Programa: Talento-Agro
“Construyendo competencias y herramientas de impacto para los gestores de agronegocios sostenibles”

Diplomado 2. Modelos de Negocios Sostenibles

Modelos de negocios sostenibles

- Son la respuesta a los crecientes patrones de consumo responsable de la población que se ha replanteado las propias necesidades para satisfacerlas contribuyendo a una sociedad sostenible y justa.
- Se traduce en un conjunto de prácticas desde qué hace cada persona como consumidora, hasta qué papel juegan las organizaciones, empresas, y las instituciones como consumidoras y productoras, pasando por cuáles políticas públicas impulsan contextos que favorezcan estilos de vida sostenibles.

Evolución de los modelos de negocios sostenibles

- La preocupación por la sostenibilidad se remonta a inicios del 1900
- Va evolucionando con el desarrollo industrial y la aparición del consumismo.
- Temporada de campañas de ONGs
- En 2014, la unidad de inteligencia de The Economist detectó el consumo guiado por criterios sociales y medioambientales (además de por su calidad-precio) como la tendencia más relevante

Oportunidades para el agro

- Para el año 2028, América Latina y el Caribe responderá por más del 25 % de las exportaciones globales de productos agrícolas y pesqueros, señala el nuevo informe Perspectivas Agrícolas 2019-2028 de la OCDE y la FAO.
- la región verá un crecimiento de 22% en sus cultivos y un crecimiento de 16 % en sus productos pecuarios en la próxima década, siete y dos puntos porcentuales mayor que el promedio global, respectivamente (FAO,2019).

Mercados éticos

- Las oportunidades radican en las posibilidades de abastecer la creciente tendencia por productos alimenticios y crear cadenas de valor que que favorezcan estilos de vida sostenibles. algunas cadenas productivas agrícolas mas demandadas en Europa actualmente son:

a) Alimentos orgánicos

b) Productos Fairtrade

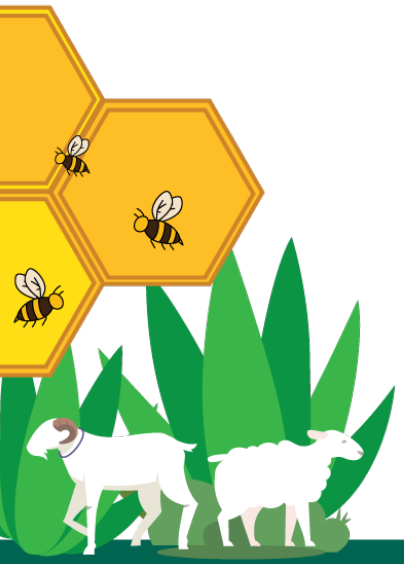
c) Productos con el sello Rainforest Alliance

d) Alternativas de carne vegetariana

Lienzo del Modelo de Negocios

El emprendimiento es la actividad intencionada de un individuo o de un grupo de individuos asociados, emprendida para iniciar, mantener o aumentar el beneficio económico mediante la producción o distribución de bienes y servicios.

A.H. Cole



Emprendimiento

El emprendimiento puede entenderse de manera general como cualquier empresa nueva, pequeña o mediana, cuyos propietarios son particulares que dedican su actividad productiva a la de la empresa de la que son propietarios o copropietarios.

El emprendimiento social incluye aspectos como: una idea innovadora unida a una visión emprendedora cuyo objetivo es generar un cambio social profundo.

Innovación

- Satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.
- Hacer algo nuevo o diferente es una característica de los EMPRENDEDORES.
- El Emprendedor sabe cómo utilizar innovaciones para desarrollar su emprendimiento.

"Para satisfacer las cambiantes preferencias de los clientes, hoy en día los zumos de frutas se venden en pequeños envases de cartón en lugar de botellas, para que los clientes puedan llevarlo y tirar el envase después de beber el zumo".

Ecosistema de emprendimiento

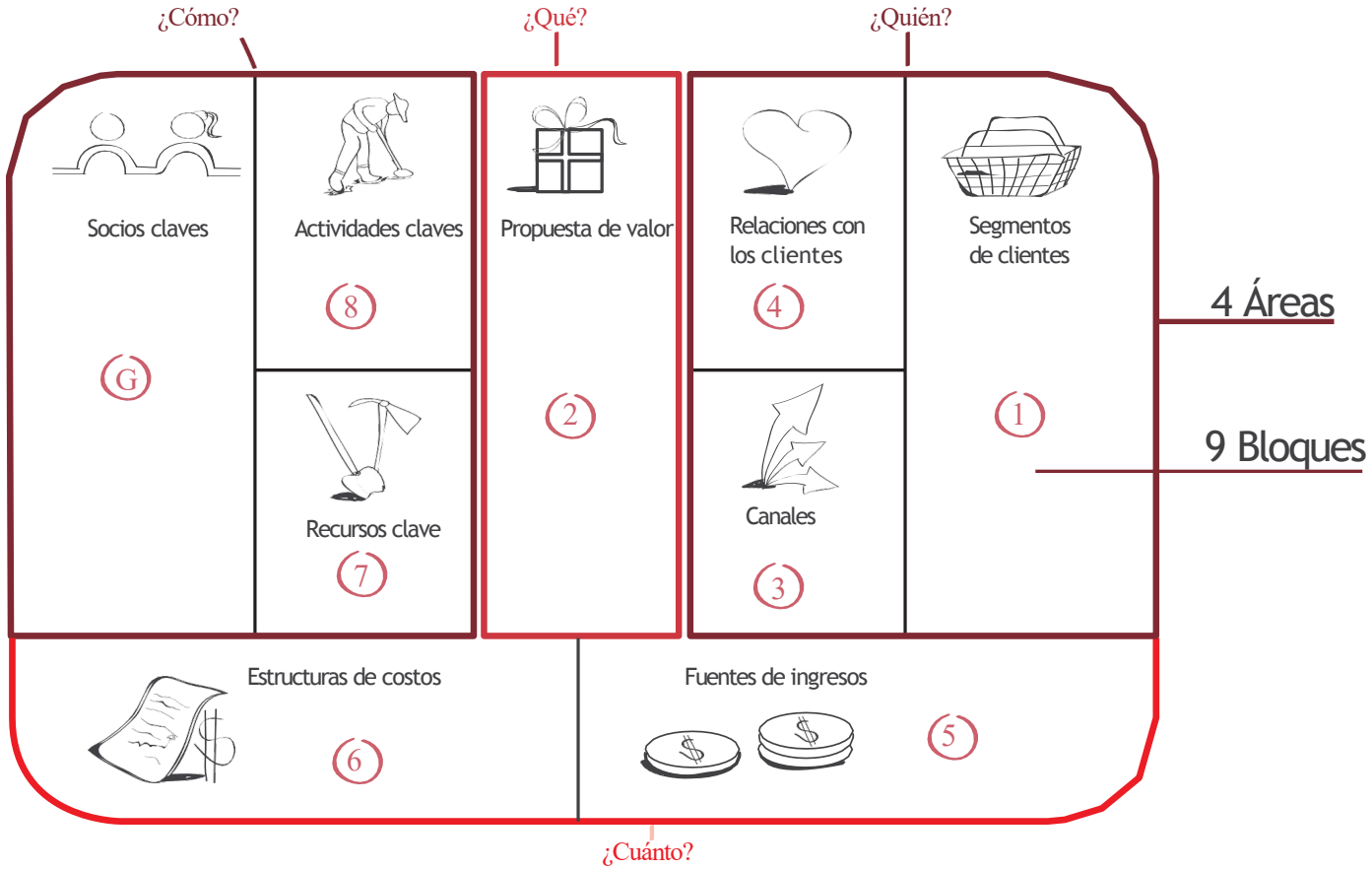
- **Marco regulatorio**, políticas, leyes y regulaciones
- **Financiamiento**, inversiones capital semilla, préstamo
- **Servicios**, infraestructura, profesionales
- **Capital humano**, fuerza laboral, educación
- **Mercados**, clientes, redes

Business Canvas o Lienzo del Modelo de Negocios

Es una herramienta diseñada por Alex Osterwalder con la ayuda de Yves Pigneur y que fue presentada “en sociedad” en “Business Model Generation” en el año 2008.

Permite a una start-up o emprendimiento describir inicialmente cómo cree que debe ser su modelo de negocio para tener éxito de una manera sencilla, pero suficientemente completa a través de sus nueve bloques.

Business Canvas o Lienzo del Modelo de Negocios

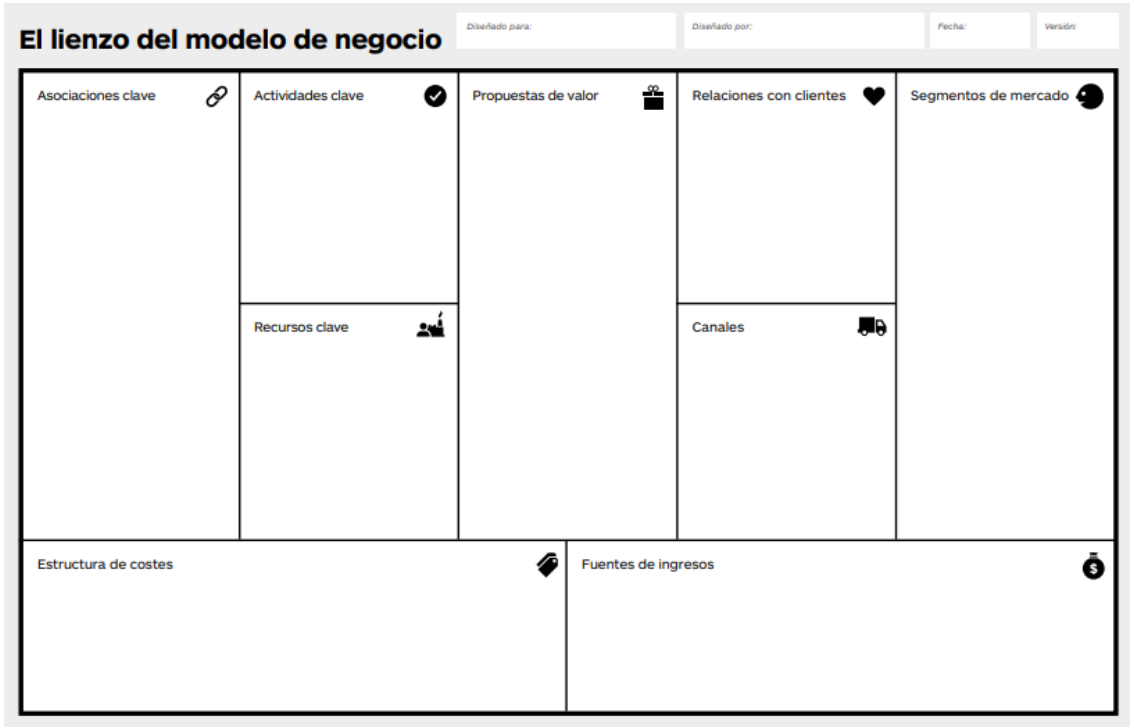


Fuente: CIAT, 2014

Emprendimientos y Modelos de Negocios

- Los modelos de negocio representan de una forma esquemática el funcionamiento de una empresa o emprendimiento:

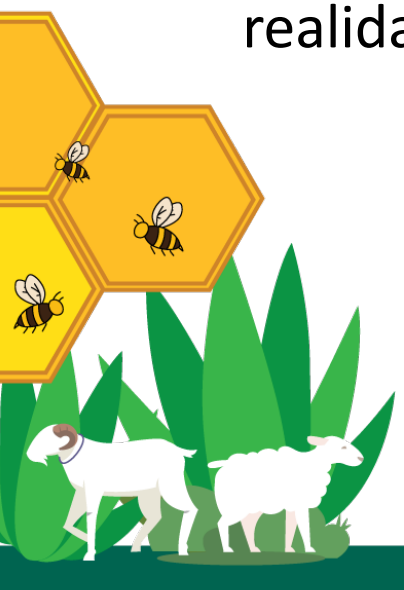
  Cómo el emprendimiento va a invertir su dinero, cómo se va a llegar al cliente, qué es lo que hace único al negocio en sí (propuesta de valor) , cuál es la estructura de costos, etc.



