

Elija un tipo de letra

- PORTADA NACIONAL DECISION 2014 ECONOMIA/EMPRESA MUNDO AGRO DEPORTES ESPECTACULOS ESTILO TECNOLOGIA SALUD OPINION VIDEOS INTERACTIVOS ESPECIALES SEISGRADOS REMATES PUBLICACIONES JUST IN 5 BLOGS OAPPS AÑadir un tag...

Feedback

SIGNO DEL MES Sagitario

Elija un tipo de letra El Sol incesante a su signo... El Sol incesante a su signo... El Sol incesante a su signo...

+AMPLIAR

SERVICIOS

VERSIONES MÓVILES

CARTAS DE LECTORES

EL TIEMPO

FÚTBOL

RESTAURANTES

HORÓSCOPO

SÍGANOS EN:



Nuestros canales en Twitter



Suscríbete a nuestro RSS

Elija un tipo de letra

ECONOMÍA/EMPRESAS - ELEVATOR PITCH

El desafío de “vender” el negocio en menos de un minuto

Los emprendedores se entrenan para contar su idea de negocio a un inversor en menos de un minuto. Hay que ser claro y conciso, y no olvidar que el objetivo es lograr un segundo encuentro

+ Agustina Notaro - 23.11.2014, 05:00 hs Texto: -A / A+



Elevator pitch. Tienes 20 segundos - EduCaixa

Cuando recién se está empezando un negocio o se está creando la solución a algún problema y se necesita apoyo económico, conseguir una tarjeta personal, un número de teléfono directo o simplemente un correo electrónico de un inversor es realmente importante y puede llegar a convertirse en una odisea.

La técnica del elevator pitch tiene como objetivo principal que el emprendedor logre contar breve y claramente la idea para así, conseguir una segunda reunión y poder desarrollar su plan de negocios. Esta forma de discurso o de exposición oral se basa en la teoría de que cuando uno se dirige a una persona, ésta solamente presta atención en el primer minuto y lo mismo sucede si un emprendedor está frente a un inversor, por lo que se tiene que ser claro y conciso y solamente procurar crear expectativa en el otro.

Su nombre se debe a que algo menos de un minuto es lo que tarda un ascensor en llegar de origen a destino y se supone que en ese tiempo, si un starter se encuentra con un inversor, debe ser capaz de explicar su negocio y obtener otra reunión.

Tips esenciales

Según el director del Centro de Innovación y Emprendimientos de la Universidad ORT (CIE), Enrique Topolansky, la persona que realiza el elevator pitch debe ser capaz de enamorar a su audiencia sin importar frente a quien se encuentre.

Debe tener cuatro elementos presentes y saber expresarlos correctamente: el problema que quiere solucionar con su idea, la propuesta de valor del proyecto, el plan de negocios y saber cómo lo llevará a cabo. En tanto, la directora del Centro de Emprendimientos Deloitte de la IEEM de la UM, Isabelle Chaquiriand, indicó que lo principal es no caer en el error de querer transmitir todo en esos segundos y lo esencial es más que nada insinuar para que se abra la puerta esperada de la segunda entrevista.

Según el docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Udelar y parte del equipo de Emprenur, Enrique Estrago, cuando se dirige a hacer un elevator pitch el emprendedor debe tener claras tres cosas: es su única oportunidad para causar una buena primera impresión (si lo vuelve a ver en cualquier circunstancia, ya no será la primera impresión); al inversor le importa el negocio por lo que no es necesario dar mucho detalle del producto y, por último, los inversores muchas veces invierten en el emprendedor o en el equipo, en la energía que este transmitió en ese primer cruce; por eso es importante que lo realice convencido, apasionado y seguro de que su idea es la mejor solución. Para la directora del Centro de Emprendimiento Nexo de la Universidad Católica del Uruguay, Catherine Krauss, la clave está en estar preparado y tener el elevator pitch practicado y pronto porque no se sabe cuándo ni dónde se encontrará con un inversor. Los representantes de los diversos centros educativos coinciden en que lo principal es ser claros, concisos, conocer el negocio propio y buscar llegar a la meta de un segundo encuentro, en el que allí sí, se desarrollarán todas las ideas.

La preparación

Si bien un minuto puede ser muy poco tiempo y tiende a pensarse que la capacidad de improvisación salvará la situación, la realidad marca que el elevator pitch debe prepararse con anticipación. Chaquiriand (IEEM) plantea que es muy difícil transmitir la idea de negocio en tan poco tiempo y de primera, por eso en general es lo último que se hace: primero se confecciona el plan de negocios, después el resumen ejecutivo y por último el elevator pitch, que sería el resumen ejecutivo del resumen ejecutivo.

A diferencia de sus colegas, Estrago (Emprenur) recomienda confeccionar varios elevator pitch de diferentes tiempos de duración. Para el integrante de Emprenur, en cada uno la información que se hará llegar al inversor será incremental: en el de un minuto estará la primordial relativa al problema que se detectó y la solución (propuesta de valor del proyecto); si dura tres minutos además del problema, la solución y las ventajas competitivas se hablará sobre el mercado en que se está moviendo, se explicará cómo se va a hacer dinero y cómo está conformado el equipo (en caso de que sea un emprendedor que trabaja solo, contar sobre sus expectativas); en uno más largo de siete minutos se agregarán datos sobre la competencia porque no es lo mismo competir con una multinacional que con otros pequeños emprendimientos.

Además, si la empresa tiene historia se deben incluir los hitos por los que pasó, ya que le otorga más garantías al inversor de que es un negocio que ya fue testeado de antemano.

Si bien el elevator pitch está basado en emular una charla en un ascensor, en el caso de los que tienen una duración mayor al minuto, como los que explica Estrago, es porque toman al elevator pitch como una modalidad de discurso que puede darse en cualquier tipo de encuentro no planeado como fiestas, casamientos, en la calle o en algún congreso.

Krauss (Nexo) afirma que la preparación es fundamental pero luego de tenerlo armado se debe practicar constantemente porque siempre hay cosas a corregir como los tiempos, cosas que faltan o que sobran, etc.

Para Topolansky (CIE), el elevator pitch logra salir bien a partir de un entrenamiento sistemático y deliberado, aprendiendo de cada prueba, entrenándose en lo que haga falta. El director del CIE considera que es mucho más que un ensayo y error porque además de reconocer el error, antes de volver a intentarlo se debe aprender de él.

Efectividad

Según Chaquiriand (IEEM) el elevator pitch se utiliza de dos maneras: como una práctica en actividades del ecosistema emprendedor (cursos, talleres) –en lo cual es muy eficaz y eficiente– y, por otro lado, en el “mundo real” para conseguir un inversor o “enganchar” a alguien en un negocio. Chaquiriand agregó que para eso es importante tener en práctica ese ejercicio porque nunca se sabe cuanto tiempo se tendrá con la otra persona para lograr un encuentro formal.

Por su lado, e Topolansky (CIE) afirma que a la hora de concretarse un negocio pueden suceder varias cosas: el pitch puede ser muy bueno y el tema no interesar, o puede ser que se tenga una idea tan buena que satisfaga una necesidad tan real que aunque el elevator pitch no sea bueno, puede ser exitoso igual. Krauss (Nexo, de la Universidad Católica) reconoce que el elevator pitch se considera efectivo si se logra esa segundo encuentro. Si el negocio sale o no, se verá luego.

Cómo se enseña a venderse en el elevator pitch

En el CIE el elevator pitch se enseña practicando. Se entrena a los alumnos durante un período de tiempo: primero se intenta que se tengan claro los puntos que van a presentar, realizan luego una primera presentación y se filma para ver tanto las actitudes, poses, tics, energía, etc y paulatinamente se procura ir mejorando.

En Emprenur se dicta un taller donde se dan conceptos teóricos con ejemplos reales y se tienen dinámicas en que los emprendedores van elaborando su elevator pitch y se lo van mostrando a sus compañeros. La situación de Nexo es distinta porque Empredurismo forma parte de la currícula de varias carreras por lo que se enseña dependiendo el área, pero siempre se hace foco en la práctica y en la constancia de filmarse para verse.

En la IEEM diariamente y al azar algunos alumnos pasan a presentar su elevator pitch y así se practica todo el tiempo, viendo errores propios y ajenos. Si se aprenden de memoria el elevator pitch se percibe y la filmación colabora para verse desde un lado que no se ve uno nunca.

Premios Emprendo 2014. Premios Emprendo 2014. En el día de mañana se conocerán los finalistas de los premios Emprendo 2014 de El Observador que reconoce a los emprendimientos locales más exitosos del año. En esta oportunidad, los videos de presentación de cada finalista consiste en un elevator pitch, que podrán verse desde este lunes 24 de noviembre en www.observador.com.uy, donde además los lectores podrán votar por su emprendimiento favorito.

Resultados relacionados by Kalooga



Policia desatujará a 140 personas del edificio de 18 de Julio y Andes. "Falta muchísima educación financiera en Uruguay". Firma chilena llega interesada en la maderera Urupanel

Twitter 0 Recomendar 2 8+1 0

NOTA RECOMENDADA Una nueva forma de viajar: liviana, aventurera y original IR AL ARTÍCULO