comida, que al mencionar su nombre rápidamente se le identifique. Mientras que una cuantitativa se traduce en el número de usuarios que emplean su *app* para utilizar sus servicios, los ingresos y utilidades que genera.

Lugar y situación del *pitch*:

Debemos procurar un lugar, contexto y horario ideal; en caso contrario, es necesario buscar estrategias para que estos factores no influyan y perjudiquen tu *pitch*.



Estas bases deben guiar cada una de tus decisiones de forma y fondo. Simplificarán tus decisiones y resolverán las dudas.

Guion del *pitch*

La tercer y última parte de la elaboración de un *pitch* responde a cómo vamos a transmitir su contenido. Esta parte contiene seis elementos o escenas básicas, las cuales tienen el atributo de ser flexibles e intercambiables dependiendo de las circunstancias.





Dolor

Tu presentación debe iniciar contando cuál es el dolor o problema de mercado que estás atacando.

Al transmitir el dolor, haces que el oyente se ponga en los zapatos de quien lo sufre, ayudando a que se conecte con el resto de la historia.

Debes contar con los conocimientos necesarios para responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el problema?
- ¿A cuántas personas impacta?
- ¿Cómo las impacta?
- ¿Cuánto las impacta?
- ¿A quiénes impacta?



Analgésicos

Con analgésicos nos referimos a la competencia o sustitutos.

Deberás explicar cómo se trata el problema actualmente, resaltando el por qué la competencia no logra solucionarlo.

Un error que algunos emprendedores cometen es el decir que sus productos o servicios “NO tienen competidores”. Si bien, puede ser un producto innovador, es importante considerar que debe existir algo que actualmente ayude a quienes padecen el dolor.



Solución


Presenta cuál es tu solución, sin tecnicismos o adornos literarios. Considera que quienes escucharán tu presentación pueden NO ser expertos en el tema, por lo que esperan una explicación simple de qué hacer y cómo se beneficia el usuario de tu servicio o producto.

Puedes (te lo recomendamos) hacer uso de cifras que permitan entender la mejora de desempeño que entrega tu producto, lo cual permitirá marcar la diferencia entre los analgésicos que antes describiste y tu propuesta.



Estado actual

Es momento de contar que has hecho hasta el momento. Presenta los prototipos que hayas hecho, el aprendizaje que hayas logrado, los clientes que ya tienes, niveles de ventas, etc.



Equipo de trabajo

Debes hablar de tu equipo de trabajo, demostrar que tienes a las personas necesarias y capaces para lograr todo lo que quieres. A la hora de emprender un negocio, solo el equipo más capaz y preparado podrá sobreponerse a las caídas y cambios que se requieren para llegar al éxito.



Cierre

Este punto dependerá de tu audiencia. Tu tarea es saber qué quieres pedir y ser muy concreto en tus peticiones.

Cierra con una invitación concreta, pero dando dos alternativas. Si dejas las decisiones a la audiencia, pueden encontrar diferentes justificaciones para decir no. Sin embargo, si brindas dos opciones “sugiero tengamos una reunión el martes en la mañana o miércoles en la tarde”, obligas a tu audiencia a responder A o B.

Actividad



Hagamos un alto y repasemos lo aprendido, realizando la siguiente actividad. Lee atentamente las instrucciones. ¡Suerte!

A continuación realizarás una actividad, en la que debes identificar algunos elementos vistos en los temas anteriores. Arrastra cada concepto al elemento del “*Power Pitch Method*” que corresponda.

Debe ser irrefutable,
replicable, deseable y
confiable

Estándares

Bases

Guion

Opciones	Categorías
Debe ser irrefutable, replicable, deseable y confiable	Estándares
Considera el contenido a abordar en el <i>pitch</i>	
Se centran en a quién va dirigido el <i>pitch</i>	Bases
Contempla metas concretas y emocionales de nuestro negocio	
Sus elementos son flexibles e intercambiables dependiendo de las circunstancias	Guion
Está enfocado en el cómo se dice el contenido del <i>pitch</i>	

Cierre de módulo

Y tú, ¿ya cuentas con el *pitch* de tu negocio? ¿cuenta con todos los elementos que revisamos en el curso? ¿crees que lo puedas mejorar?