Business Canvas o Lienzo del Modelo de Negocios

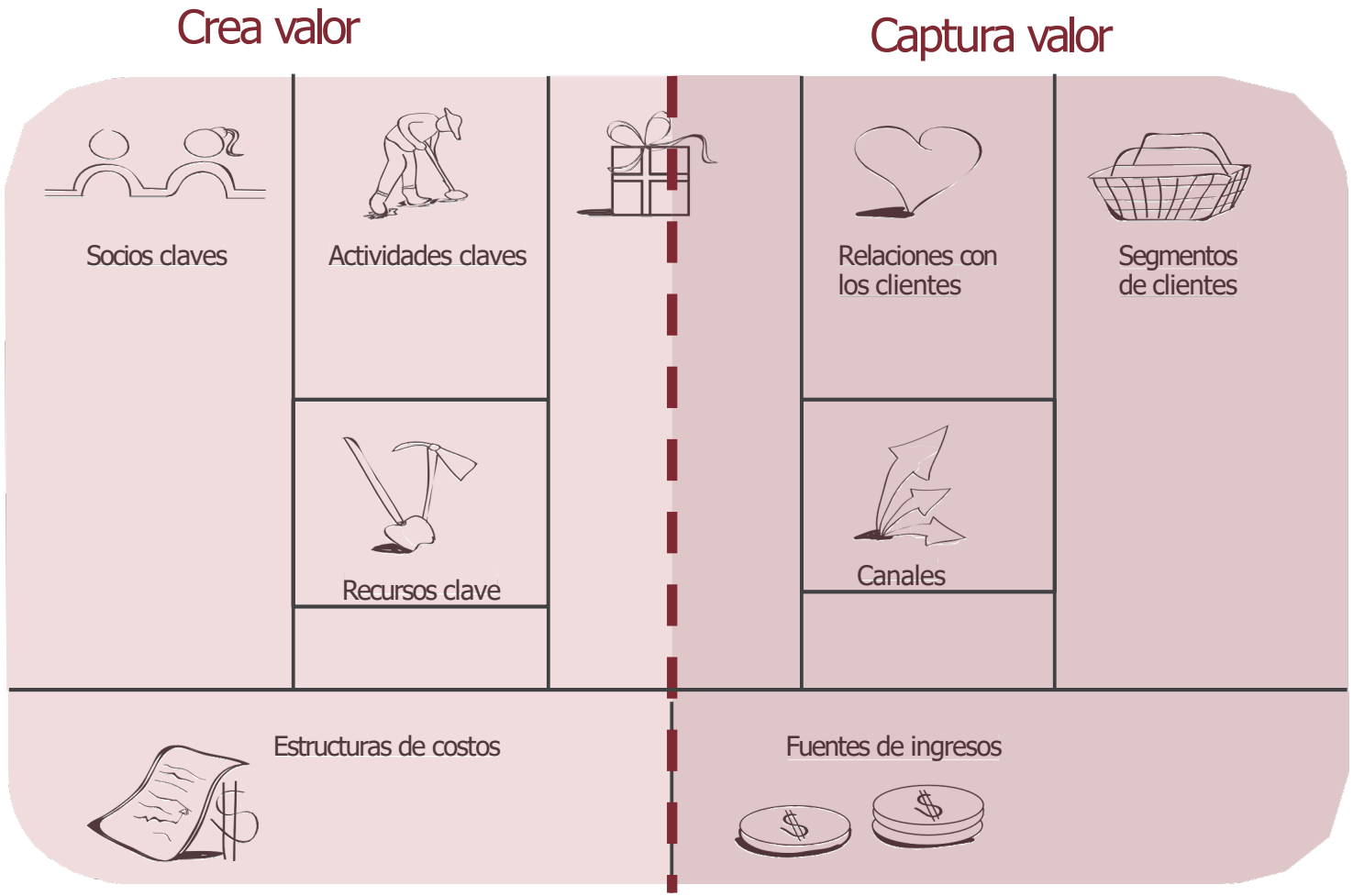
Los nueve bloques entregan una descripción inicial que constituye la hipótesis del emprendedor.

Esta se debe complementar con información de clientes, proveedores, socios, inversores, etc, para que el emprendedor valide o rechace sus hipótesis en cada uno de los 9 bloques y, así modificarlas y pivotar, evolucionando sus suposiciones iniciales hacia una modelo de negocio basado mucho más en la realidad del mercado.



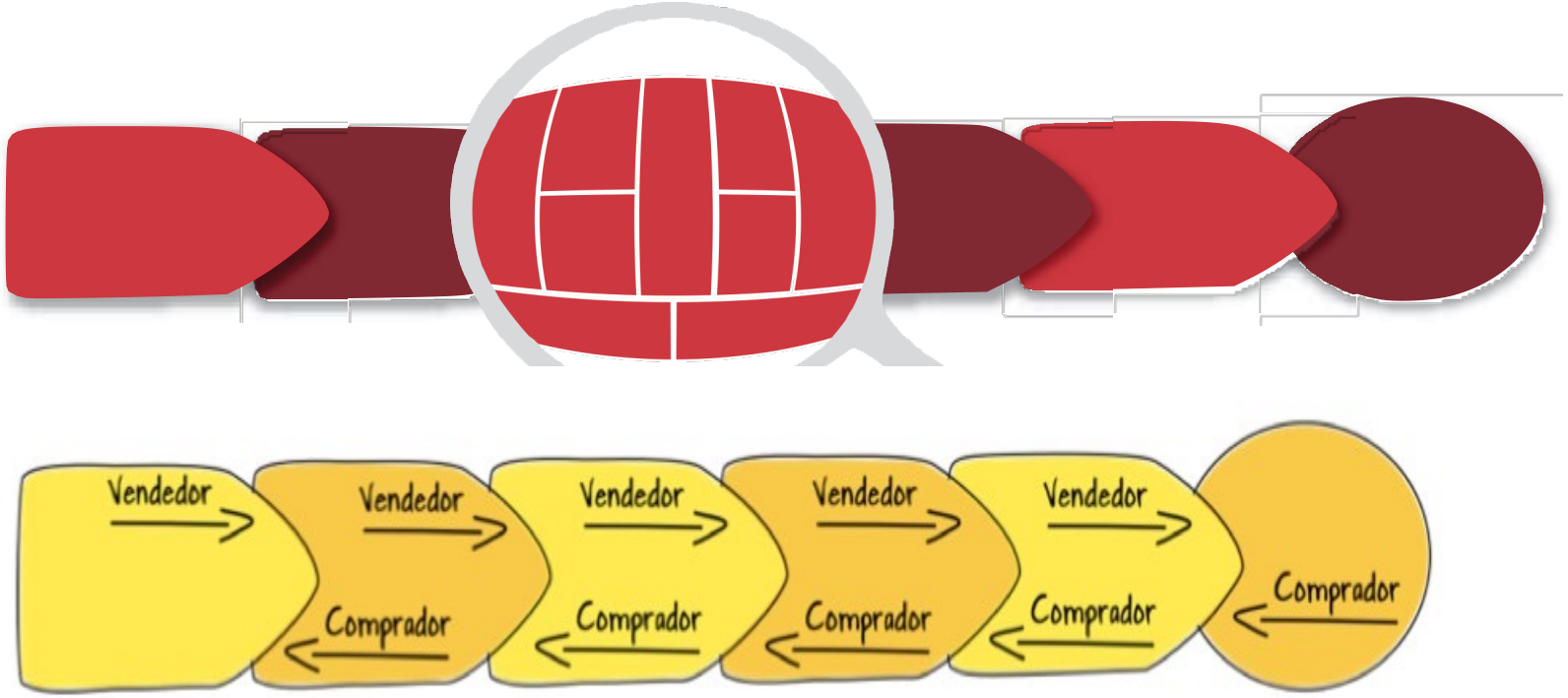
¿Qué? – nuestra propuesta de valor
¿Quién? – nuestros clientes y la relación con ellos
¿Cómo? – producimos nuestro producto o servicio
¿Cuánto? – ingresos obtendremos de nuestro negocio

Lienzo del Modelo de Negocios - Hemisferios



Fuente: CIAT, 2014

Lienzo del Modelo de Negocios en la cadena de valor



Fuente: CIAT, 2014

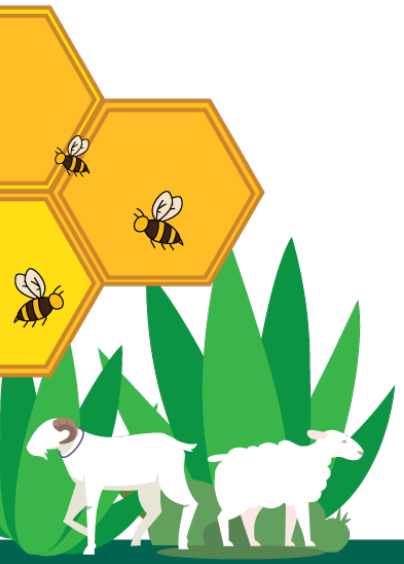
La propuesta de valor

La propuesta de valor es el punto de partida para cualquier negocio y debe ser definida claramente dado que desencadena todos las interacciones de los bloques del modelo de negocios.

la propuesta de valor es la expresión del conjunto de beneficios que recibirán los clientes con quien se hace un negocio, y se compone de Se compone de:

Elementos tangibles que incluye todas las características perceptibles por los sentidos, como el tamaño del producto, la composición nutricional, el color, sabor y olor.

Características intangibles no se pueden percibir directamente e incluyen propiedades de salud, características de origen del producto o características del proceso de producción, como la agricultura orgánica o el Comercio Justo.



La propuesta de valor es el punto de partida para cualquier negocio y debe ser definida

La Propuesta de valor

La búsqueda de propuestas de valor que coincidan con **tareas**, **frustraciones** y **alegrías** del cliente es un proceso iterativo de diseño y experimentos, prototipos y pilotos. Se trata de probar ideas lo más rápido posible para aprender, crear diseños mejores y volver a probar.

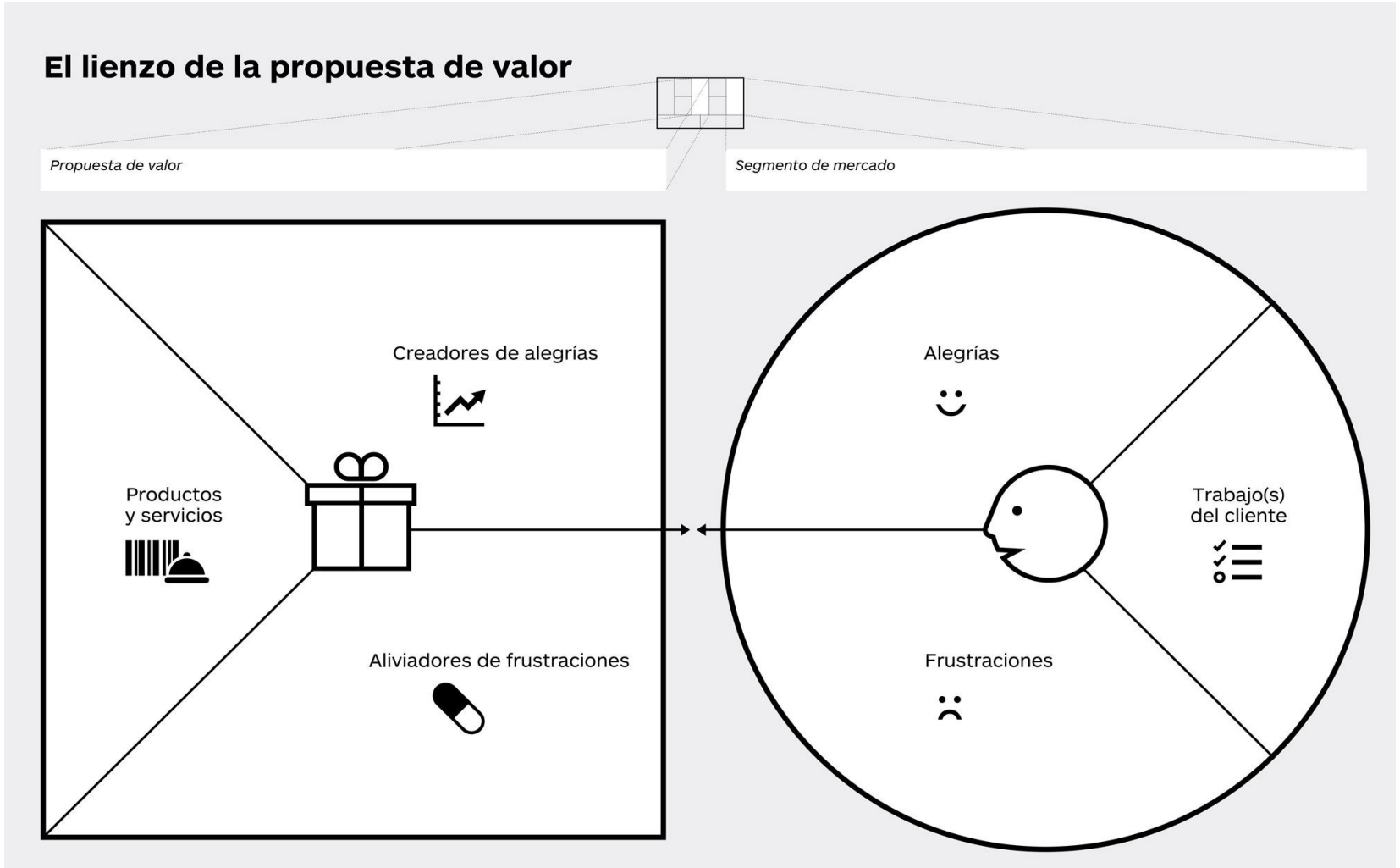
Diseñando la Propuesta de Valor

La Propuesta de valor debe responder a la siguiente pregunta:

¿Por qué los clientes elegirían el producto o servicio que provee tu empresa?

