

Pitch de Negocios

Modeladora: Estefanía Opazo Ulloa



CIMITH[®]
COMUNIDAD INTERNACIONAL DE MEDICINA INTEGRATIVA
Y TERAPIAS HOLÍSTICAS



Agenda de la sesión

En la sesión de hoy, abordaremos los siguientes temas:

1. Comunicación efectiva.
2. Contar historias con propósito.
3. Storytelling.
4. Elevator pitch.

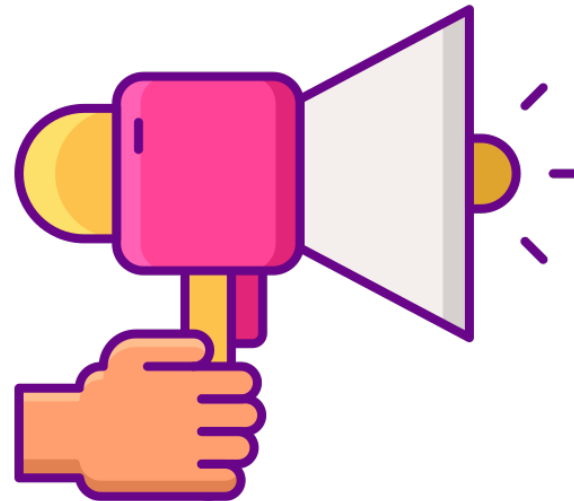
1. Comunicación Efectiva



Habilidades de comunicación efectiva

Para comenzar con la sesión de hoy, me gustaría invitar a tres voluntarias que puedan demostrar sus habilidades de comunicación efectiva, realizando una breve presentación de sus negocio de no mas de 90 segundos.

The 
Pitch





...Antes de comenzar

Fijaremos reglas simples para esta primera actividad:

1. Vas a tomar 3 respiraciones profundas antes de comenzar, para relajar tu mente y cuerpo.
2. Considera que estas en un entorno seguro, por lo que puedes hablar de forma tranquila sobre tu negocio.
3. Una vez finalizado tu relato, tus compañeras te hablaran por tu nombre y realizaran comentarios sobre tu presentación.
4. Escucharas las recomendaciones u observaciones que entregarán tus compañeras, sobre lo que cada una sintió con tu relato y la forma en la cual lo hiciste.
5. Tu solo escucharas y aceptarás cada comentario, sin responder o explicar nada. Además pensarás en lo que cada una te diga y tomaras las observaciones como oportunidad de mejorar.
6. Cada vez que una compañera termine de hablar sobre tu relato, la miraras, dirás su nombre y le darás las ¡gracias por sus palabras!