Te invitamos a realizar el ejercicio y mejorar la presentación de tu negocio, recuerda “el *pitch*, es la carta de presentación de tu negocio”

Ahora que ya sabes cómo elaborarlo, en el siguiente módulo revisaremos para qué nos sirve contar con un *pitch* bien elaborado.

Glosario

Pitch

El *pitch* es una presentación que se realiza para que un posible inversor, considere la opción de invertir en tu empresa o de hacer negocios juntos. Este soporte audiovisual, debe de ser lo más atractivo posible para captar la atención de tu interlocutor desde el primer segundo.

<https://www.lancetalent.com/blog/pitch-que-es-como-llevarlo-cabo/>

Power Pitch Method

Metodología que ayuda a empresarios y emprendedores a construir la narrativa de sus productos o servicios. Considera tres elementos principales: elementos, bases y guion.

<https://www.powerpitchmethod.com/>

Incubadora de empresas

Las incubadoras son excelentes herramientas para impulsar el nacimiento de empresas, pues proporcionan la asistencia necesaria para crecer. Estos centros se encargan de evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de un plan, proporcionar servicios de asesoría legal, desarrollar los planes de mercadotecnia y ventas e incluso, aportar un espacio físico, equipo, logística y acceso a financiamiento y capital semilla.

<https://www.entrepreneur.com/article/268323>

Plan de negocios

El plan de negocios es un documento escrito que incluye básicamente los objetivos de tu empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que requieres para financiar tu proyecto y soluciones para resolver problemas futuros (tanto internos como del entorno).

<https://www.entrepreneur.com/article/269219>

Módulo II. ¿Para qué me sirve contar el “*pitch*” de mi negocio?



En este módulo revisaremos cómo el *pitch* puede contribuir al crecimiento de tu negocio.

¡Repasemos un poco!



Pongamos en práctica lo que hemos aprendido. Revisemos el pitch de David y veamos si cuenta con todos los elementos del Power Pitch Method

Descarga y revisa el *pitch* de David, para saber si cuenta con todos los elementos del *Power Pitch Method*.



Pitch Delivery Food





MI PROYECTO DE
NEGOCIO
***“DELIVERY
FOODS”***





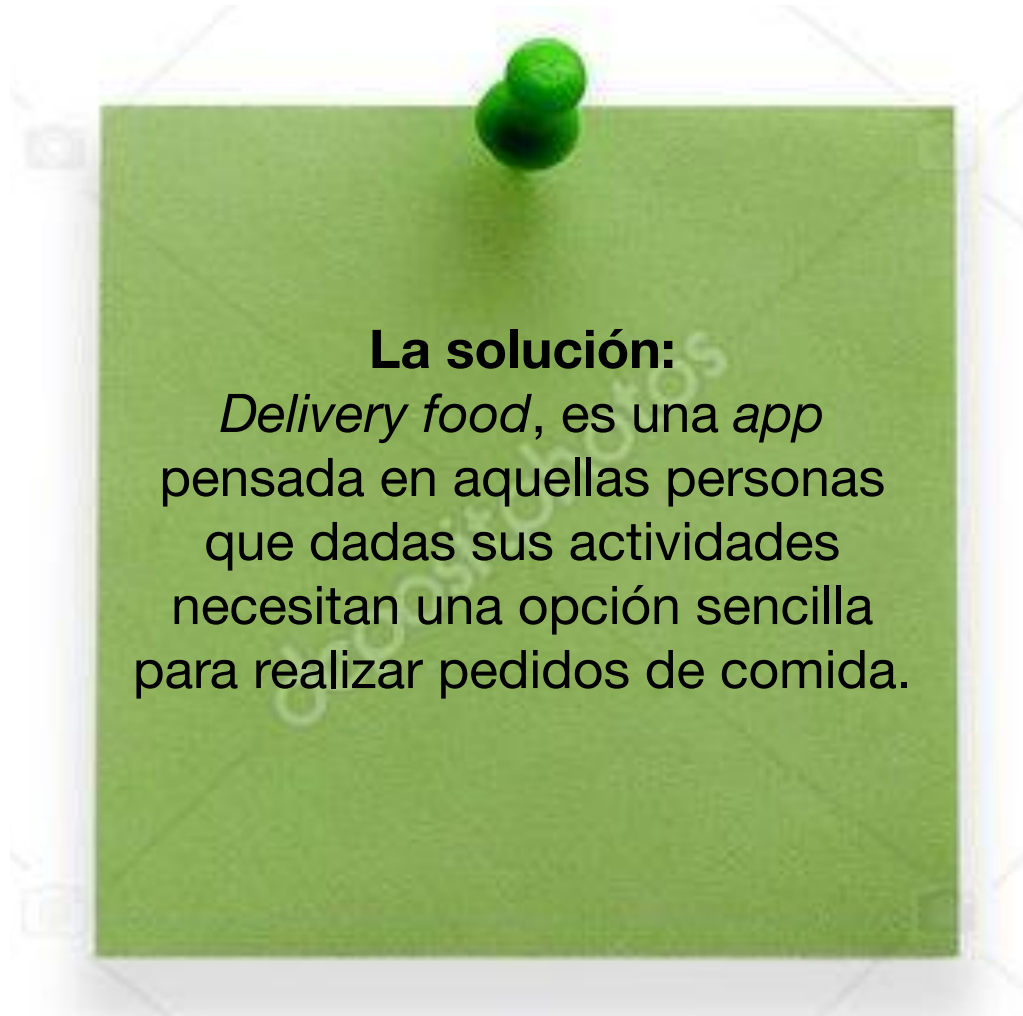
El dolor:

Cuántas veces no hemos estado trabajando y el tiempo no nos permite incluso salir a comer, vivimos en un mundo ajetreado que nos exige optimizar cada vez más nuestro tiempo.



Los analgésicos:

Delivery food cuenta con convenios en los restaurantes de mayor frecuencia...
Estamos en constante búsqueda de promociones..., pago ya sea asociando una tarjeta de crédito a la *app* o pago contra entrega.



La solución:

Delivery food, es una *app* pensada en aquellas personas que dadas sus actividades necesitan una opción sencilla para realizar pedidos de comida.



Estado actual:
Llevamos 8 meses en
el mercado y las opiniones
de nuestros clientes nos
califican dentro de las 50 *apps*
más descargadas
en los últimos tres meses.





Trabajo en equipo:

Queremos que ustedes
junto con nuestro equipo de
cerca de 100 repartidores
hagamos crecer a *Delivery
food*, creemos firmemente
que con su ayuda nuestro
crecimiento puede
duplicarse fácilmente...





El cierre:

Si me pudieran recibir el
jueves o viernes de la
siguiente semana,
me encantaría mostrarles
algunas proyecciones que
he realizado al respecto.



Principales errores al crear un *pitch*



Hemos mencionado cuáles son los elementos que debe contemplar un buen pitch. Pero, ¿qué elementos debo evitar? Revisémoslos juntos, pongamos atención.

Ya se han mencionado los elementos que debe contener un *pitch*, ahora revisaremos algunos de los principales errores que debemos evitar.



Decir mucho	+
Tecnicismos	+
Inversionista sin importancia	+
Incomodidad	+
Presentación multiuso	+

Decir mucho

Decir mucho y agregar poco valor

Conocer ampliamente tu negocio y el entorno donde este se mueve, es algo que todo emprendedor debe conocer. Sin embargo, a la hora de presentar tu proyecto ante un inversionista debes ser extremadamente cuidadoso con lo que dices y dejas de decir. Debes recordar que un *pitch*, es la manera en la que seducirás a tus posibles inversores. Así que hablar de más te puede costar el tan añorado financiamiento. Si en algún punto de tu exposición llega una pregunta, se breve y conciso, no pierdas el foco de la presentación total.

Tecnicismos

Tecnicismos que opacan resultados y personas

En el mundo del emprendimiento y los negocios en general, es necesario resaltar el VALOR que tu producto o servicio agrega a los clientes. Cuando te enfocas en la parte técnica del producto, te alejas del valor. Es importante considerar que estás “vendiendo” tu proyecto; la confianza del cliente se deposita en las personas que hacen promesas de calidad y de cumplimiento de metas, no en las especificaciones técnicas del producto.

Inversionista sin importancia

Un grave error es considerar a tu posible inversionista solo como un cheque.

Los inversionistas deben ser vistos como cómplices en el crecimiento del negocio, una relación que busca beneficios crecientes a largo plazo para ambos. Un *pitch* puede resultar en ventas pero no es su objetivo principal. Un buen *pitch* puede no generar ventas, pero generará un escucha que estará dispuesto a recibirte nuevamente, ya que si transmites interés de generar VALOR MUTUO, te conviertes en una oportunidad que se puede concretar a futuro.

Incomodidad

Incomodidad y pasarlo mal

El lenguaje corporal es clave durante tu presentación; tus gestos y movimientos transmiten de manera automática a tu audiencia cuando estás a gusto o cuando te sientes incómodo. Considera que si te va bien con tu proyecto estarás exponiendo tu negocio a diario, a distintas personas, en distintos idiomas. Es mejor empezar a disfrutarlo ahora.

Presentación multiuso

Una presentación para todo uso

Un mismo *pitch* debe tener diferentes versiones, dependiendo de la audiencia, lugar, y tiempo disponible. Tu *pitch* debe adaptarse a las circunstancias y no al revés.

Puntos clave que consideran los inversores



Ahora ya sabemos qué debemos evitar. Le preguntamos a diferentes inversionistas, cuáles son los principales puntos que consideran durante la exposición de proyectos y esto fue lo que nos dijeron.

Existen diversos aspectos a considerar antes y durante una presentación con inversores, entre estos podemos mencionar los siguientes.



*¡Recuerda!
Tu Pitch, es tu tarjeta de presentación.*

1

Conoce tu audiencia

No debemos usar un mismo *pitch* para todo. Investiga quién es tu audiencia, en qué tipo de empresas invierten los inversores, qué tienes que resaltar al hablar con el equipo, etc.

2

Practica

Como en todo, la práctica hace al maestro; así que practica tu presentación con todo lo que tengas a la mano. Practica hasta que conozcas de memoria tu presentación, te salga natural y te sientas perfectamente cómodo, incluso si fallan tus diapositivas; esto te ayudará a controlar los tiempos y reducir los nervios.

3

Muestra las posibles debilidades

Si crees que hay algo que por el tipo de producto o mercado pueda causar dudas a tu audiencia, debes mencionarlo lo antes posible, junto con las posibles soluciones.

4

Considera el tiempo

Recuerda que tienes menos de cinco minutos para cautivar a tu audiencia. Un inversor está acostumbrado a escuchar a mucha gente que cuenta lo mismo, así que sé diferente, esfuérzate en hacer una buena puesta en escena.

5

No es monologo

Considera que si cuentas con una hora, tu *pitch* no debe ser mayor a 20-30 minutos, el resto del tiempo lo debes dejar para preguntas y discusión.

6

Prepara tus respuestas

Durante tus prácticas, seguramente encontraras algunos momentos que pueden generar dudas o preguntas a tu audiencia. Prepara las respuestas a estas preguntas; recuerda, deben ser respuestas directas, simples y claras.

No mientas

Si no sabes algo, tus cifras de venta no son buenas o no has estudiado, sé honesto y di la verdad. Una mentira a un inversor no solo te puede descartar a sus ojos sino generar una etiqueta para ti y tus futuros proyectos que no podrás quitarte.

Prepara tu material

Hemos mencionado que tu *pitch*, debe bastar por sí solo. Sin embargo, siempre es indispensable contar con material de apoyo, en el cual puedas plasmar tus ideas principales.

Video: Ejemplo de *pitch*



Hagamos un alto y revisemos el siguiente video

Revisemos el siguiente video donde Alejandro García nos comparte el *pitch* de su negocio.



Ya tengo mi *pitch*, ¿ahora qué hago?



Te recomendamos elaborar tu primer pitch pensando en la unidad de negocio más importante de tu empresa. Del mismo modo, presenta tu pitch al cliente meta más importante, sin importar que ya tengas tiempo trabajando con ellos, quizás encuentres elementos que no habías considerado.

Además de crear su *pitch*, David se dio a la tarea de investigar cuáles eran sus opciones en cuestión de financiamiento, algunas de las cuales se muestran a continuación.

Presiona cada botón para conocerlas.