Cuál es el diferencial que posee el negocio: un producto innovador, precios bajos, diseño exclusivo, mayor practicidad, más rendimiento, mejor servicio.

Lienzo de la propuesta de valor



Integrando el lienzo de la Propuesta de Valor con el Lienzo del Modelo de Negocios

Lienzo de modelo de negocio

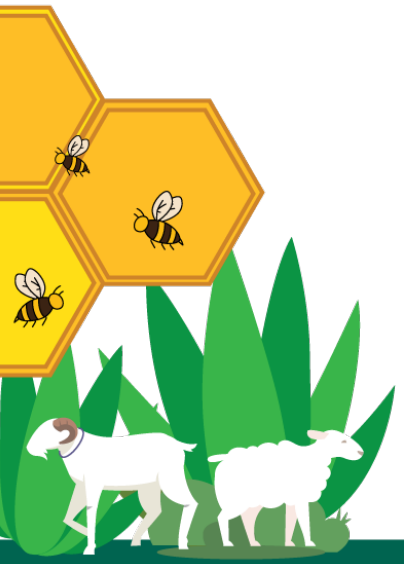
Empresa:

Diseñado por:

Fecha:

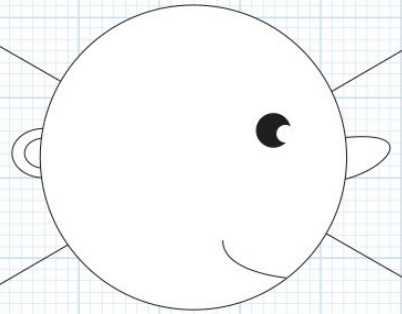
ACTIVIDADES CLAVE	ASOCIACIONES CLAVE	PROPUESTAS DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE MERCADO
	RECURSOS CLAVE		CANALES	

ESTRUCTURA DE COSTES	FUENTES DE INGRESOS



¿Qué
PIENSA Y SIENTE?
Lo que realmente importa
Principales preocupaciones
Inquietudes y aspiraciones

¿Qué
OYE?
Lo que dicen los amigos
Lo que dice el jefe
Lo que dicen las personas influyentes



¿Qué
VE?
Entorno
Amigos
La oferta del mercado

¿Qué
DICE Y HACE?
Actitud en público
Aspecto
Comportamiento hacia los demás

ESFUERZOS
Miedos
Frustraciones
Obstáculos

RESULTADOS
Deseos/necesidades
Medida del éxito
Obstáculos

Fuente: Adaptado de XPLANE

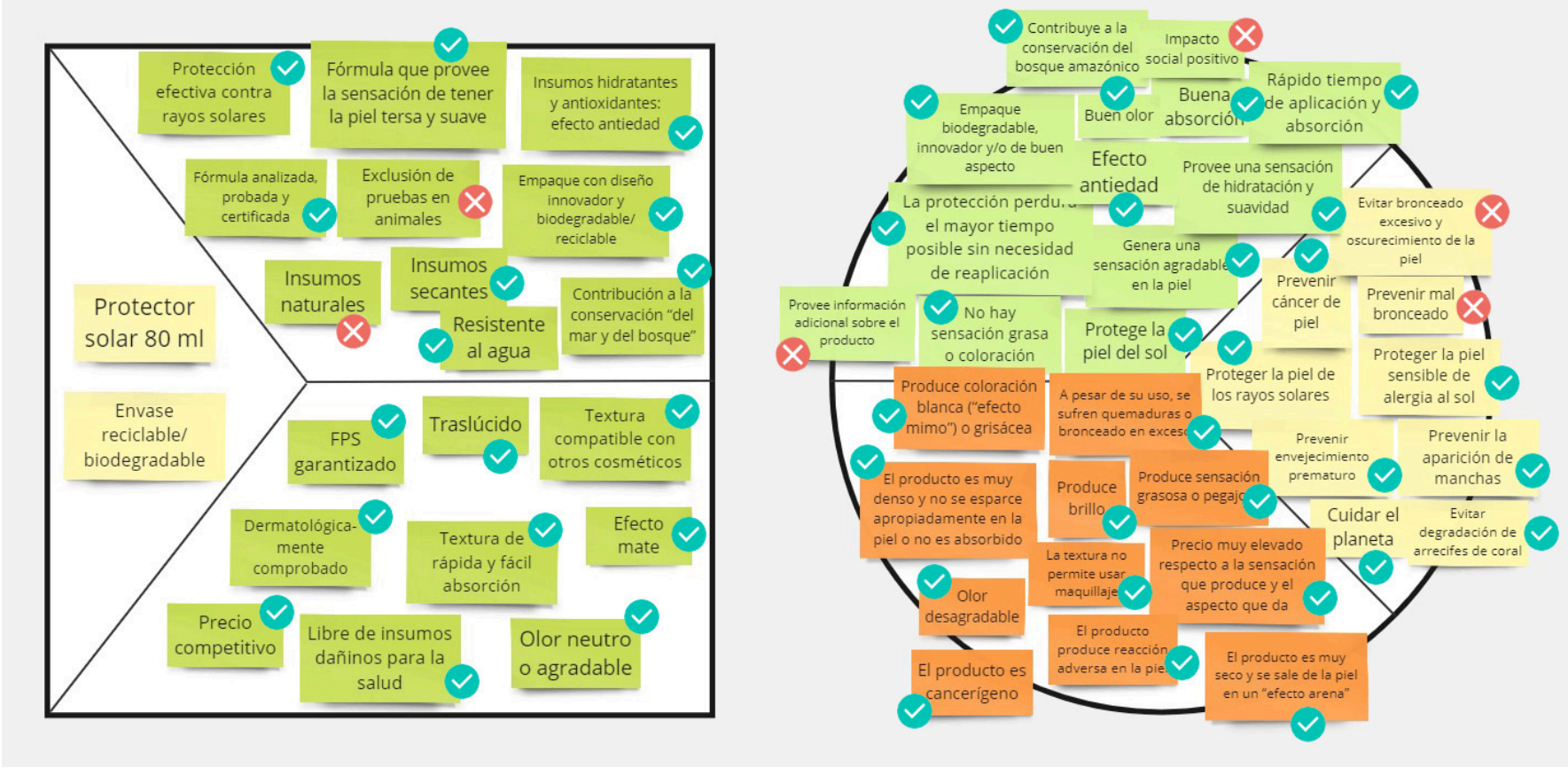
Ejemplos de Mapas de Empatía para Diferentes Cadenas de Valor:

- **Ejemplo 1: Segmento de Clientes para Miel Orgánica**
- Qué ve: "Tiendas especializadas en productos orgánicos", "Publicidad en redes sociales sobre beneficios de la miel".
- Qué oye: "Comentarios de amigos sobre productos naturales", "Recomendaciones de influencers de salud".
- Qué piensa y siente: "Preocupación por la salud", "Deseo de apoyar productos locales".
- Qué dice y hace: "Participa en grupos de consumidores responsables", "Busca etiquetas de certificación orgánica".
- Esfuerzos (Dolores): "Precios altos", "Dificultad para verificar autenticidad".
- Resultados (Beneficios): "Mejora de la salud", "Contribución al desarrollo sostenible".

Ejemplos de Mapas de Empatía para Diferentes Cadenas de Valor:

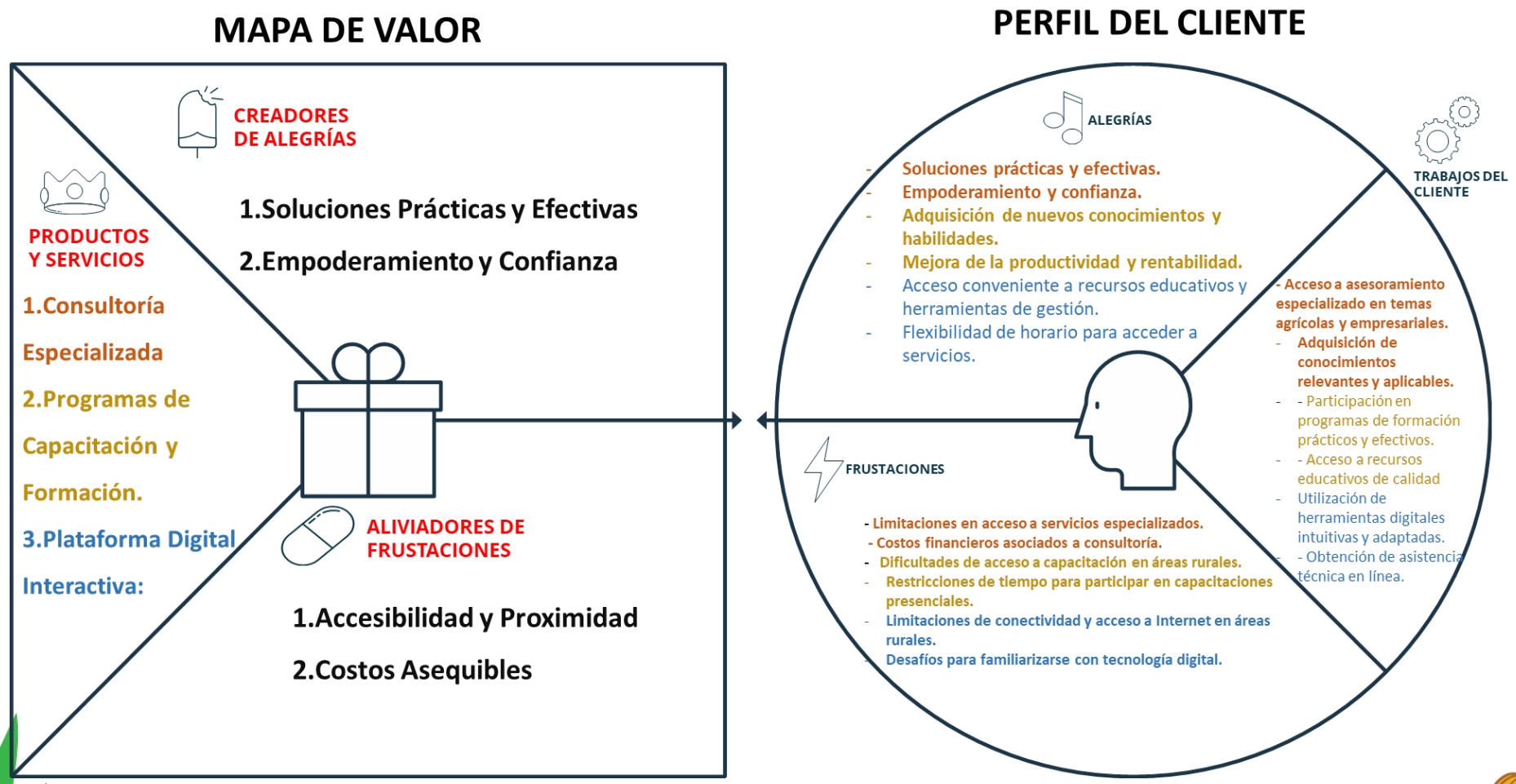
- **Ejemplo 2: Segmento de Clientes para Mezcal Artesanal**
- Qué ve: "Eventos y ferias de productos artesanales", "Reseñas en blogs y redes sociales".
- Qué oye: "Historias de productores locales", "Opiniones de conocedores sobre la calidad del mezcal".
- Qué piensa y siente: "Interés por la cultura y tradiciones locales", "Valoración de la autenticidad y calidad".
- Qué dice y hace: "Participa en catas de mezcal", "Comparte recomendaciones con amigos".
- Esfuerzos (Dolores): "Desconfianza en la calidad de productos comerciales", "Poca disponibilidad en su área".
- Resultados (Beneficios): "Disfrute de una bebida auténtica", "Conexión con la cultura y tradiciones".