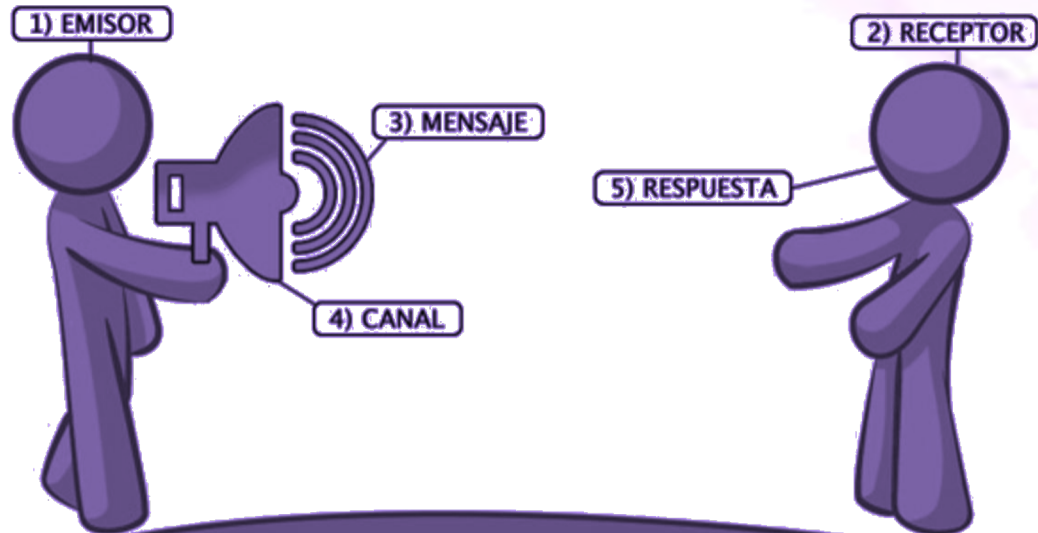


acción



Comunicación Efectiva

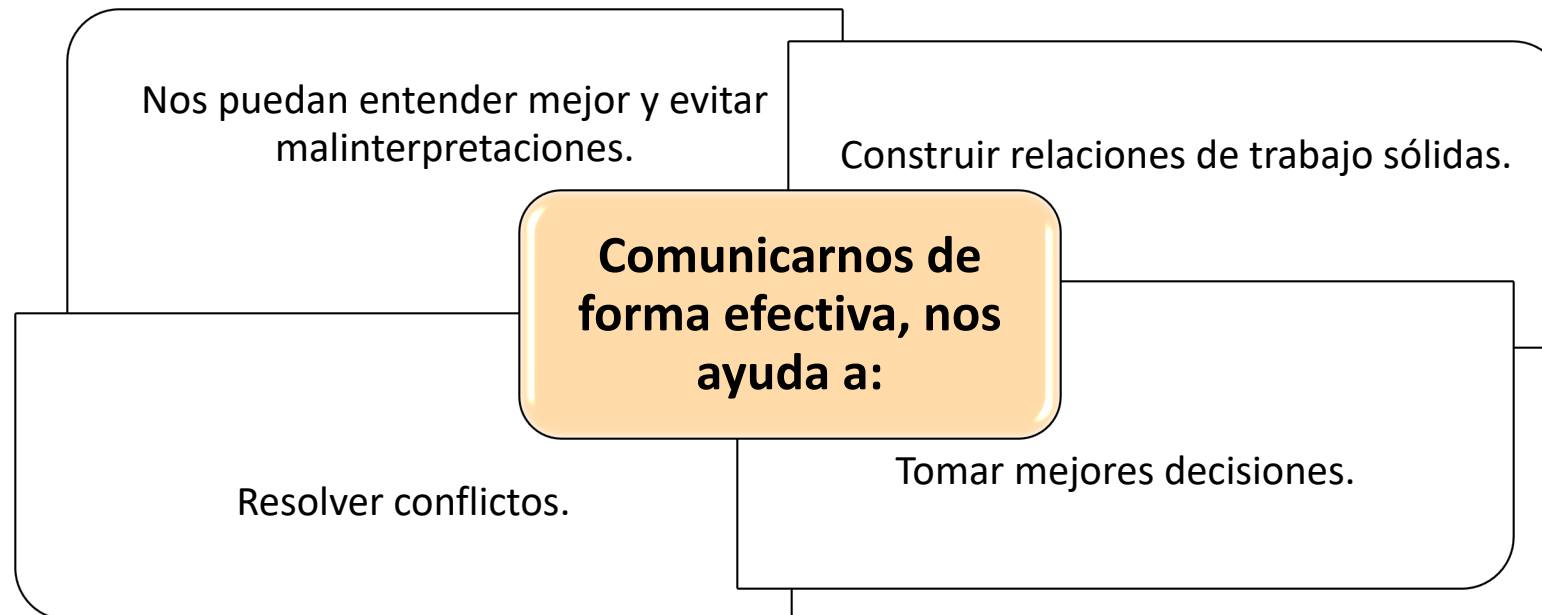
La comunicación efectiva se caracteriza por **transmitir un mensaje** que permita que se cumplan los objetivos esperados por el **emisor hacia el receptor**. Para que así sea, el **mensaje debe ser claro para ambos interlocutores** con el objetivo de que **no surjan diferentes interpretaciones**.



