



**Cámaras**  
Andalucía

**Cámara**  
de Comercio de España

Fondo Europeo de Desarrollo Regional - FEDER  
Una manera de hacer Europa

**InnoCámaras**

**STARTUP  
ANDALUCÍA  
ROADSHOW**

# Cómo presentar el contenido de mi Modelo de Negocio en 5 minutos

José Ignacio Clemente  
Octubre 2022



**Cámaras**  
Andalucía

**Cámara**  
de Comercio de España

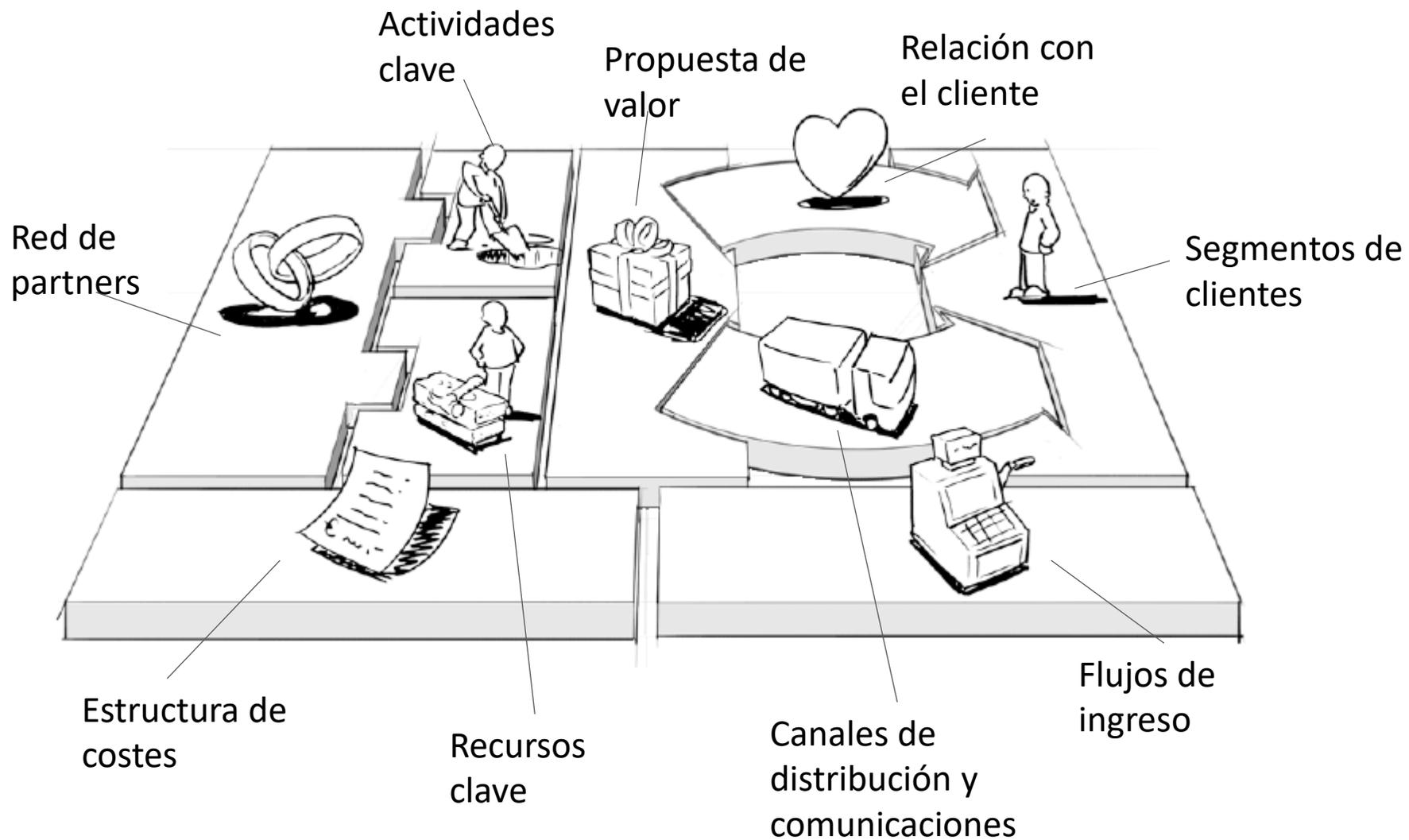
Fondo Europeo de Desarrollo Regional - FEDER  
Una manera de hacer Europa