Ejemplo: Diseñar una propuesta de modelo de negocio sostenible para el protector solar de la línea de productos Aware elaborado con aceite de “metohuayo” (Caryodendron orinocense) proveniente de la Selva Central del Perú.



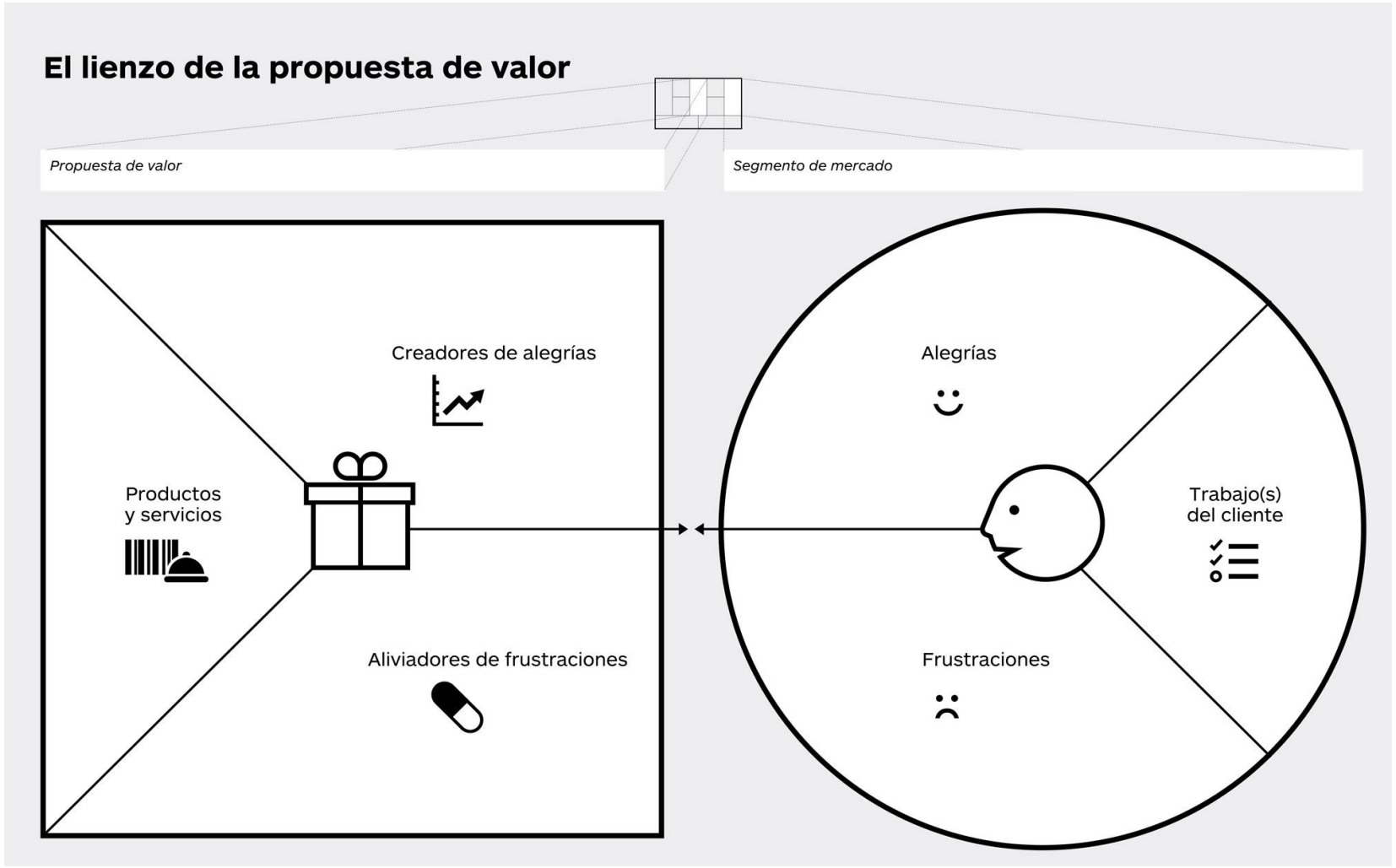
Fuente: TFG Alonso Pablo Castro, 2024

Ejemplo 1: Diseñar un modelo de negocio para el servicio de consultoría en temas de asociatividad, gestión organizativa y transformación de productos agrícolas para comunidades productivas agrícolas del departamento de Cundinamarca en Colombia.



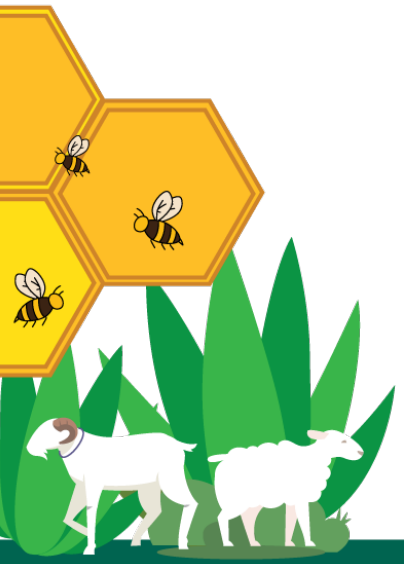
Fuente: TFG Mabel Garay Baquero, 2024

Encaje de la propuesta de valor



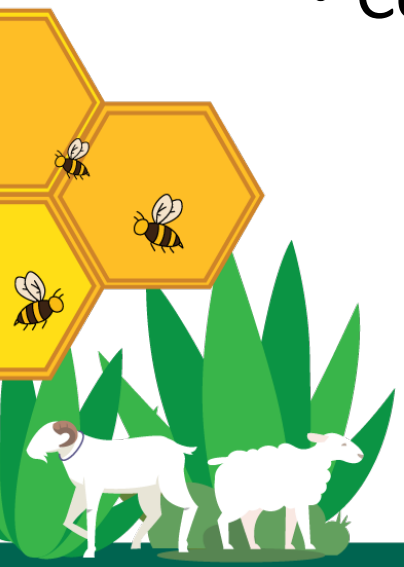
Trabajo participativo

Mapa de empatía



Instrucciones para crear un mapa de empatía

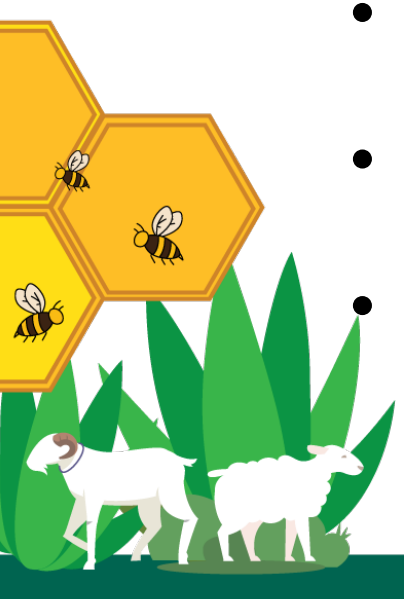
- Organizarse en grupos de 4 personas.
- Seleccionar producto o emprendedor (productor de miel, mezcal, maíz, ganado, etc.)
- Completar la información de del mapa de empatía.



Instrucciones para crear un mapa de empatía

Lluvia de Ideas y Análisis:

- Qué ve: Los participantes discuten y anotan en post-its lo que el cliente ve en su entorno (ej. "Publicidad de productos orgánicos").
- Qué oye: Los participantes anotan lo que el cliente oye de otras personas, medios de comunicación, etc. (ej. "Comentarios de amigos sobre beneficios del mezcal artesanal").
- Qué piensa y siente: Los participantes reflexionan sobre lo que el cliente realmente piensa y siente (ej. "Preocupación por la salud y bienestar").
- Qué dice y hace: Anotan las acciones y palabras del cliente en público (ej. "Busca productos ecológicos en supermercados").
- Esfuerzos (Dolores): Identifican los principales dolores y frustraciones del cliente (ej. "Dificultad para encontrar productos auténticos y de calidad").
- Resultados (Beneficios): Determinan los beneficios que el cliente espera obtener (ej. "Consumo de productos saludables y naturales").



Instrucciones para crear un mapa de empatía

Creación del Mapa de Empatía:

- Cada grupo coloca los post-its en la sección correspondiente del mapa de empatía.
- Se aseguran de que todos los componentes del mapa estén llenos y representen de manera integral las percepciones y necesidades del cliente.

Validando la Propuesta de Valor

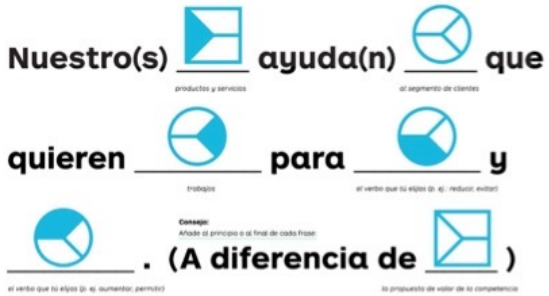
- Salir de la oficina a validar lo construido.
- Todo lo que se ha hecho hasta el momento parte de las hipótesis del cliente
- Lo creemos que necesita el cliente, y lo que creemos que va a satisfacer esa necesidad.

Existen numerosas herramientas que apoyan esta etapa como entrevistas, focus group, perfil persona, mapa del viaje del cliente, mapa empatía, entre otras

Enunciando la Propuesta de Valor

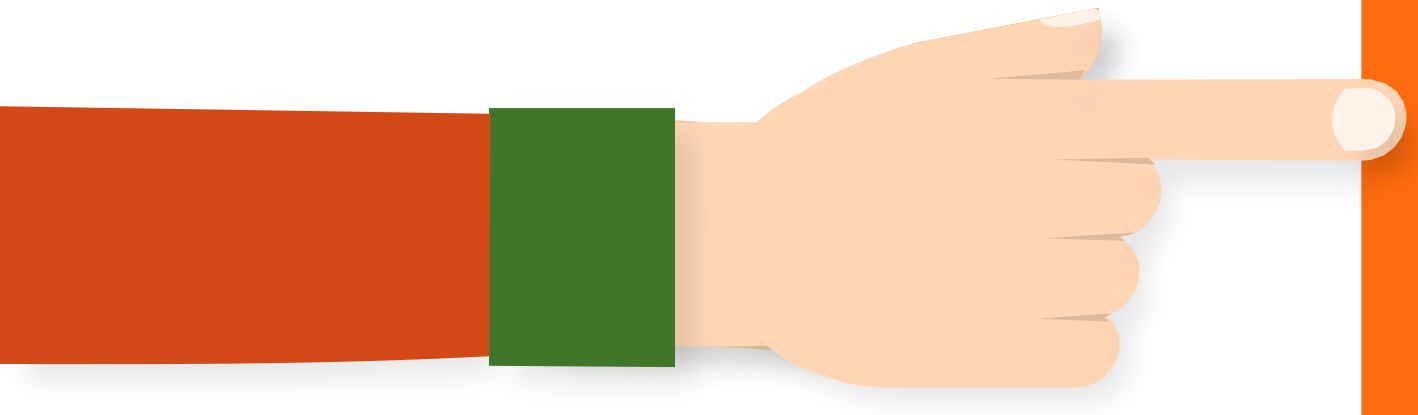
Una vez que hemos terminado el proceso, estaremos en condiciones de escribir la propuesta de valor, para lo cual hay un formato:

- Nuestro (**producto o servicio**) ayuda a (**segmento de clientes**) quienes quieren (**actividades a realizar**) para (**verbos: reducir, construir, etc.**) a diferencia de (**competencia**).

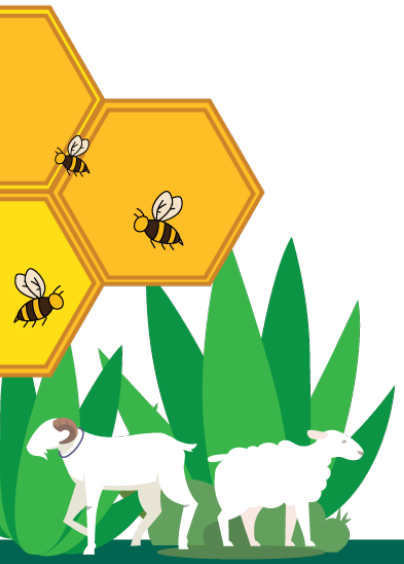


Nuestro **Protector solar Inti Block** ayuda **a las mujeres del NSE B-C1 de Lima Metropolitana, de 30 a 44 años,** que quieren **protegerse del sol** para **mejorar** **la apariencia de su piel** y **prevenir** **el fotoenvejecimiento gracias a las propiedades antioxidantes y regeneradoras de sus ingredientes naturales** (A diferencia de **protectores solares convencionales que solamente se ocupan de protegen la piel de la radiación UV**).

Escribiendo la propuesta de valor



- Concéntrate en solucionar solo algunos problemas y dar algunos beneficios, pero hazlo extremadamente bien.
- Concéntrate en trabajos, molestias o ganancias que una gran cantidad de clientes tienen o para que un pequeño número está dispuesto a pagar una gran cantidad de dinero.
- Alinearse con cómo los clientes miden el éxito.
- Superar a la competencia sustancialmente en al menos una dimensión
- Enfócate en los trabajos más significativos, los dolores más severos y ganancias más relevantes.



Tipos de Propuesta de Valor

Precio: ofrecer el mismo producto/servicio de la competencia a un mejor precio. Ejemplo: “Los precios mas bajos siempre”

Novedad: contar con productos/servicios que sean la tendencia en el mercado, son nuevos o son muy tecnológicos. Ejemplo: “Contamos con los últimos modelos”

Status: productos/servicios que asocian al cliente a un grupo social o moda. Ejemplo: “Las mejores marcas del mercado”

Certificación: producto/servicio que cumpla con alguna norma o certificación importante que agregue valor. Ejemplo:” Certificado de comercio justo’’

Rapidez: entregar el mismo producto/servicio de la competencia en un menor tiempo. Ejemplo: “Entrega inmediata en todos nuestros productos”

Personalización: permitir la personalización de tu producto/servicio en base lo que desea el cliente. Ejemplo: “Desarrollamos eventos a tu gusto”

Ahorro de tiempo: empresas que con su servicio/producto les ahorran tiempo a los clientes. Ejemplo: “Entregamos directamente a tu casa”

Medio ambiente: productos/servicios que ayudan a cuidar el medio ambiente. Ejemplo: “Producto 100% biodegradable”

Calidad: ofrecer productos/servicios con nivel de calidad superior al de la competencia. Ejemplo: “Nuestros productos son fabricados con la mejor calidad”

Diseño: tener productos/servicios cuyo diseño sea una ventaja contra nuestra competencia. Ejemplo: “Diseño mas ligero, delgado y portátil”

Ahorro de dinero: empresas que con su servicio/producto les ahorra dinero a los clientes. Ejemplo:” Reduce un 30% tu recibo de luz”

Salud y bienestar: productos/servicios que mejoran la salud y bienestar de los clientes. Ejemplo: “Aliméntate de manera saludable”

Propuestas de valor famosas

La propuesta de valor describe el “ADN” de emprendimiento.

UBER - **Tu viaje, a sólo un clic.**

Problema que soluciona: Transporte en minutos con la aplicación de Uber.

Airbnb **- Nuestra Casa es Tu Casa.**

Apoyo a la propuesta de valor: Alquila espacios únicos y alójate con anfitriones de más de 190 países.

NETFLIX - **Ve películas y series cuando y donde quieras**.

Trabajo que hace por los clientes: ofrece la opción de gestionar su propia parrilla de contenidos para acceder a ella cuando quieran.

Trabajo participativo

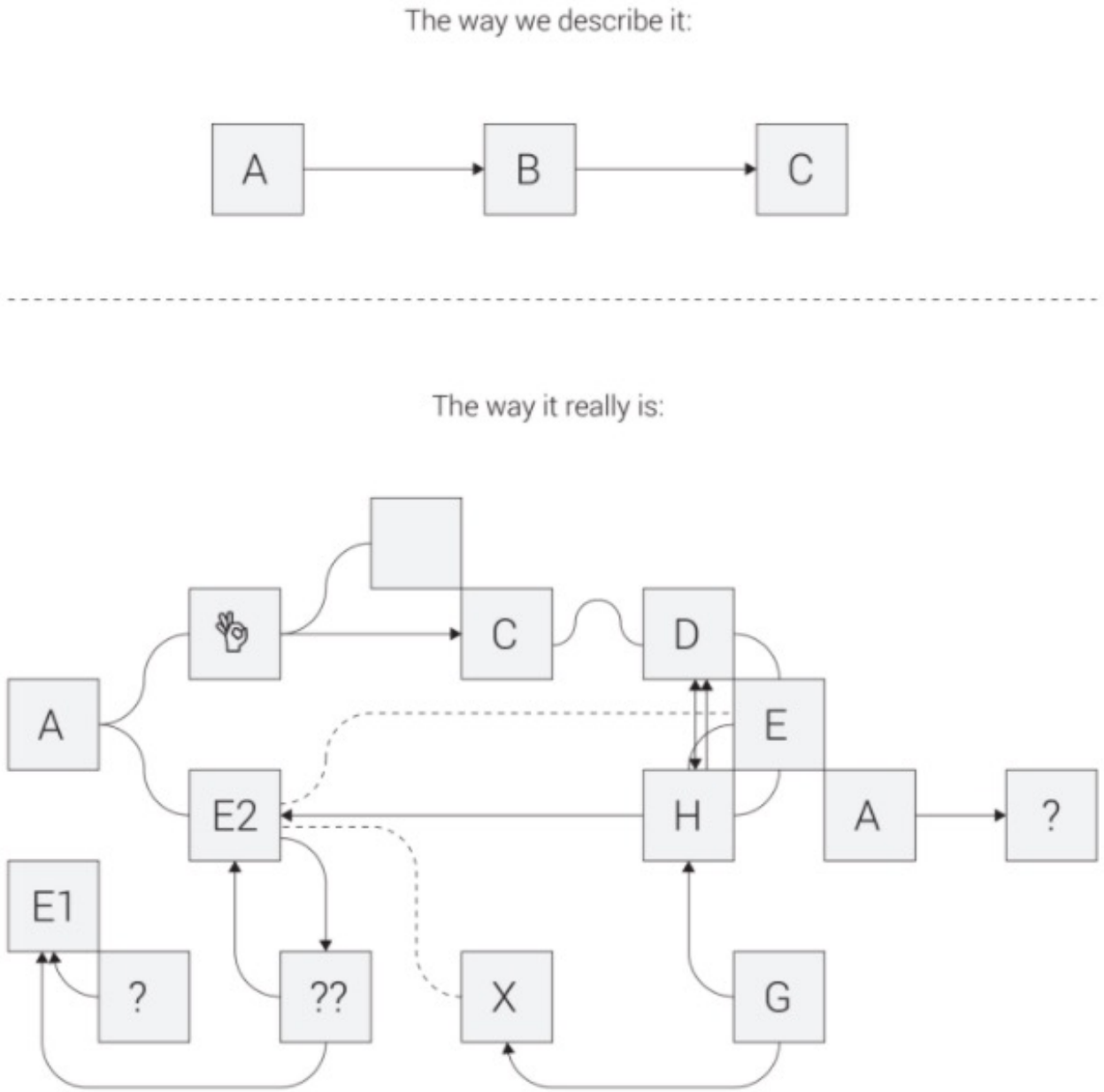
Redactando la
Propuesta de valor

Instrucciones para crear la propuesta de valor

- Regrese a su grupo y escriba la propuesta de valor tomando como base el lienzo de la propuesta de valor desarrollada anteriormente.
- Guíese por el modelo proporcionado:

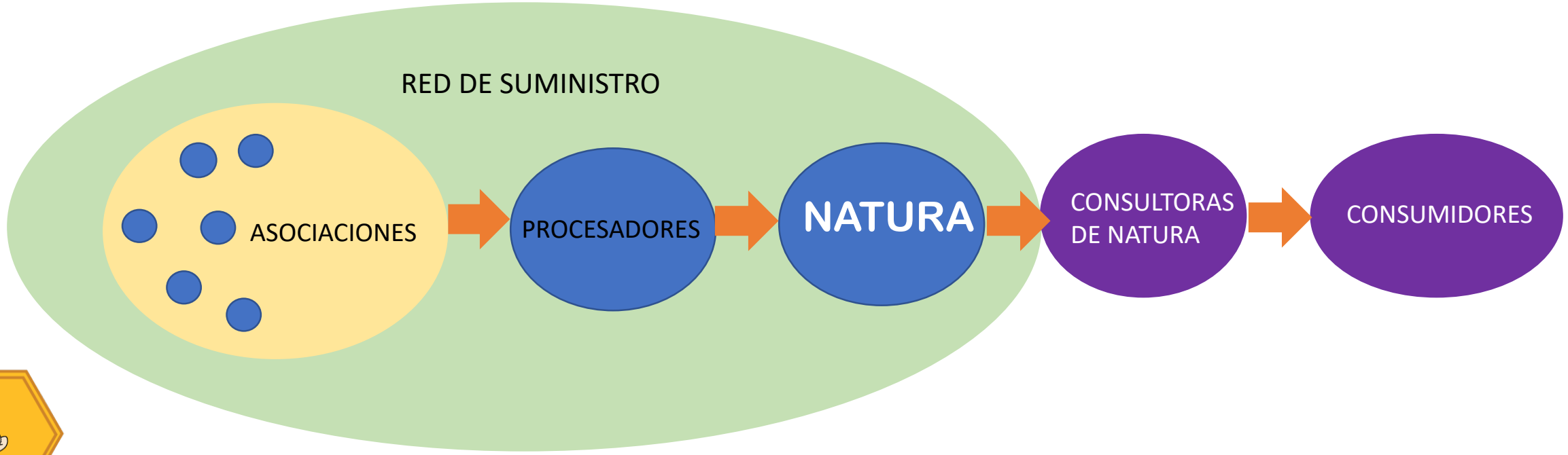
Nuestro (**producto o servicio**) ayuda a (**segmento de clientes**) quienes quieren (**actividades a realizar**) para (**verbos: reducir, construir, etc.**) a diferencia de (**competencia**).

Cadena de suministro



La cadena de valor

Una cadena es una metáfora de la conectividad. Destaca el punto que la mayoría de los bienes y servicios son producidos por un complejo y conjunto secuenciado de actividades" (Humphrey y Navas-Alemán 2010, p. 11).


RED DE SUMINISTRO
ASOCIACIONES
PROCESADORES
NATURA
CONSULTORAS DE NATURA
CONSUMIDORES

Eslabones de la cadena	**Materia** prima	Transformación primaria	Comercialización	Consumo
Actividades				
Actores involucrados				
Relaciones Flujo				
Stakolders relacionados				

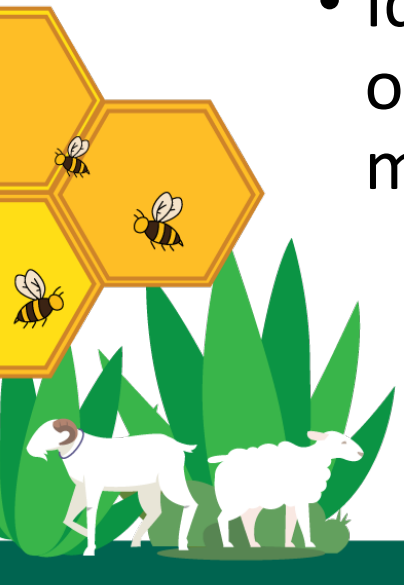
Trabajo participativo

Descripción de la cadena de suministro

Instrucciones

- Identifique los elementos de la cadena de suministro
- Reflexione sobre los puntos donde existen cuellos de botella
- Identifique oportunidades de mejora

Eslabones de la cadena	**Materia** prima	Transformación primaria	Comercialización	Consumo
Actividades				
Actores involucrados				
Relaciones Flujo				
Stakolders relacionados				