La comunicación efectiva es el proceso de compartir **ideas, pensamientos, conocimientos e información** de la forma más comprensible para el receptor del mensaje. Algunas de sus características son la **claridad, la empatía y la escucha activa**.

La importancia de la comunicación efectiva

La comunicación efectiva es una de las habilidades más importantes que nos puede ayudar en distintas dimensiones de la vida.



Beneficios de la comunicación efectiva en los negocios

Reputación mejorada

Toma de decisiones mejorada

Mayor satisfacción laboral

Moral mejorada



Productividad mejorada

Trabajo en equipo mejorado

Servicio al cliente mejorado

Aumento de las ventas

Conflicto reducido

**Puedes saber a dónde
vas, estar preparada
y convencida pero si
no sabes comunicar lo
anterior no servirá de
nada**



**¡De nada sirve una buena
idea que nadie entiende!**

2. Contar historias con propósito





¿Qué significa tener un proposito

Según la RAE, propósito significa “Objetivo que se pretende conseguir.”

Este término indica la finalidad, la meta de una acción o de un objeto. Por ejemplo: “El propósito de mi negocio es generar bienestar físico, mental y espiritual a todas las personas que son atendidas mediante mis terapias”.



...Recordemos que en la primera sesión de este ciclo de charlas, hablamos de....

Visión de futuro con propósito



Propósito

Flexibilidad

Conoce el mercado

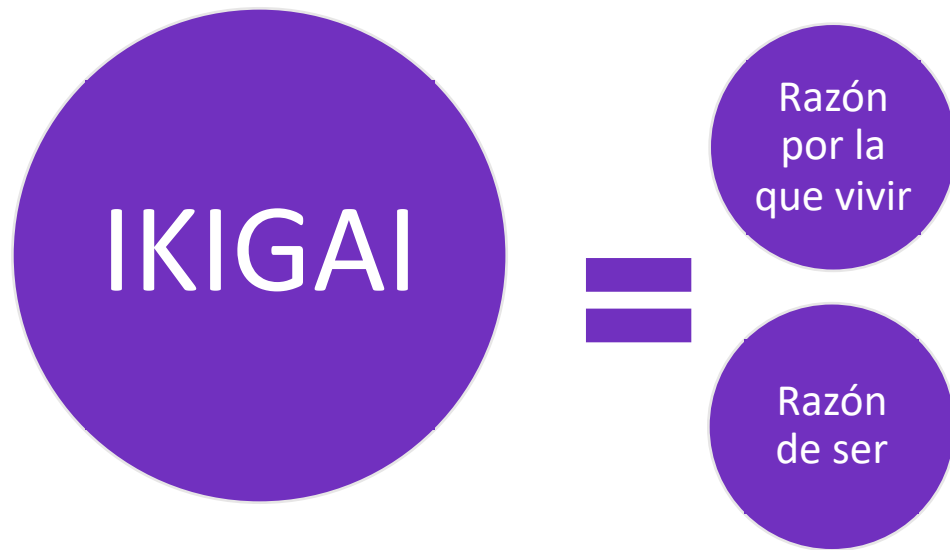
Analiza tendencias

Crea un plan de acción

Busca expertos



Mapa IKIGAI



¿Y cual es tu IKIGAI?