**InnoCámaras**

**STARTUP  
ANDALUCÍA  
ROADSHOW**

# Cómo presentar el contenido de mi **Modelo de Negocio** en 5 minutos

José Ignacio Clemente  
Octubre 2022

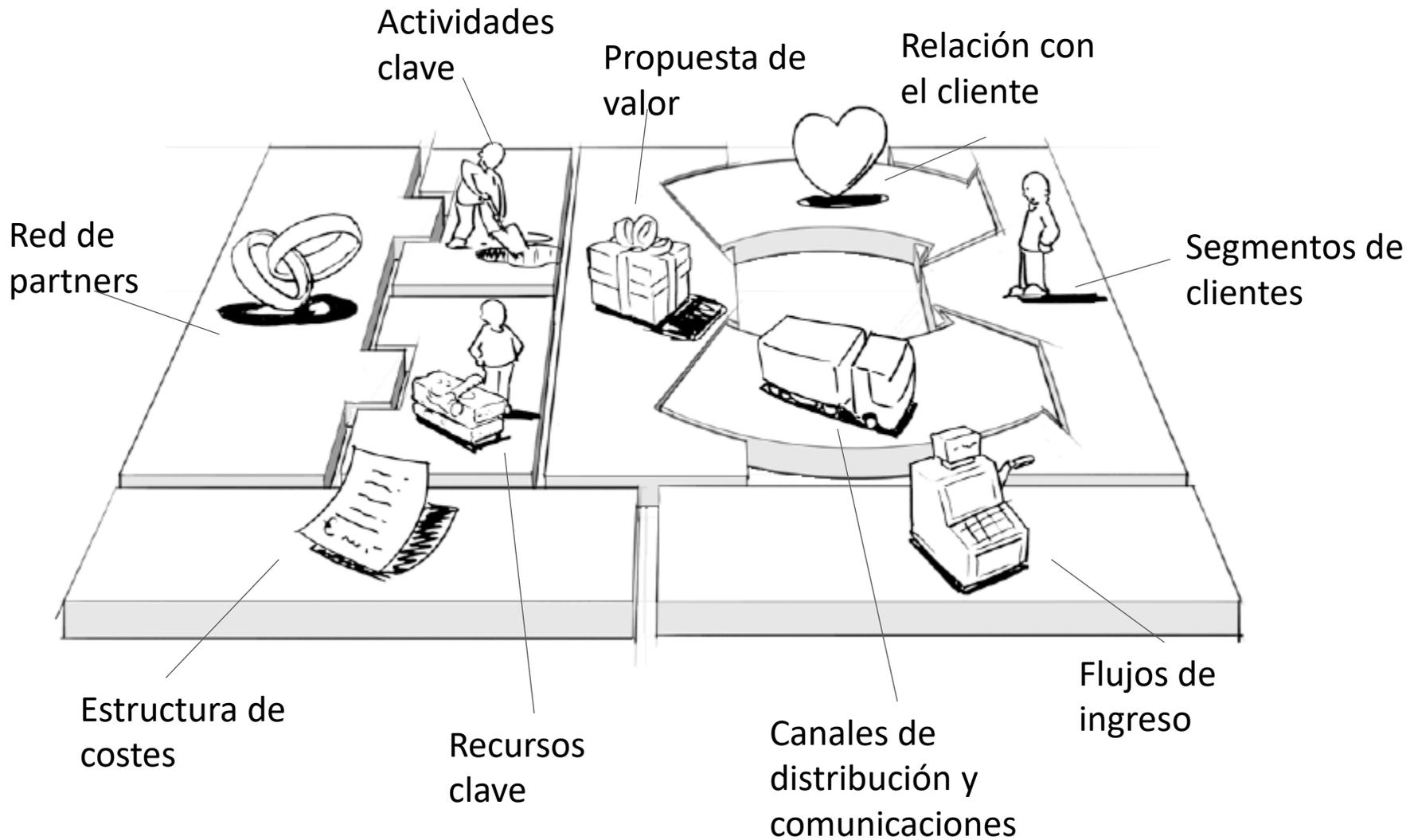


Fuente: Business Model Generation Book. Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. 2010