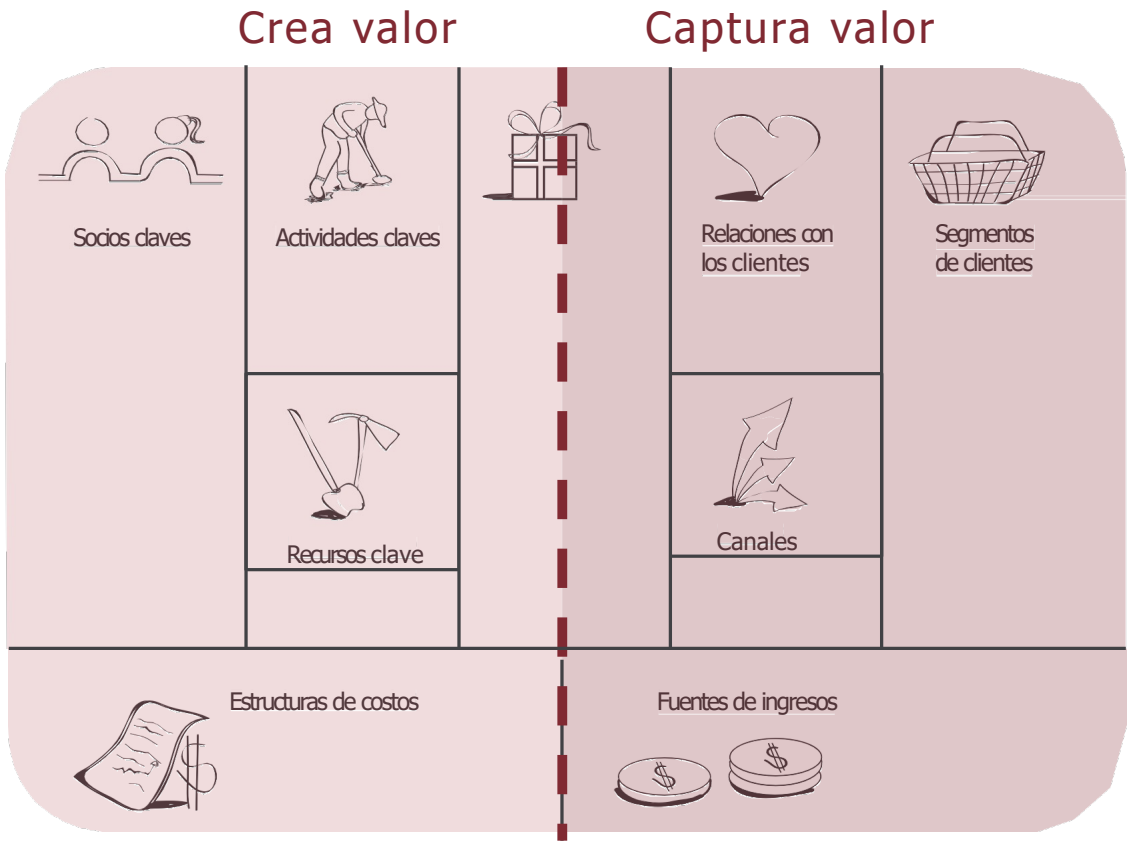
Lienzo del Modelo de Negocios

Canales

Son los medios por los cuales se realiza la entrega de nuestros productos o servicios a nuestros clientes, donde priman la sencillez de los procesos de pedido, la logística o la atención post-venta ante cualquier incidencia.

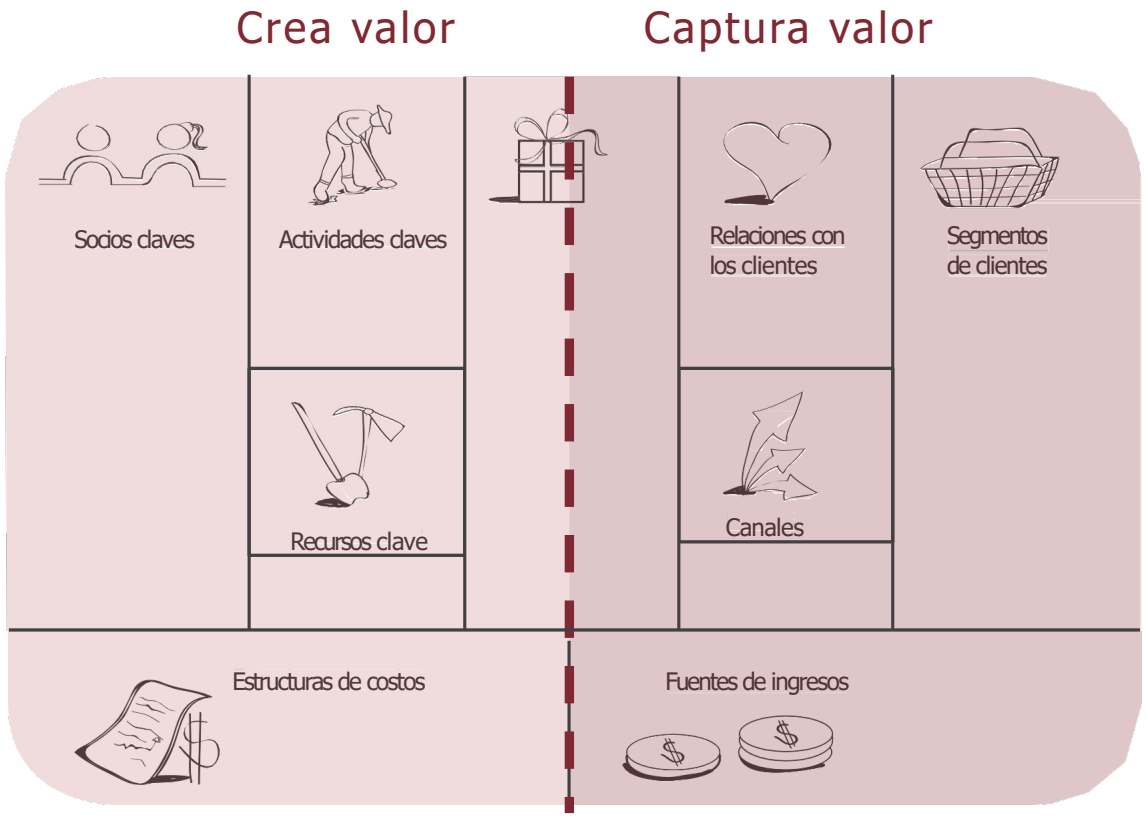
- Áreas de empaque en los sitios de producción
- Ferias nacionales e internacionales
- Tiendas online

Relación con los clientes



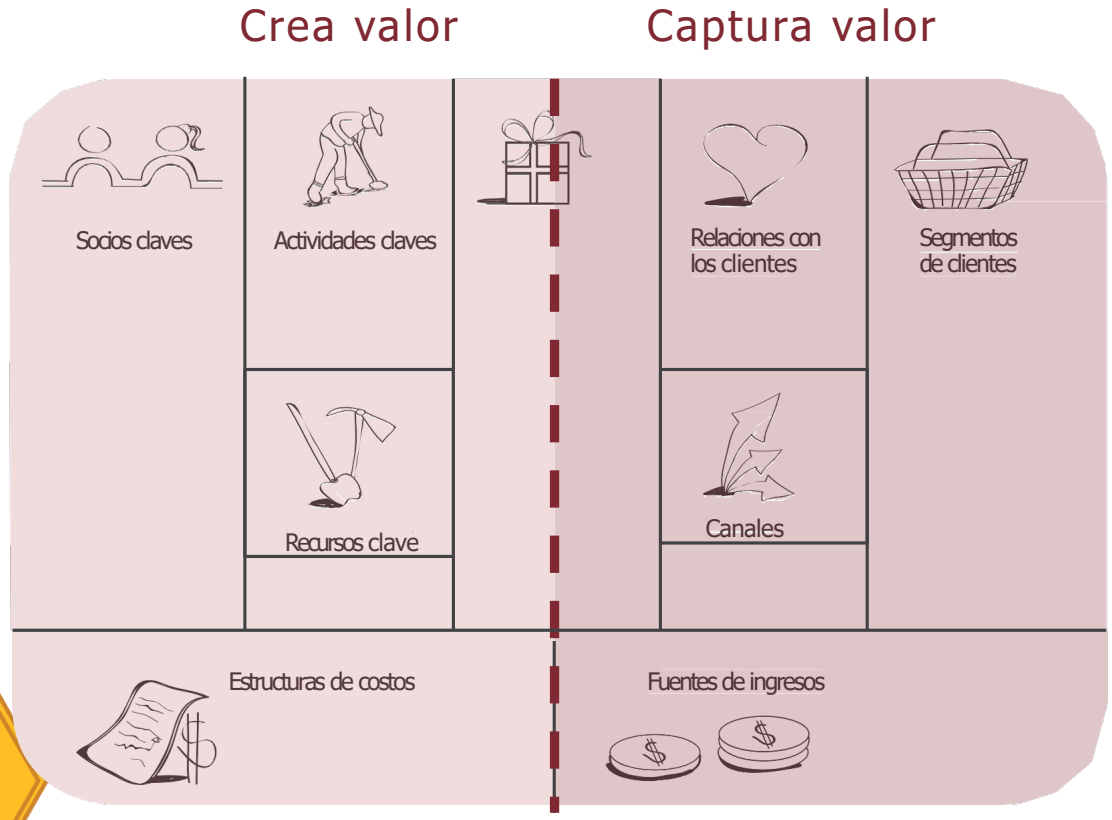
Definir el tipo de relación que mantendremos con los clientes y la manera en la que afecta al resto de los bloques del lienzo CANVAS, como por ejemplo ofrecer una asistencia personal o automatizada repercute directamente en la propuesta de valor.

Flujo de ingresos



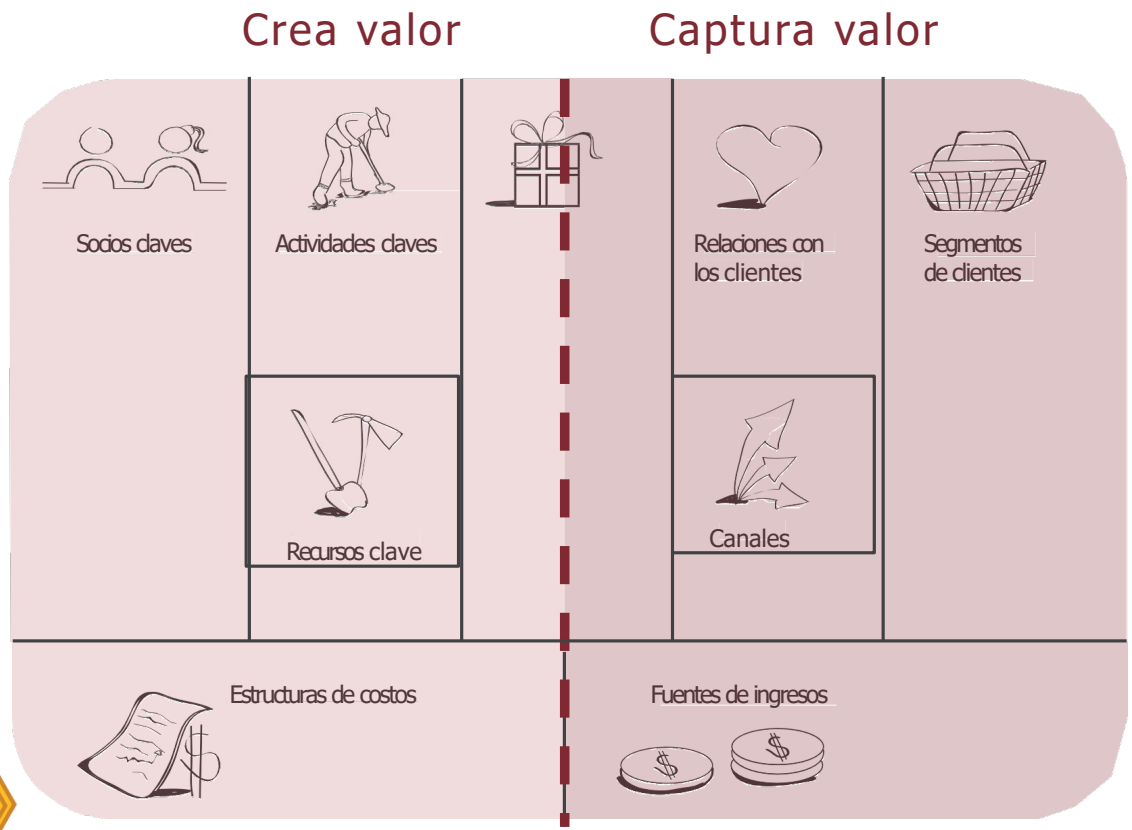
Mecanismos por los cuáles el emprendimiento obtiene sus ingresos, definiendo si se establecen precios únicos o planes de suscripción, afiliación y demás modalidades que determinarán la eficiencia del flujo de caja, la liquidez disponible y las relaciones del flujo de ingresos con el resto de los bloques repercutirán en unas mayores o menores ganancias.

Estructura de costos



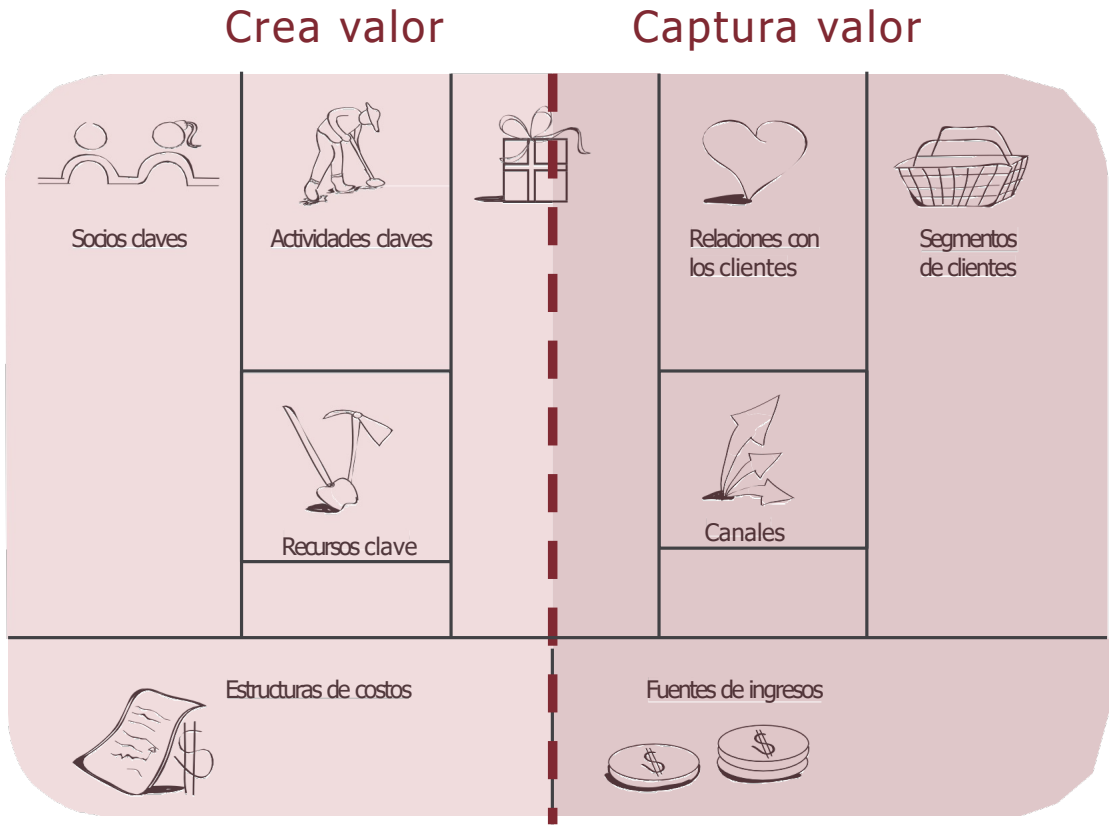
Determinar con claridad la estructura de costes de la empresa es la piedra angular de la viabilidad económica. Dicha estructura vendrá determinada en gran medida por el coste de los recursos y las alianzas clave, así como por otra serie de costes operacionales que debemos detallar en nuestro modelo de negocio.

Recursos clave



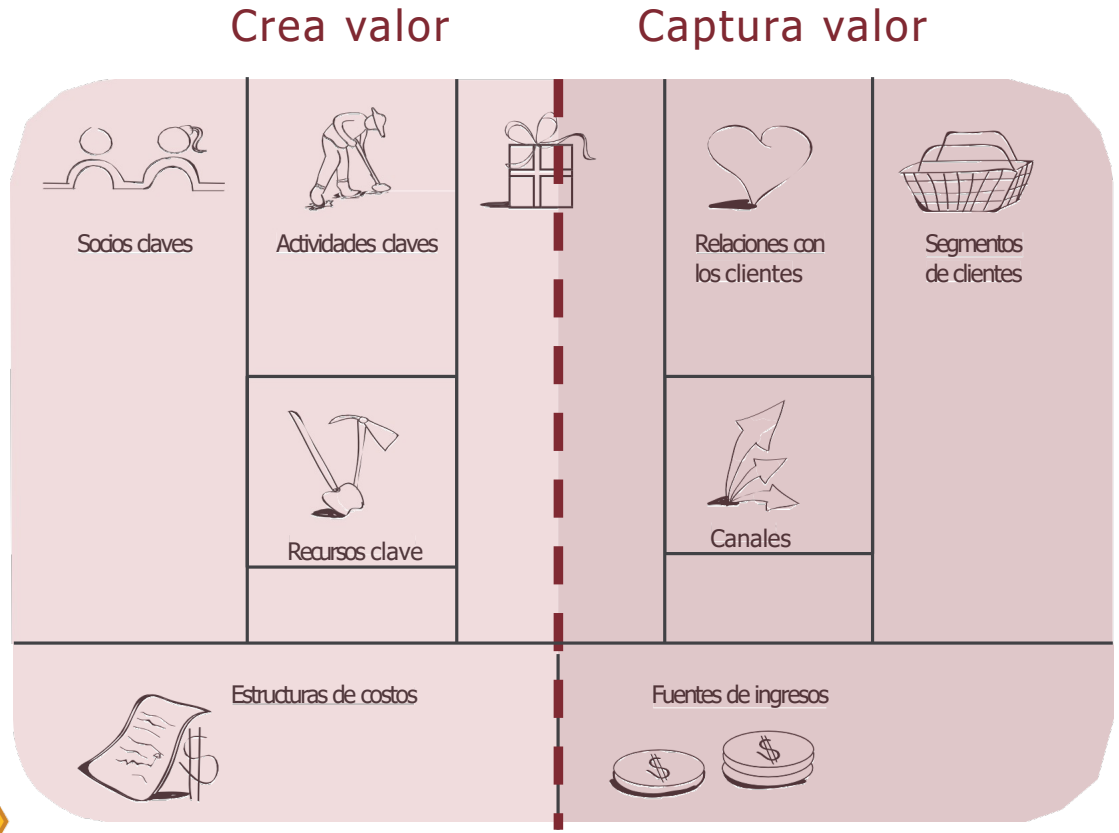
Son los recursos físicos, humanos y monetarios necesarios para el desarrollo de la actividad empresarial, ya que una infradotación de recursos o lanzarse al mercado sin los medios necesarios puede derivar en una gestión deficiente, mientras que un derroche de recursos conduce a un alto coste de oportunidad.

Actividades clave



Son los procesos fundamentales sobre los que recae la responsabilidad de una buena interrelación entre los distintos bloques que forman el modelo de negocio. La mayoría son internos, como por ejemplo de producción, marketing, logística, etc. cuyo buen desempeño es fundamental para la eficiencia de un modelo de negocio.

Alianzas clave



Las alianzas permiten crear vínculos con agentes como proveedores, empresas de diferentes sectores, etc. que desarrollan actividades que nuestra empresa no genera por sí misma, bien porque no es eficiente en ellas o porque preferimos centrarnos en una mayor especialización de la propuesta de valor.

EJEMPLO 1:
EMPRENDIMIENTO GRANJA INTEGRAL AUTOSUFICIENTE RIO FRÍO

SOCIOS CLAVES

Emprendimientos de turismo locales
Tiendas proveedoras de productos agroecológicos
Servicios de transporte - cooperativas
Productores y finqueros aledaños

ACTIVIDADES CLAVES

Diagnóstico de productos que tengan preferencia los potenciales clientes
Planificación sostenible de siembra y cosecha de cultivos

RECURSOS CLAVE

Infraestructura (turismo)
Extensión de terreno (área para cultivo)
Cultivo de mamón chino establecido
Ubicación con alta biodiversidad (zona turística)
Gran cantidad de agua y ríos

PROPUESTA DE VALOR

Proveemos de productos agroecológicos a tu hogar **"del campo a la mesa"**
así como de vivir la experiencia y aprendizaje en la finca, para que consumas y vivas de forma más saludable.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Enseñanza al estilo de escuela de campo a turistas y público en general respecto a cultivos y el manejo agroecológico de la finca.
Estancias cortas de aprendizaje
Venta al por mayor y menor de los productos de la finca

CANALES

Distribución de los productos a través de logística propia o distribución

Ferias y mercados locales de productos orgánicos

Venta online y promoción por redes sociales

SEGMENTO DE CLIENTES

Consumidores de productos agroecológicos

Turistas

Investigadores

Instituciones educativas

ESTRUCTURA DE COSTOS

Transporte, manejo de sitios web, mantenimiento, insumos biológicos, capital de trabajo, equipo y maquinaria, biofertilizantes, empaques.

FUENTE DE INGRESOS

Venta de productos agroecológicos (mamón chino, huevos, tilapia, yuca, guanábana y producción de queso), venta de paquetes turísticos y experiencias vivenciales

Visión y propuesta de valor.

Proveemos de productos agroecológicos a tu hogar "del campo a la mesa" así como de vivir la experiencia y aprendizaje en la finca, para que consumas y vivas de forma más saludable.

EJEMPLO 2: PAFIR

PROPUESTA DE VALOR:

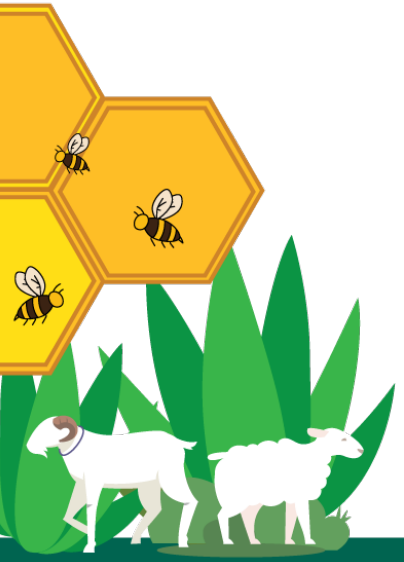
“Proveemos materias primas y compuestos derivados de biomasa agrícola sustentable (fibra de piña) para las industrias textil y de productos plásticos, contribuyendo a la disminución de la contaminación en los sectores industrial y agrícola”.

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
Propietarios de Fincas piñeras. Industrias textiles MICITT PINN (Financiamiento) Red Canyon (Aceleradora) CATIE	Desarrollo de prototipos. Investigación y Desarrollo de nuevos productos. Compra de biomasa de piña **RECURSOS CLAVES** Fincas piñeras Biorrefinería Asesores y agrónomos CIPRONA/UCR (Planta Piloto)	Proveemos materias primas y compuestos derivados de biomasa agrícola sustentable para las industrias textil y de productos plásticos, contribuyendo a la disminución de la contaminación en los sectores industrial y agrícola.	Visitas a las empresas industriales. Asesoría en manejo de los productos. Visitas y demostraciones de los productos **CANALES** Sitio web Venta on line Empresas exportadoras Ventas directas a fabricantes locales	Industria textil Plastificantes de asfaltos Empresas farmacéuticas Fabricantes de resinas Fabricantes de adhesivos Fabricantes de detergentes y dispersantes Fabricantes de botellas de refrescos Fabricantes de productos de aislamiento y empaque

ESTRUCTURAS DE COSTOS	FUENTES DE INGRESOS
Transporte de la biomasa Extracción de compuestos Producción de materiales para la industria textil Recursos humanos y administración	Venta de fibras textiles Venta de celulosa y hemicelulosa Venta de lignina Asesoría a empresas

Trabajo participativo

Completando el Lienzo del Modelo de Negocios



Instrucciones para crear la propuesta de valor

- Regrese a su grupo y complete todos los bloques del Lienzo del Modelo de Negocios.
- Asigna un color específico a cada bloque del Canvas:
  - Segmentos de Clientes
  - Propuesta de Valor
  - Canales
  - Relaciones con Clientes
  - Fuentes de Ingresos
  - Recursos Clave
  - Actividades Clave (Morado)
  - Socios Clave
  - Estructura de Costos

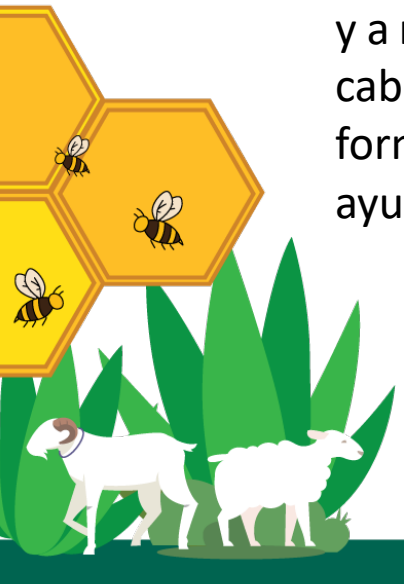
Los participantes colocan sus tarjetas en el bloque correspondiente del lienzo del Business Model Canvas.