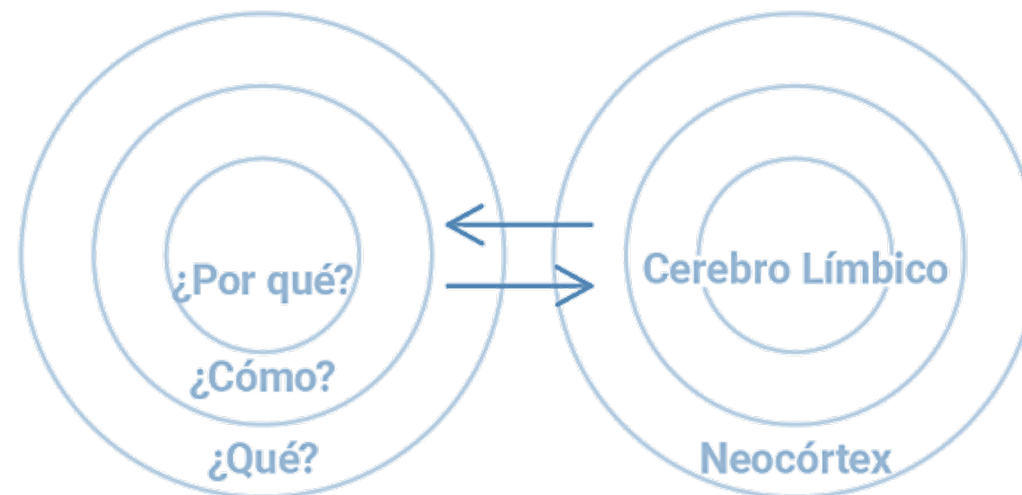
...Sin embargo, hay otra herramienta que nos ayudara a plantear nuestro propósito de forma elocuente....

Círculo de Oro

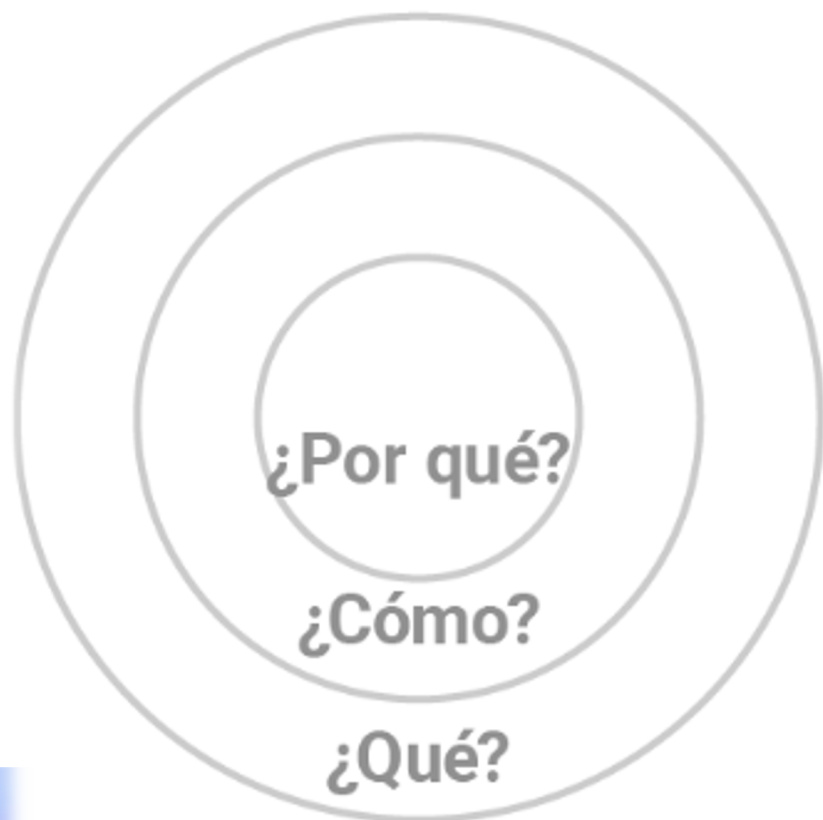
El círculo de oro es un modelo creado por Simon Sinek y sirve para definir la manera en la que una empresa se va a comunicar.

El autor expresa que para vender tenemos que hacer mensajes desde adentro del círculo dorado hacia afuera. Porque le hablaremos a la parte del cerebro que tomara la decisión (límbico) y después esta decisión será validada a través de la parte racional (neocórtex).