<b>Socios clave</b>	<b>Actividades clave</b>	<b>Propuesta de Valor</b>	<b>Relaciones con los Clientes</b>	<b>Segmentos de clientes</b>
<p>Sociedad Salesiana (facturación, NIT...)</p> <p>Supermercados (Hipermaxi, IC Norte)</p> <p>OFPROBOL</p> <p>Proveedores (pienso, packaging y carne de Llama)</p>	<p>Orientación al Cliente.</p> <p>Comunicación</p> <p>Formación.</p> <p>Control de trazabilidad en cada proceso.</p> <p>Producción bajo estándares.</p>	<p>Marca Gourmet.</p> <p>Exclusividad.</p> <p>Calidad excelente (tanto en procesos como en materias primas).</p> <p>Tradición italiana y artesanía boliviana.</p>	<p>Fidelización con la empresa con la Web:</p> <p>Solidarización con la Obra Salesiana.</p> <p>Historia e Información.</p> <p>Recetas.</p> <p>Videos.</p>	<p>Mercado Principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interesados en productos tipo gourmet.</li> <li>-Alto nivel adquisitivo.</li> <li>-Ubicado en núcleos urbanos.</li> <li>- Conocedor del producto.</li> </ul> <p>Mercado Local:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Imprescindible mantener para la continuidad y el sentido solidario de la empresa.</li> </ul>
<b>Estructura de Costes</b>	<p>Coste de personal.</p> <p>Inversión en instalaciones y maquinaria</p> <p>Criadero de cerdos (piensos)</p> <p>Impuestos</p> <p>Packaging</p> <p>Transporte</p> <p>Web</p>	<p>Venta en supermercados, cobro de 30 a 60 días.</p> <p>Efectivo en venta en local y pequeñas tiendas.</p> <p>Contra reembolso venta web</p> <p>Venta de segunda calidad y descartes de embutidos de la tienda.</p>	<b>Fuentes de Ingresos</b>	







¿Cómo puedo contar mi Modelo de Negocio de manera interesante, sin perder la información clave y en un corto espacio de tiempo?

# The Minute Canvas ©

# 4 PREGUNTAS CLAVE

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?

¿CÓMO SATISFACEMOS SUS NECESIDADES?

¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?

# 4 PREGUNTAS CLAVE

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

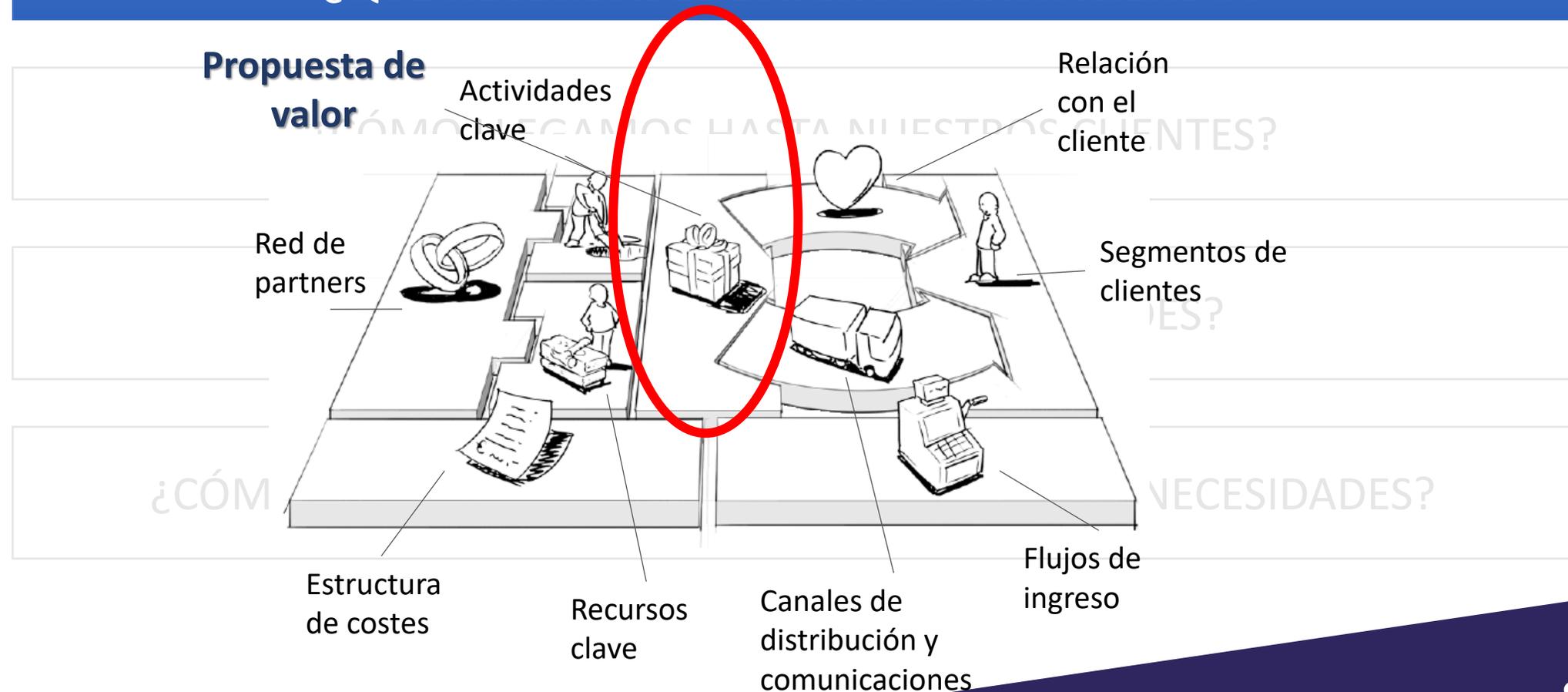
¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?

¿CÓMO SATISFACEMOS SUS NECESIDADES?

¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?

# 4 PREGUNTAS CLAVE

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?



# 4 PREGUNTAS CLAVE

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?

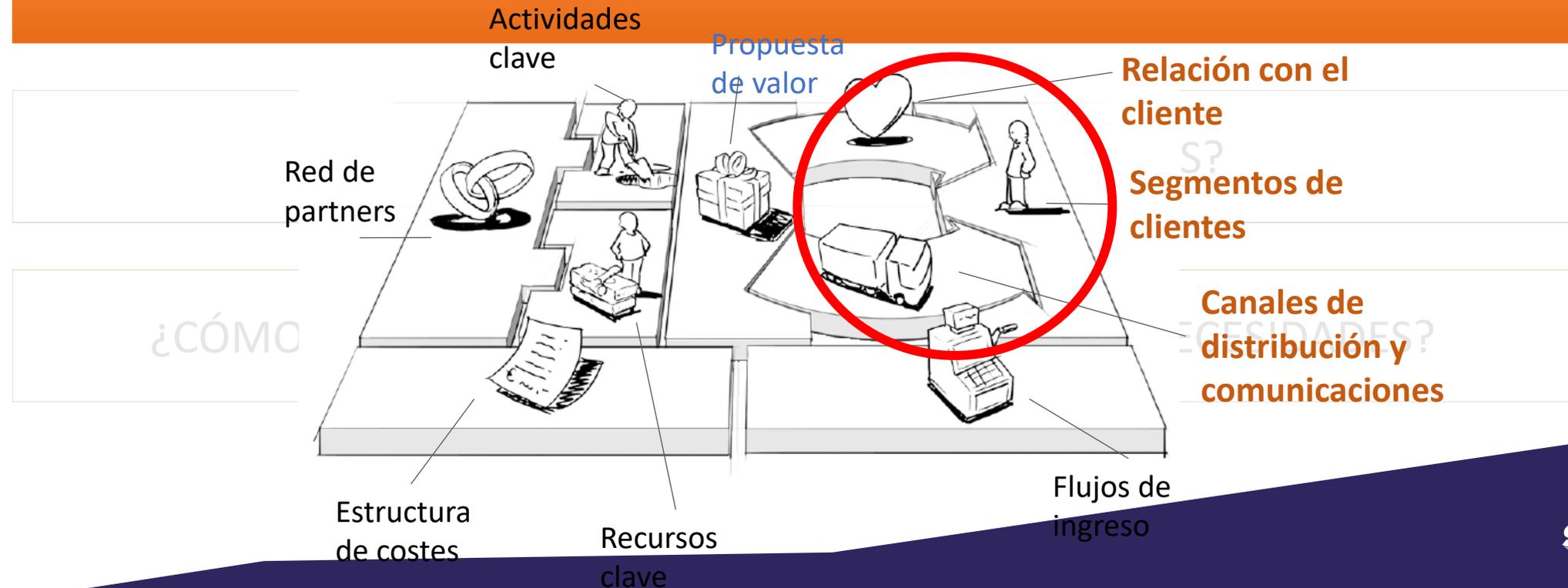
¿CÓMO SATISFACEMOS SUS NECESIDADES?

¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?

# 4 PREGUNTAS CLAVE

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?



# 4 PREGUNTAS CLAVE

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?

¿CÓMO SATISFACEMOS SUS NECESIDADES?

¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?



# 4 PREGUNTAS CLAVE

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?

¿CÓMO SATISFACEMOS SUS NECESIDADES?

¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?

