

9 consejos de expertos para dar tu mejor pitch



José Longino Torres | Redacción Nacional

Realizar un **buen pitch** o presentación de tu propuesta de negocio ante **inversionistas** o **jueces** de un concurso puede ser la **clave para lograr el éxito de tu startup**, coincidieron expertos.

Estos **especialistas** en **negocios** e **inversiones** estuvieron presentes en la [International Pitching Competition](#), evento realizado el 8 de marzo en el marco de **Casa México** dentro del festival **South by Southwest (SXSW)** en Austin, Texas, en la universidad Huston-Tillotson.

Con su experiencia, compartieron **consejos para que emprendedores** puedan realizar su mejor pitch y encaminar su startup a **sobresalir** en el **mundo de los negocios**:

LEE MÁS:

1) DEFINE EL PROBLEMA Y DA LA SOLUCIÓN

El Dr. Rafael Lorenzo Piñón, director del Ecosistema de Emprendimiento Innovador en Tecnológico de Monterrey, expresó que es importante que el emprendedor construya su mensaje.

*"(Que) el emprendedor hable un poco de su background y porqué se está enfocando en resolver el problema. **Debe definir cuál es el problema, a quién afecta ese problema y cuál es la propuesta de solución y la propuesta de valor del emprendedor**".*

Consejos para realizar un mejor pitch. width="900" loading="lazy">

2) DIRÍGETE A UNA AUDIENCIA ESPECÍFICA

El Dr. Lorenzo mencionó que desde el inicio, el **emprendedor** debe **identificar a quién le va a dirigir su mensaje**.

*"(Determinar) si se está dirigiendo a **clientes potenciales, a inversionistas, a su equipo, donde tiene que inspirar**", mencionó.*

Jueces. width="900" loading="lazy">

3) DEJA 3 IDEAS QUE LLAMEN LA ATENCIÓN

De la Garza señaló que es **importante** pensar en **3 ideas** que puedas **recalcar** en 5 minutos **para que se acuerden de ti**, dependiendo de cada emprendimiento.

Lorenzo agregó que hay que **pensar sobre qué es lo atractivo para tu público**: *"Por ejemplo, a **inversionistas, hablar sobre el crecimiento de mercado, o de llegar a mercados nuevos. Para clientes, cómo tu propuesta soluciona el problema de una forma mejor, diferente o más efectiva**".*

Pitch ante jueces. width="900" loading="lazy">

4) LO MÁS SIMPLE POSIBLE

Pedro Pablo Paredes, director de productos de SAP en República Dominicana y juez del International Pitch Competition, aseguró que **lo más importante es dar un pitch lo más sencillo posible**, con **menos palabras** y con una historia relatable.

*"Quítale las palabras a los 'slides', no importa la 'data'. Ten un concepto visual y trata de explicarlo de la manera más sencilla posible. **Si has podido minimizar tu idea en algo tan sencillo, significa que entiendes exactamente el producto y no hay ninguna duda de cómo vas a ganar dinero**".*

Pitch width="900" loading="lazy">

5) BUSCA TOCAR LAS FIBRAS DEL PÚBLICO

*"El storytelling es ese arte de diseñar **mensajes** y una **comunicación** que **toque las fibras del público** y que el mensaje esté bien estructurado para que el público entienda y sienta lo que le estás diciendo. Esta parte del storytelling es fundamental", detalló el Dr. Lorenzo.*

Pitch width="900" loading="lazy">

6) GENERA UNA CONEXIÓN DE EMPATÍA

Rogelio de los Santos, presidente de INCmty, el festival de emprendimiento organizado por el Tec de Monterrey, **señaló que el único objetivo de un pitch es hacer conexión** con tu audiencia.

*"Recuerda que **tu único objetivo es hacer una conexión**, que genere un "aha moment", **un momento de sorpresa**, en quien te está escuchando diga: **'Nunca había logrado esa conexión'**; esa es la **receta secreta para ser efectivo y exitoso con un pitch**".*

Pitch width="900" loading="lazy">

7) CIERRA CON UN "CALL TO ACTION"

Al público o al mercado tiene que quedar claro cuál es el **"call to action"**, afirmó Lorenzo.

*"Que visiten tu página, que prueben tus productos; al **inversionista**, que es una **oportunidad de inversión importante**, que has logrado cierta atracción de mercado; a tu **equipo**, cuál es el propósito o misión de tu empresa", afirmó.*

Pitch competition. width="900" loading="lazy">

8) PRACTICA, PRACTICA Y PRACTICA

Un pitch no es algo como si fuera una **plática**. **Tienes que practicar frente al espejo y frente a otros**, recomendó Lorenzo.

*"Hay veces que tienes 5 o 10 minutos para **exponer tu idea de negocio**, pero a veces tienes 30 segundos o un minuto para **llamar la atención del público** y que **posteriormente puedas tener una segunda interacción con ellos**", dijo.*

Pitch. width="900" loading="lazy">

9) VIVE LA EXPERIENCIA Y DIVIÉRTETE

Puedes ser muy bueno y no ganar, pero eso no significa nada, aseguró De la Garza.

*"(Debes) **llevarte la experiencia** para que inversionistas quieran platicar contigo. **Eso es lo más importante**. Y **divertirse**, porque ser emprendedor es difícil. Lo que lo hacen es una carrera muy difícil, pero la satisfacción de serlo es increíble. **No se den por vencidos y adelante**".*

Pitch. width="900" loading="lazy">

¿Y CUÁLES SON LOS ERRORES A EVITAR?

Los expertos señalaron algunos de los errores más comunes en los pitches:

1) NO DEJAR CLARO LO QUE QUIERES DECIR

"Si el juez te pregunta de qué se trata tu negocio, ya perdiste 5 ó 10 minutos. Por eso tienes que estructurar tu mensaje y practicar", señaló el director del Ecosistema de Emprendimiento Innovador .

2) SER MUY TÉCNICO

Lorenzo añadió que a veces **no todos entienden lo que estás diciendo por hablar un lenguaje**

muy técnico, y eso no deja comunicar el mensaje del emprendimiento y del emprendedor.

Pitch. width="900" loading="lazy">

3) NO TENER DEFINIDO UN "CALL TO ACTION"

*"¿Qué quieres conseguir al llamar la atención? Por ejemplo, entregar una tarjeta, tener una segunda cita, tener una prueba demostrativa. **A veces no está definido**", apuntó Lorenzo.*

4) NO HABLES DE TI, HABLA DEL CLIENTE

Hugo Garza, director del **Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera**, aseveró que lo más importante es que el emprendedor no esté ensimismado.

"Que (el emprendedor) esté pensando, no en sí o en su idea, sino a quién va a servir. Si uno está convencido del valor agregado que estás dando a la comunidad, a tus clientes, pues estás trabajando por ellos", dijo.

Rogelio de los Santos coincidió en que lo importante es hablar sobre el cliente.

*"Para quién te está escuchando **descubra en el brillo de tus ojos la pasión que tienes por resolver el problema** y que estás tan enamorado de cómo resolverlo que va a decir: 'Esta persona va a encontrar tarde o temprano la mejor solución'", finalizó,*

LEE MÁS: