



LESSON CONTENT TEMPLATE



Erasmus+

Proyecto financiado por: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

1. Documento de aprendizaje

Tema 2 Lección 4: Estructura del pitch o del discurso de proyecto

Presentación del plan de negocios

Introducción

Una solución a un problema puede ser brillante pero no durará mucho si no está respaldada por un plan de negocios sólido. Esta parte del pitch trata de proporcionar evidencia de la viabilidad de la solución, respaldada por un análisis de mercado sólido.

Una vez completada y aprobada esta lección, los alumnos podrán:

1. Contextualizar su proyecto en un mercado empresarial
2. Seleccionar los indicadores clave de rendimiento relevantes
3. Presentar los resultados esperados desde una perspectiva empresarial

En esta lección aprenderemos cómo justificar la viabilidad de nuestro proyecto en un mercado empresarial, mostrando su valor y potencial para alcanzar el éxito.

Esto se basará en un análisis de mercado e indicadores de desempeño que mostrarán cómo nuestro proyecto responde a una oportunidad comercial descubierta.

1. Presentación del mercado

Esta parte no se trata de entrar en una presentación completa y profunda del estudio de mercado o plan de negocios. Aquí asumimos que ya está hecho este trabajo (y te recomendamos que pases por cursos de negocios anteriores de O-CITY para revisar tu modelo de negocio). Siempre, un pitch de ascensor se trata de ir al grano. Dependiendo del formato del pitch, contarás con aproximadamente 1 minuto para presentar el plan de negocio, por lo que debes centrarte solo en los elementos esenciales. Sin embargo, es importante demostrar al menos que se realizó un estudio de mercado y que estás al tanto del tamaño del mercado, con expectativas honestas sobre la participación de mercado que podrías alcanzar.

Para una breve introducción al tamaño del mercado, puedes utilizar un modelo TAM –SAM –SOM, por ejemplo, basado en este tipo de plantilla:



Otro factor importante sería hablar del crecimiento anual de este mercado, mostrando si es un mercado emergente o uno maduro. Si opta por la presentación de un análisis DOFA, debe mantenerse muy simple, con no más de uno o dos elementos clave en cada una de las categorías. No niegues debilidades y amenazas, pero como el objetivo es vender la idea de tu proyecto, insiste en las fortalezas y oportunidades.

2. KPI

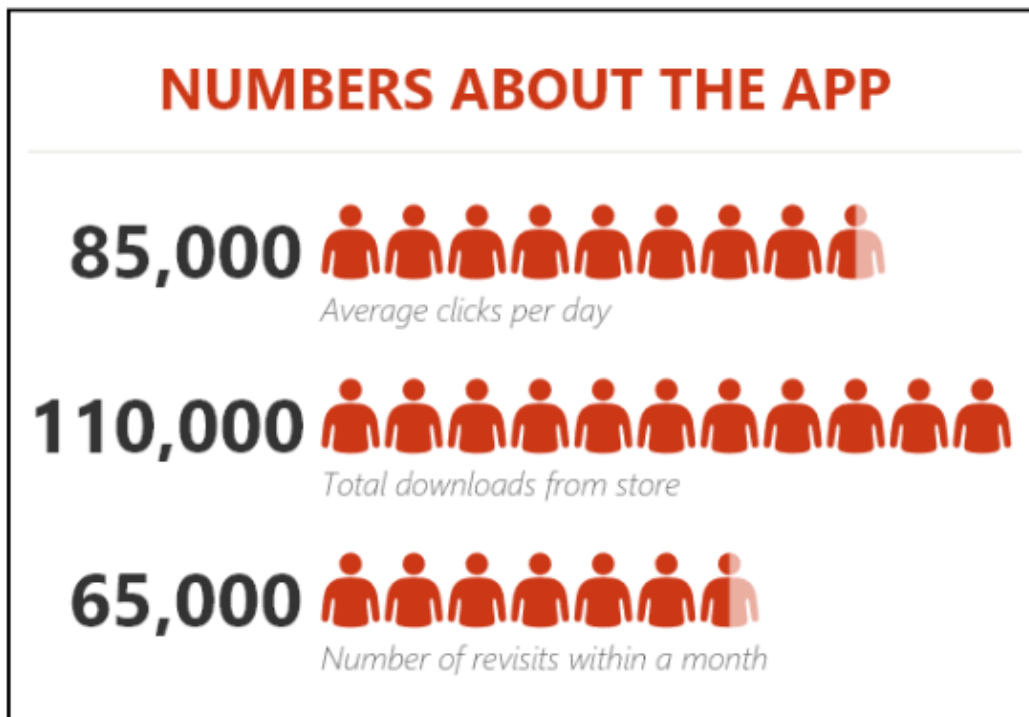
KPI (Key performance indicators) significa indicadores claves de rendimiento. Pueden referirse a indicadores financieros y nivel de ventas o también puede referirse a clientes, personas dentro de la organización y RRHH, impacto social y ambiental, etc. A continuación se muestran algunos ejemplos:

- Crecimiento en Ingresos
- Margen de utilidad
- Costo de bienes vendidos
- Flujo de caja
- Rotación
- Número de clientes
- Costo de adquisición de clientes
- Valor de vida del cliente
- Satisfacción del cliente
- Calidad de los productos (% de defectos)

El uso de métricas e indicadores viene a presentar cifras que respaldan el aspecto empresarial de la idea, con elementos concretos y cifras que reafirmarán la idea de viabilidad económica de tu proyecto. Proporcionarán información valiosa sobre los logros hasta la fecha y expectativas realistas para el futuro. Además, para que alcancen el impacto esperado, debes preocuparte por el KPI que elijas mostrar. Deben ser relevantes para el proyecto y agregar valor real. Para ser valiosos, esos KPI deben ser:

- Disponibles y medibles (para que puedan ser analizados).
- Periódicos, por lo que permiten la comparación.
- Relevantes y asociados a resultados concretos.

Mostrar el número de pedidos anticipados que ha recibido para el desarrollo de un producto es prometedor. Mostrar la cantidad de me gusta que tiene en las redes sociales es bueno para la vanidad, pero no es significativo en términos de rendimiento comercial. Cuando se habla de números, debes pensar en diferentes formas de presentarlos de una manera visual, por ejemplo, utilizando figuras de personas:



Obtenido de <https://excelchamps.com/blog/people-graph/> en diciembre 2 de 2020

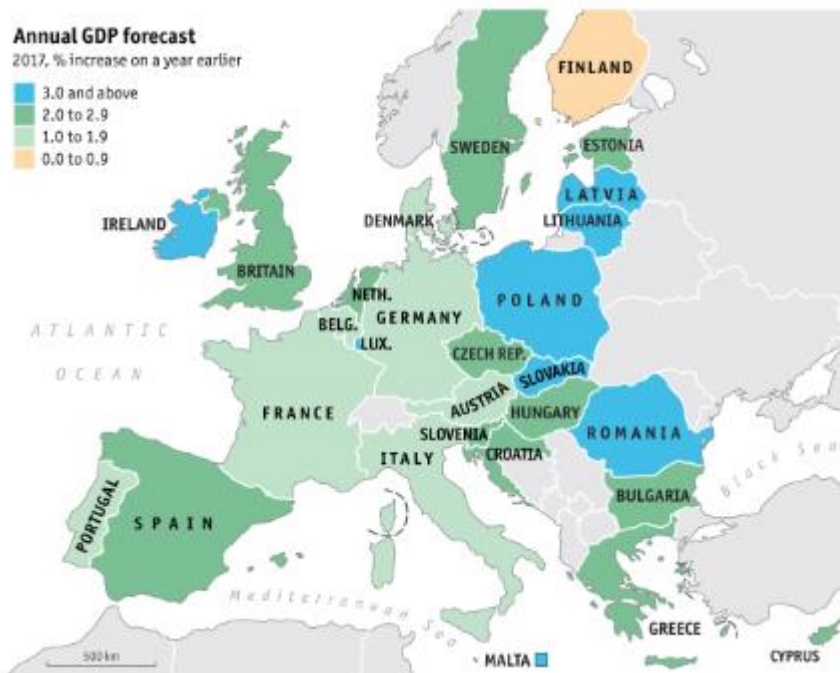
O insertando gráficos de burbujas:

Risk Assessment for Q1 Opportunities



Obtenido de <https://www.lucidchart.com/blog/how-to-make-a-bubble-chart-in-excel> en diciembre 2 de 2020

O mapas:



Obtenido de https://www.economist.com/blogs/dailychart/2010/12/europes_economies en diciembre 2 de 2020

Recuerde, siempre utilizar herramientas visuales.

3. Inversores / socios comerciales actuales

Si ya tienes inversionistas, o si ya cuentas con socios comerciales poderosos, y especialmente si son conocidos, no dudes en mencionarlos para agregar crédito al proyecto.

4. Modelo de negocio

Si el modelo de negocio presenta alguna particularidad, en cuanto a la forma de desarrollar un producto, su implicación social o canales de distribución específicos, por ejemplo online, también puedes presentarlos como parte del plan de negocio. Si está inmerso en un proceso de economía circular, presenta también esta particularidad como un activo.

5. Nivel de preparación tecnológica -TRL

Si el proyecto implica el desarrollo de nuevas tecnologías, o innovación tecnológica, puede ser interesante mencionar su nivel de desarrollo, utilizando la siguiente escala, que normalmente se utiliza como referencia en Europa en este campo:



Esto también puede ayudar para hacer una transición a las necesidades e ir más allá en el desarrollo tecnológico de la idea, si es necesario.

Como consejo general, para la presentación de un plan de negocio, una buena idea sería, previo al pitch, realizar una breve investigación sobre los campos de interés de la audiencia. Por ejemplo, si se trata de inversores, debes saber cuál es su

percepción hacia la ecología, la participación social, etc. Luego, puedes resaltar esos aspectos del proyecto durante la presentación, llegarás a ellos más fácilmente y atraerás su atención.

Conclusión

Esta parte del discurso es probablemente la más difícil de manejar, ya que tiene un contenido más técnico y debes asegurarte de no perder la atención de la audiencia en el camino. El desafío es mantenerlo simple, pero proporcionando pruebas sólidas del valor y la viabilidad del proyecto en un mercado empresarial y en los aspectos económicos. Para ello, debes confiar en un sólido plan de negocios previamente establecido, del cual recogerás los elementos clave que deben introducirse. Para obtener más información sobre la creación de modelos de negocio o probar ideas de negocio, puedes consultar nuestros cursos III.1 y III.5, respectivamente.