# 4 PREGUNTAS CLAVE



¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?



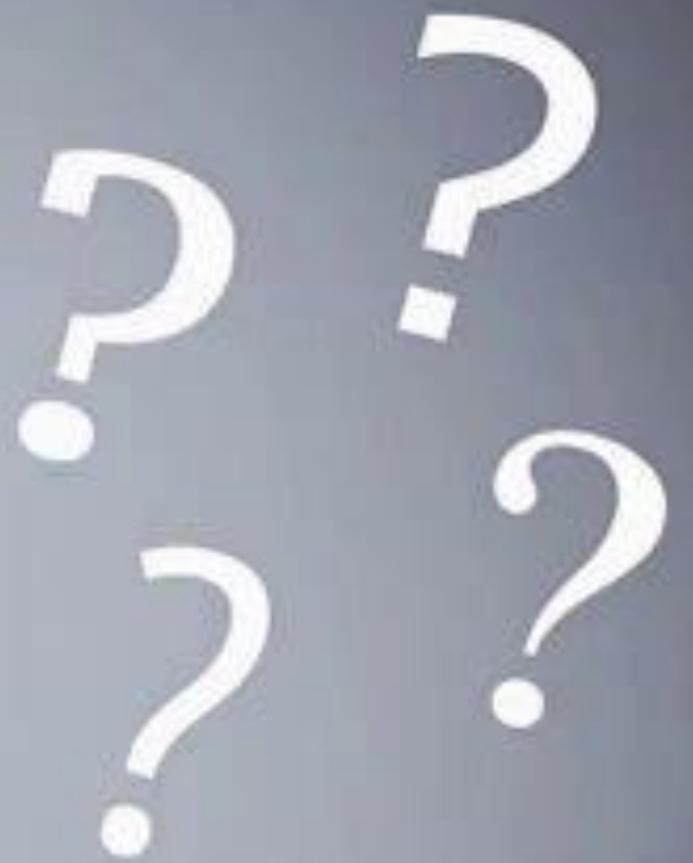
¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?

¿CÓMO SATISFACEMOS SUS NECESIDADES?

¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?

¿Algo más a  
tener en  
cuenta?





Los 10 Errores más habituales al realizar un “Elevator Pitch” para inversores

1º



**¡Necesito el dinero YA!**

No creas que encontrar financiación es una tarea fácil  
A los inversores no les gustan las prisas y no es una  
buena carta de presentación tener la empresa  
bloqueada.

# 1º

# ALTERNATIVA

Ten una estrategia realista

Detalla las acciones realizadas hasta la fecha, que muestren tus **progresos**.

Propón que **hitos** quieres conseguir en el futuro (no fijes simplemente los objetivos, cuantifica el tiempo y el presupuesto requerido)

¡Necesito el dinero YA!

No creas que encontrar financiación es una tarea fácil  
A los inversores no les gustan las prisas y no es una buena carta de presentación tener la empresa bloqueada.



Gráfico 1. Peso de las distintas fuentes de capital semilla a las que han accedido (o esperan acceder) los emprendedores nacientes (2016-2018)



Fuente : Instituto Español de Analistas Financieros a partir de datos Informe GEM España

## Perder la perspectiva

Encontrar un inversor privado es un medio, no un fin por si mismo.

Los inversores privados son simplemente una de las formas de financiar la empresa.

# 2º

# ALTERNATIVA

Ten un modelo de negocio contrastado

Una vez tengas claro qué ofreces y quién te lo va a comprar, adivina si cuadra con las expectativas de un inversor privado (plazo para retorno de inversión, escalabilidad, etc.)

Perder la perspectiva

Encontrar un inversor privado es un medio, no un fin por si mismo.  
Los inversores privados son simplemente una de las formas de financiar la empresa.





# 3º

# ALTERNATIVA

## Empieza por explicar lo elemental

Cuando quieras hablar de mercado y de que parte del pastel quieres, explica **quién** es tu cliente y **por qué** pagará por tu producto o servicio, cómo **captarás** nuevos clientes y como te **conocerán**.

¡Es más importante EL MODELO DE NEGOCIO que el Plan de Negocio!

## Poner el Modelo (o el Plan) de Negocio por encima de todo

Lo que no quiere decir que no haya que hacerlo

¿QUÉ PROBLEMAS DE NUESTROS CLIENTES ESTAMOS RESOLVIENDO?  
¿QUÉ NECESIDADES ESTAMOS SATISFACIENDO?

¿CÓMO SATISFACEMOS SUS NECESIDADES?