Es decir, debemos construir nuestros mensajes y marcas desde el ¿Por qué? Después al ¿Cómo? Y por último al ¿qué?



El Círculo Dorado



Módulo creado por Simon Sinek

El ¿Por qué? (El propósito)

Son los motivos por los cuales hacemos lo que hacemos. Es un propósito con la intención de inspirar y conectar emocionalmente.

El ¿Cómo? (El proceso)

Es el proceso que va a satisfacer la necesidad principal a nuestro consumidor. Son acciones específicas con las que realizaremos el ¿Por qué?

El ¿Qué? (Resultado)

Es el resultado de todo el proceso anterior en un producto o servicio. Básicamente es lo que vendemos, a lo que nos dedicamos o el servicio que ofrecemos.

Ejemplo de Circulo de Oro

Empresa	Apple	Disney	Tesla
¿Por qué?	<i>“Para desafiar el estatus quo. Para pensar diferente”.</i>	<i>“Para crear felicidad para las personas de todas las edades, en todas partes”.</i>	“Para acelerar la transición del mundo hacia la energía sostenible”.
¿Cómo?	Nuestros productos están hermosamente diseñados y son fáciles de usar	A través de un lugar en donde la gente encontrará felicidad y conocimiento. Será un lugar para que padres, madres, hijos e hijas compartan momentos placenteros; un lugar para que maestros y estudiantes descubran mejores formas de entendimiento y educación.	A través de la más sofisticada tecnología creamos productos de almacenamiento y generación de energía limpia que pueden ampliarse de manera ilimitada.
¿Qué?	Hacemos computadoras.	Hacemos películas animadas y parques de diversiones.	Hacemos vehículos eléctricos.





Actividad: Desarrolla tu círculo de oro



1. Describe cual es el propósito de tu negocio, es decir el ¿Por qué?
2. Describe cual será el proceso que implementas o implementarás para desarrollar tu negocio, es decir el ¿Cómo?
3. Finalmente describe cual será el producto o servicio que deseas entregar al mercado, en otras palabras, el resultado final el ¿Qué? vendes o venderás.

Finalmente, se pide 3 voluntarias para que nos cuenten el resultado de su círculo de oro, las cuales recibirán una pequeña retroalimentación por parte de su audiencia.

10 min



Reflexión sobre este apartado

1. Tener un propósito respecto a nuestro negocio, nos ayuda no solo en el ámbito personal, sino que también en la proyección que comunicamos al mercado.
2. Al tener una visión clara y estructurada del futuro esperado de nuestro negocio, es más fácil llegar a la meta final y cumplir los objetivos planteados en el camino.
3. Conocer nuestra propia razón de ser (IKIGAI), nos ayuda a conocer también cuál puede ser ese propósito por el cual emprendemos en lo que hacemos.
4. Realizar nuestro círculo de oro, nos ayuda a convencer a la audiencia que lo que hacemos tiene una razón de ser o propósito, lo cual nos permitirá llegar a ellos de forma más cercana y permitirá contar un relato más interesante sobre nuestras motivaciones de negocio.

3. Storytelling



¿Que es el Storytelling?

La palabra Storytelling es un termino en ingles, compuesto de dos palabras:

Story: Historia

Telling: Contar o narrar

Por lo anterior el termino en su conjunto hace alusión a "Contar Historias"

El storytelling es la práctica de **contar historias de manera cautivadora y persuasiva para transmitir mensajes, ideas, valores o información de manera significativa.**



STORY

Para crear tu historia pregúntate:

- Objetivo
- Audiencia
- Emoción
- Narrativa
- Contenido

¿Qué quiero lograr con esta?

¿Qué caracteriza a las personas que me escucharán?

¿Qué emociones quiero lograr en estas personas?

¿Cómo quiero contar la historia?

¿Qué quiero decir en mi relato?