FFF	+
Fondos Gubernamentales	+
Capital semilla	+
Inversionistas ángeles	+
Capital riesgo	+
Financiamiento bancario	+

FFF

Friends, Family and Fools, se refiere a una de las primeras fuentes de financiamiento; se da cuando un emprendedor inicia su negocio gracias a la ayuda de su familia y amigos.

Fondos Gubernamentales

Estos fondos se utilizan para el desarrollo de negocios ya establecidos, para crear prototipos que ayuden a comercializar el producto o servicio en el mercado. Las principales fuentes son los fondos de NAFIN y CONACYT.

Capital semilla

Es un crédito que entrega la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves durante el inicio y la puesta en marcha del proyecto. Se entrega cuando la empresa está constituida y tiene algún producto importante, pero se requiere dinero para operar o para capital de trabajo.

Inversionistas ángeles

Los inversionistas ángeles generalmente son independientes, y su apoyo está más encaminado a empresas que ya están funcionando y son atractivas para dichos inversores.

Capital riesgo

En este tipo de financiamientos, las aportaciones a la empresa son recursos de terceros para optimizar sus oportunidades de negocios y aumentar su valor, se utiliza cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo. De esta forma se dan soluciones a los proyectos de negocio, se comparte el riesgo y los rendimientos.

Financiamiento bancario

Las empresas pueden acudir al financiamiento bancario con el fin de tener flujo en la operación diaria del negocio. Además de la banca comercial, existen Sofomes que pueden ayudarte, así como empresas dedicadas al factoraje financiero. Lo importante es comparar los productos y apostar por aquel que se adecue mejor a tus necesidades personales, ya que el crédito debe ser un traje a la medida.

Fideicomiso de Capital Emprendedor



El Fideicomiso de Capital Emprendedor cuenta con más de 55 fondos de inversión; los cuales invierten entre 500 mil y hasta 30 MDP, en diversos sectores como: tecnologías de la información, transporte, salud, educación, agroindustria, e-Commerce, entre otros.

Tiene participación en los fondos hasta por el 49% y participa en los comités de inversión con voz sin voto; adicionalmente vincula a los emprendedores con potencial de acuerdo con la tesis y ticket de inversión de cada fondo.

Estos fondos, buscan empresas con un modelo de negocio y un mercado con gran potencial de crecimiento y escalamiento en mercados nacionales e internacionales, que se puedan replicar o exportar a otros estados o países. Buscan empresas que presenten variables innovadoras que ayuden a tener un crecimiento acelerado, con potencial de convertirse en líderes de su mercado y que sean liderados por emprendedores capaces que puedan materializar visiones de alto impacto.

El fondo buscará en un plazo de máximo 10 años la opción de salida en sus inversiones, a través de las siguientes opciones:

- Venta a un comprador estratégico
- Venta a un fondo de mayor tamaño
- Venta a personas con capital disponible
- Colocación en bolsa



Para tener más información sobre las características del programa, ingresa a:

https://www.nafin.com/portalfn/content/banca-de-inversion/capital/capital_emprendedor.html

Videos: Recomendaciones de un experto

A continuación, te presentamos algunos casos de éxito de emprendedores que han hecho crecer su negocio a través del Fideicomiso de Capital Emprendedor.

Comencemos con el caso de Alfredo Segura, *Country manager* de *Cornershop* México.



Ahora conozcamos a Luis Gómez, fundador de *Solex Vintel*.



En resumen



Antes de terminar, repasemos los principales puntos vistos en el curso

Algunos de los puntos más relevantes vistos en el cursos son:

- El *pitch* de una empresa es su carta de presentación.
- Un *pitch*, es contar una historia sobre tu negocio, es la forma de seducir a los posibles socios y/o clientes.
- Los elementos clave a considerar durante la creación de tu *pitch* son el contenido que se dirá, a quién se dirá y cómo se dirá.
- El “*Power Pitch Method*” contempla como elementos base, los estándares, bases y guion del *pitch*.
- Al armar el guion de tu *pitch* debes considerar, el dolor, los analgésicos, la solución, el estado actual, el equipo de trabajo y el cierre.
- Entre los principales errores al crear tu *pitch* están, decir mucho sin agregar valor, utilizar tecnicismos, mentir sobre las condiciones del negocio, y usar un solo *pitch* para diferentes audiencias.
- El Fideicomiso de Capital Emprendedor, es una de las opciones a las que puedes acudir para presentar tu *pitch* y obtener un financiamiento.