Después del lienzo

No enmarques el Canvas; es decir que te cuestiones todo lo que pones en él y entiendas que es una herramienta que te ayuda a tomar decisiones y a entender qué experimentos has de hacer para verificar que lo que dices es cierto.

No dediques demasiado tiempo a hacer tu primer Canvas, acostúmbrate a romperlo y a rehacerlo. Al final el Canvas lo tienes en la cabeza, lo importante es que estructura tu forma de pensar acerca del negocio, y te ayuda a cambiar.

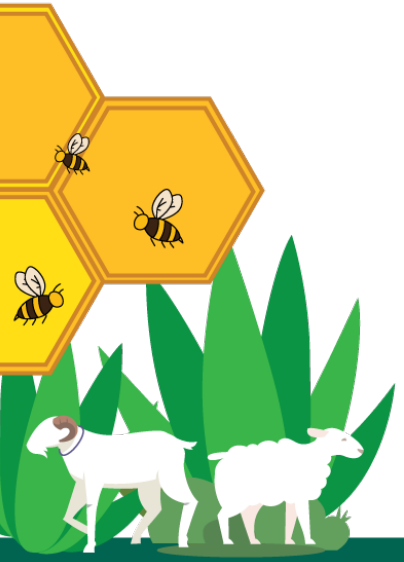
Distingue el Canvas de lo que es un plan de negocio o business plan. En los primeros momentos de un emprendimiento o startup no es adecuado que abordes la redacción de un plan de negocio. Utiliza un Canvas para poder cambiarlo al ritmo al que descubres cosas nuevas sobre cómo una puedes crear, entregar y captar valor a tus clientes.



Pitch del Negocio

Un pitch viene del concepto de contar tu idea a otro en un tiempo y espacios definidos, generalmente 30 segundos a 3 minutos.

El pitch es comúnmente usado en el mundo del emprendimiento para **exponer tu idea a comités de incubadoras, en eventos de búsqueda de fondos o incluso para buscar socios o colaboradores**.



Tipos de Pitch

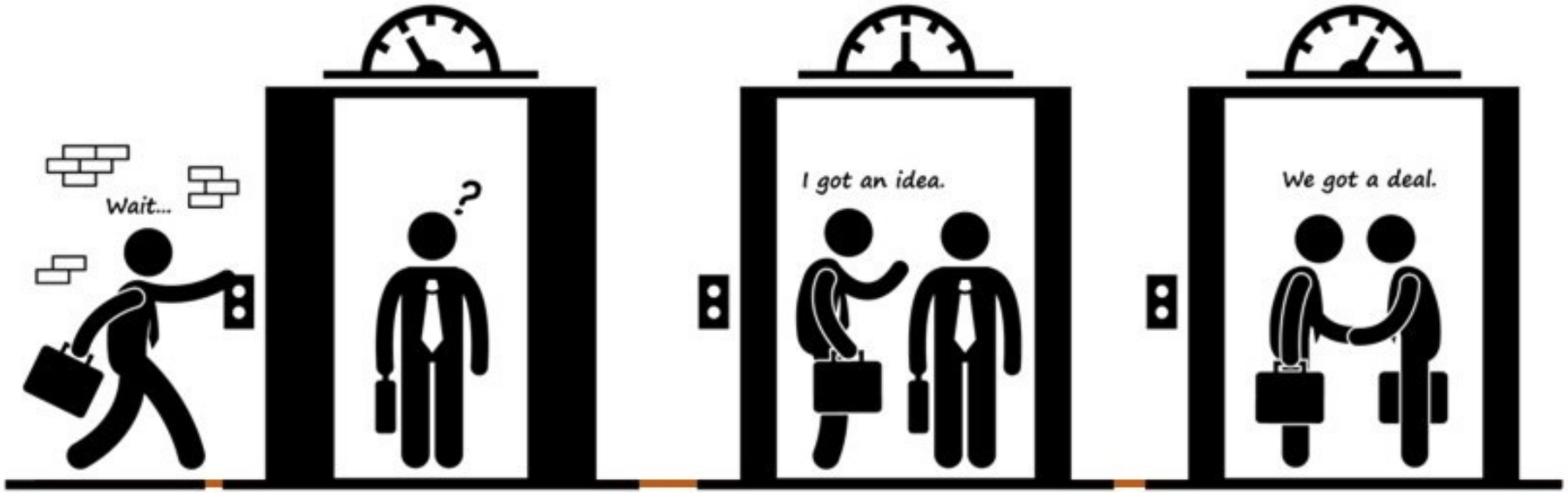
1.Elevator Pitch: Una presentación rápida, de 30 a 60 segundos, ideal para situaciones informales o encuentros breves.

2.Pitch Comercial: Enfocado en vender un producto o servicio a potenciales clientes.

3.Pitch para Inversionistas: Presentación más detallada que busca asegurar financiamiento para el proyecto.

4.Pitch Deck: Una serie de diapositivas que resumen los aspectos clave del negocio, usado en reuniones formales.

Elevator Pitch



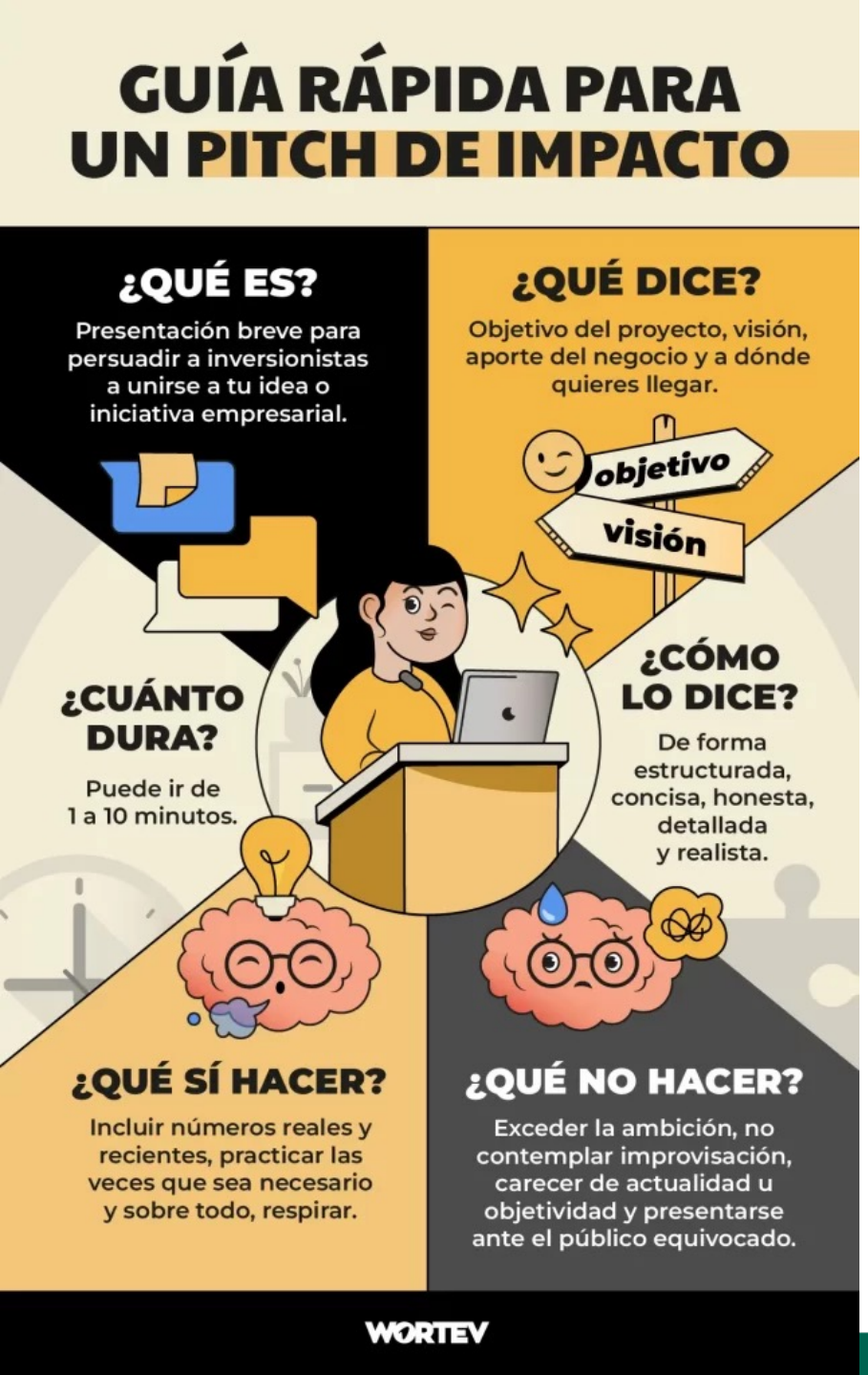
Video 1

Estructura de un Pitch

1. **Introducción**: Presenta quién eres y tu empresa.
2. **Problema**: Describe el problema que estás resolviendo.
3. **Solución**: Explica cómo tu producto o servicio resuelve el problema.
4. **Mercado**: Define tu mercado objetivo y su tamaño.
5. **Modelo de Negocio**: Explica cómo ganarás dinero.
6. **Competencia**: Muestra tu ventaja competitiva.
7. **Equipo**: Presenta a tu equipo y sus habilidades.
8. **Llamada a la Acción**: Termina con una solicitud clara, ya sea financiamiento, una reunión o una prueba del producto.

Tomar en cuenta

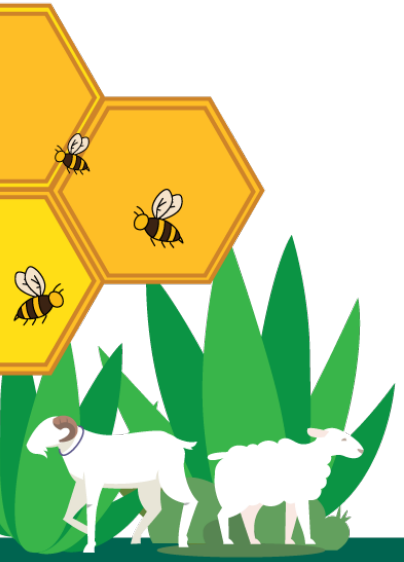
- **Cuenta una historia**: Explica cuál es el problema que resuelve tu emprendimiento y cómo lo hace de manera atractiva
- **Destaca tu propuesta de valor**: Menciona qué te diferencia de la competencia y por qué tu producto o servicio es mejor
- **Sé breve y conciso**: Debes lograr transmitir tu idea en un tiempo limitado, idealmente entre 30 segundos y 2 minutos.
- **Apasiónate**: Demuestra tu entusiasmo y confianza en tu proyecto.
- **Llama a la acción**: Indica qué esperas del oyente, ya sea inversión, una reunión o que pruebe tu producto.


GUÍA RÁPIDA PARA
UN PITCH DE IMPACTO
¿QUÉ ES?
Presentación breve para persuadir a inversionistas a unirse a tu idea o iniciativa empresarial.
¿QUÉ DICE?
Objetivo del proyecto, visión, aporte del negocio y a dónde quieres llegar.
objetivo
visión
¿CUÁNTO DURA?
Puede ir de 1 a 10 minutos.
¿CÓMO LO DICE?
De forma estructurada, concisa, honesta, detallada y realista.
¿QUÉ SÍ HACER?
Incluir números reales y recientes, practicar las veces que sea necesario y sobre todo, respirar.
¿QUÉ NO HACER?
Exceder la ambición, no contemplar improvisación, carecer de actualidad u objetividad y presentarse ante el público equivocado.
WORTEV

Video 2

Trabajo participativo

Desarrolla tu Pitch



Preparándose para el Pitch

- Hacer un guion para una presentación de 3 minutos
- Pueden mostrar sus productos
- Sigan la guía de contenido de Pitch
- Asegúrense que cada integrante tenga la posibilidad de participar

30 MINUTOS

Trabajo participativo

Preparación de
la visita clientes