COMO ENMARCAR
LA HISTORIA



TELLING

1. Respirar
2. Rituales
3. Presencia
4. Inicio, Medio y Final
5. Tono y lenguaje corporal
6. Silencio
7. Autenticidad
8. Práctica



COMO CONTAR LA
HISTORIA





Como relacionar lo aprendido en los apartados anteriores con el Storytelling

Comunicarnos de forma efectiva y con un propósito en mente es el primer paso, sin embargo, es necesario tener un discurso narrativo que sea atractivo no solo en lo que estamos diciendo, sino también en la forma en la cual lo estamos expresando.

Es aquí donde el Storyelling toma un rol importante.



En el Storytelling debes considerar...

55% se atribuye al
LENGUAJE CORPORAL

Gestos, posturas,
movimientos,
respiración

38% a la VOZ

Entonación,
proyección,
resonancia, tono

7% a las
PALABRAS

Proposito

Storytelling

Identificar el mensaje clave.

Crear uno o varios personajes interesantes.



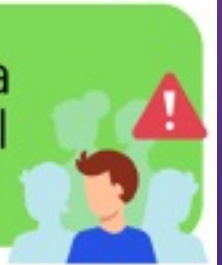
Desarrollar la trama de manera atractiva.



Utilizar elementos emocionales.



Adaptar la historia al público.



Ser conciso.



4. Elevator Pitch



Elevator Pitch



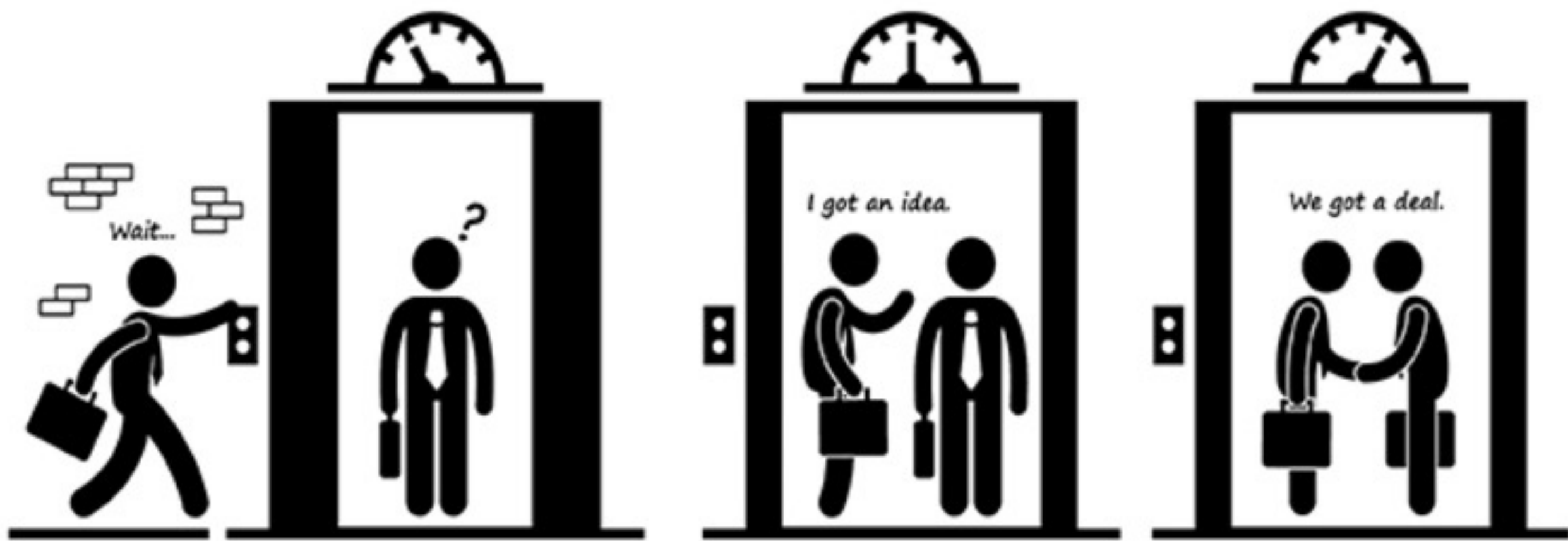
“La Calidad No Cuesta, Es Gratis”.