Cierre de módulo

¿Qué te pareció el curso? Esperamos que cuentes con los elementos necesarios para elaborar tu propia presentación o mejorar la que ya tienes y aprovecharla para hacer crecer tu negocio.

No olvides compartir tu experiencia con la comunidad. ¡Nos vemos en el siguiente curso!

Glosario

Inversionista

Un inversionista es cualquier persona que usa su dinero para conseguir acciones que se pueden negociar dentro del gran mercado de finanzas.

<https://financiamiento.org.mx/que-es-un-inversionista/>

Fideicomiso

El término alude a un contrato mediante el cual un individuo (el fiduciante o fideicomitente) encomienda dinero o bienes de su propiedad a otra persona jurídica o física (el fiduciario) para que los administre en beneficio de un tercero (el beneficiario) y, luego del cumplimiento de una condición o de un plazo, los transmita nuevamente al fiduciante, al beneficiario o a otro sujeto.

<https://definicion.de/fideicomiso/>

Contáctanos

Conoce nuestras comunidades



¿CÓMO CONTACTARNOS?

01800 (NAFINSA) 623 4672
capacitacion@nafin.gob.mx



Cómo presentar mi proyecto de negocio

Evaluación final

Mayo, 2019



Evaluación final *pitch*

1. ¿Cuál es el tiempo ideal de un *pitch de elevador*?

- Menos de cinco minutos
- De 15 a 30 minutos
- Una hora

2. Un *pitch* es una historia donde compartes cómo tus productos o servicios pueden solucionar un problema.

- Verdadero
- Falso

3. De acuerdo al “*Power Pitch Method*”, estos son los elementos para crear un *pitch* exitoso:

- Estándares, análisis de audiencias y conocimiento del negocio.
- Estándares, bases y guion
- Debe ser irrefutable, replicable, deseable y confiable.

4. De acuerdo a los estándares de un buen *pitch*, el contenido debe ser:

- Creado a partir del análisis de la audiencia, metas del empresario y lugar donde se presentará.
- Irrefutable, replicable, deseable y confiable.
- Guiado de principio a fin por especialistas en el tema.

5. Las bases de un buen *pitch* contemplan:

- Análisis del interlocutor o audiencia
- Metas concretas y emocionales
- Lugar y situación donde se realizará el *pitch*
- Todas las anteriores

6. De acuerdo a lo revisado en el curso relaciona los elementos del guion de un buen *pitch* con su definición correspondiente.

El Dolor	Se refiere al problema que resuelve tu producto o servicio.
Los Analgésicos	Es la competencia.
La Solución	Cómo se beneficia el usuario de tu servicio o producto.
Estado Actual	Qué has hecho hasta el momento.
Equipo de trabajo	Debes demostrar que tienes a las personas necesarias y capaces para lograr todo lo que quieres.
Cierre	Es el punto final y depende de tu audiencia.

7. Identifica algunos de los principales errores al crear un pitch.

- Resaltar el valor que el producto o servicio agrega a los clientes, contestar las preguntas de manera breve y concisa, mostrar seguridad y un lenguaje corporal relajado.
- Diseñar una presentación multiusos, mostrarse relajado, ser honesto sobre las posibles debilidades del negocio.
- Decir mucho sin agregar valor, utilizar tecnicismos, mentir sobre las condiciones del negocio, y usar un solo pitch para diferentes audiencias.

8. El material de apoyo para la presentación de tu pitch debe contener:

- a. Imágenes llamativas y poco texto.
- b. Desglose detallado del proyecto y proyecciones de ventas.
- c. Ninguna de las anteriores.

9. La banca comercial es la principal fuente de financiamiento de proyectos emprendedores.

- d. Verdadero
- e. Falso

10. ¿A qué empresas apoya el Fideicomiso de Capital Emprendedor?

- f. Empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores.
- g. Empresas innovadoras con gran potencial de crecimiento y escalamiento nacional e internacional.
- h. Empresas enfocadas el desarrollo de tecnologías sostenibles.