El concepto de Elevator Pitch fue creado en 1980 por **Philip B. Crosby** para comunicar a las personas objetivo o stakeholder, una idea de negocios.

Como su nombre indica, está diseñada para presentar una idea de negocio en un ascensor, donde no encontramos con un potencial cliente o inversionista.

Su objetivo es generar un “gancho” o reunión para recibir asesoría, financiamiento, asociación, etc. Por ello, es importante que la presentación sea **atractiva, clara e innovadora**, ya que, al ser en un ascensor, el tiempo para conversar no sobrepasa los **90 segundos**.







Herramienta de storytelling: El Pitch

Para contar la historia de tu emprendimiento puedes usar el pitch

- La traducción literal del inglés sobre la palabra “Pitch” es “lanzamiento”
- Para el mundo del emprendimiento, es el lanzamiento de la historia de tu idea para relatársela a otros en poco tiempo, logrando que tu audiencia se emocione, conecte y quiera saber más de ti y tu negocio.
- Un buen pitch nos puede abrir puertas, es la clave para que un inversor, un potencial cliente o un futuro socio decida seguir en contacto.





Importante

No puedes usar el mismo pitch con todas las personas.

Dependiendo el espectador o y el objetivo por el cual estas realizando tu relato, debes modificar tu discurso y dar respuesta lo que las personas desean escuchar.

Por ejemplo, si tu pitch es para clientes, debes recalcar los atributos de tu propuesta de valor y beneficios directos de adquirir tus productos o servicios. Si tu pitch es para inversionistas, debes hacer hincapié en los resultados económicos futuros que lograras con tu negocio por medio de las fortalezas de tu propuesta de valor, estudios de mercado, potencial de crecimiento del negocio entre otros indicadores.

Consideración generales para la construcción de tu pitch

Habilidad de expresión.

Dominar la idea y/o el guión y la presentación.

Crear en el proyecto.

Saber contar su historia de forma clara, concisa y que capte el interés.

Despertar el interés.

Hay que saber muy bien qué es lo que queremos.

Entrenar hasta que salga perfecto



¿Por qué es importante crear pitch?

Postulación a fondos concursables

Integrar a otros emprendedores

Generar un diálogo de venta persuasivo

Crear cápsulas de contenido de tu producto

Vender tu producto o servicio a través de redes sociales

Vender tu idea de negocio a inversionistas

Pitch para postulación a fondos de Sercotec

Para aprender a usar esta herramienta en la postulación a fondos de Sercotec (abeja, semilla y crece), debes considerar que debes desarrollar un pitch en el que se evaluarán los siguientes criterios:

1.- Presentación de la emprendedora postulante.

2.- Descripción de la problemática de negocio a resolver (referido a una necesidad colectiva, y no a la de carácter personal de la postulante) y potenciales clientes.

3.- Descripción de la solución a la problemática identificada, oferta de valor y elementos que la diferencian.

4.- Evaluación Global del Video Pitch.





Ponderaciones a considerar en evaluación técnica programas Sercotec:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN TÉCNICA	PONDERACIÓN
i) Formulario de Modelo de Negocio	60%
ii) Video de presentación (pitch)	40%
TOTAL	100%



Criterios De Evaluación Técnica Pitch Capital Abeja/Semilla Emprende 2023

N°	Criterio	Rúbrica	Nota	Ponderación Criterio
1	Presentación de la emprendedora	La emprendedora se presenta, mencionando tanto su nombre, como el emprendimiento que representa y su respectivo cargo en él.	7	15%
		La emprendedora se presenta por su nombre, pero no hace mención al emprendimiento que representa, ni el cargo que tiene en éste.	5	
		La emprendedora no hace mención a su nombre, solo al emprendimiento que representa.	3	
		La emprendedora no se presenta ni hace mención a su emprendimiento.	1	

N°	Criterio	Rúbrica	Nota	Ponderación Criterio
2	Descripción de la problemática de Negocio a resolver y potenciales clientes <i>Problemática de negocio: se refiere a una necesidad colectiva a resolver, y no a la necesidad de carácter personal de la postulante.</i>	La emprendedora describe el problema de negocio que resuelve con su proyecto y a qué clientes está dirigido. Se apoya además en estadísticas.	7	30%
		La emprendedora describe el problema de negocio que resuelve con su proyecto y a qué clientes está dirigido, pero no se apoya en estadísticas.	5	
		La emprendedora solo describe el problema, sin identificar a quién está dirigido; o solo hace mención a potenciales clientes.	3	
		La emprendedora no describe el problema de negocio ni a qué clientes está dirigido.	1	

N°	Criterio	Rúbrica	Nota	Ponderación Criterio
3	Descripción de la solución, oferta de valor y elementos que diferencian <i>Elemento diferenciador u Oferta de Valor: Elemento que ayuda a elegir un producto o servicio por sobre otro de similares características.</i>	La emprendedora describe la solución propuesta a la problemática de negocio, mencionando elementos diferenciadores de su oferta de valor.	7	40%
		La emprendedora describe la solución propuesta a la problemática de negocio, sin mencionar elementos diferenciadores de su oferta de valor.	5	
		La emprendedora solo describe su oferta de valor, sin hablar de la solución a la cual está dirigida.	3	
		La emprendedora no describe solución ni oferta de valor.	1	

N°	Criterio	Rúbrica	Nota	Ponderación Criterio
4	Evaluación Global del Video Pitch	En este ítem se evaluará la claridad en el relato, la efectividad en el uso del tiempo asignado, la coherencia con el formulario (Canvas), la convicción de la emprendedora, así como elementos innovadores de la presentación, como mostrar su/s producto/s o servicio/s, que se apoyen de material didáctico, que busquen formas diferentes de presentarse haciendo más atractivo (enganche) el discurso, etc. El puntaje será entregado por el evaluador en función a lo visto en el video, considerando una escala del 1 al 7.	Nota del 1 al 7	15%

Actividad: Realiza tu pitch formato Sercotec

Según lo aprendido en esa sesión y los criterios de evaluación elabora tu pitch y compártelo con tus compañeras, para recibir sus comentarios y mejorar tu relato a la forma en la cual estas presentando.

Alcances importantes:

- Tu pitch debe durar como máximo 90. segundos.
- Debes mostrar motivación, comunicar en forma efectiva y preparar tu presentación.
- Arma tu relato según los criterios de evaluación.
- El formato y orden de tu pitch, dependerá de tu propósito con tu presentación.



...Antes de comenzar

Fijaremos reglas simples para esta actividad final:

1. Vas a tomar 3 respiraciones profundas antes de comenzar, para relajar tu mente y cuerpo.
2. Considera que estas en un entorno seguro, por lo que puedes hablar de forma tranquila sobre tu negocio.
3. Una vez finalizado tu relato, tus compañeras te hablaran por tu nombre y realizaran comentarios sobre tu presentación.
4. Escucharas las recomendaciones u observaciones que entregarán tus compañeras, sobre lo que cada una sintió con tu relato y la forma en la cual lo hiciste.
5. Tu solo escucharas y aceptarás cada comentario, sin responder o explicar nada. Además pensarás en lo que cada una te diga y tomaras las observaciones como oportunidad de mejorar.
6. Cada vez que una compañera termine de hablar sobre tu relato, la miraras, dirás su nombre y le darás las ¡gracias por sus palabras!



acción

Pitch de Negocios

Modeladora: Estefanía Opazo Ulloa



CIMITH[®]
COMUNIDAD INTERNACIONAL DE MEDICINA INTEGRATIVA
Y TERAPIAS HOLÍSTICAS