¿CÓMO LLEGAMOS HASTA NUESTROS CLIENTES?

¿CÓMO GANAMOS DINERO SATISFACIENDO ESAS NECESIDADES?

# 4º



## Enfocar la presentación en los aspectos técnicos

Recuerda que seguramente a quién te diriges no es “CLIENTE OBJETIVO” (y además, seguramente no sabrá “de todo”)

# 4°

# ALTERNATIVA

## Crea una historia

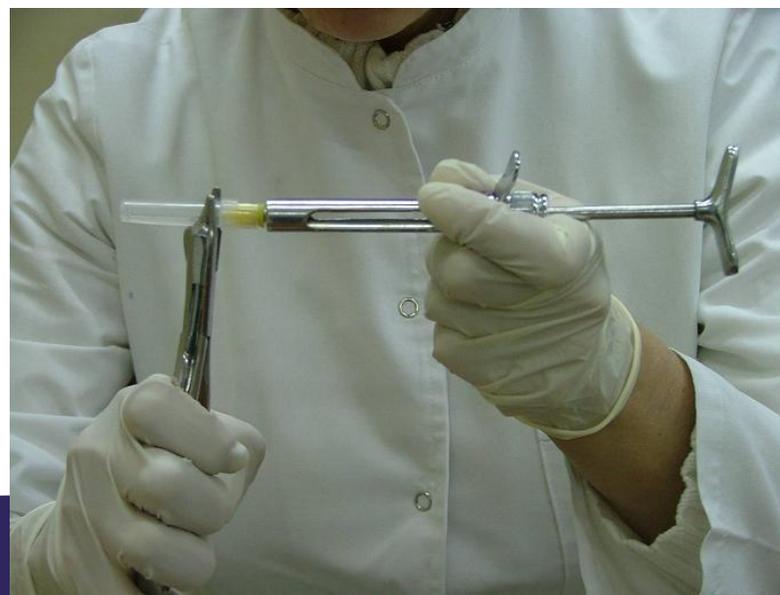
Céntrate en explicar el **problema** que soluciona tu servicio / producto.

Si tienes la oportunidad muestra una **demo** en la que el inversor entienda por qué los clientes lo van a usar.

Si buscas un inversor privado, ten claro cual es tu objetivo inicial: **captar su interés**

## Enfocar la presentación en los aspectos técnicos

Recuerda que seguramente a quién te diriges no es “CLIENTE OBJETIVO” (y además, seguramente no sabrá “de todo”)



# 5°

UNID.	DESCRIPCION	PRECIO	IMPORTE
1	Z. NAT. NARANJA	15,00	15,00
1	COCA COLA M	6,50	6,50
<hr/>			
BASE	%IVA	IMP. IVA	
19,55	10,00	1,95	
<hr/>			
TOTAL		21,50	

## Hacer una Valoración de tu empresa muy elevada

Una sobrevaloración complica el futuro de la empresa, tanto desde el punto de vista financiero como relacional.

Si quieres que todos ganen (el famoso Win-Win), y que los riesgos sean repartidos equitativamente, sopesa tu valoración antes de buscar capital

# 5°

# ALTERNATIVA

## Se honesto contigo mismo

Haz una previsión pesimista de ingresos y gastos.

Calcula la rentabilidad para el inversor.

Ofrecer un porcentaje de participación acorde con la **cantidad a aportar.**

## Hacer una Valoración de tu empresa muy elevada

Una sobrevaloración complica el futuro de la empresa, tanto desde el punto de vista financiero como relacional.

Si quieres que todos ganen (el famoso Win-Win), y que los riesgos sean repartidos equitativamente, sopesa tu valoración antes de buscar capital





# 6º

# ALTERNATIVA

## Ofrece Pactos de Socios

- Mayorías reforzadas
- Cláusulas de arrastre (obligación de que los socios minoritarios acompañen en la venta de sus participaciones (al mismo precio) al socio mayoritario.
- Clausulas de acompañamiento (se le permite salir de la sociedad, recuperando la inversión realizada)

## Aversión a rendir cuentas

Uno ha de ser consciente que quieres pasar de ser “tú negocio” a ser “vuestro negocio”.



# 7°



## No enfocarse al cliente

Hay que tener claro **quien** es tu cliente y su perfil socio-demográfico, **cómo** vas a llegar a él, y, sobre todo, cómo vas a resolver los problemas de tu cliente y cual es la solución que mejorará su vida (y por la que está dispuesto a pagar)

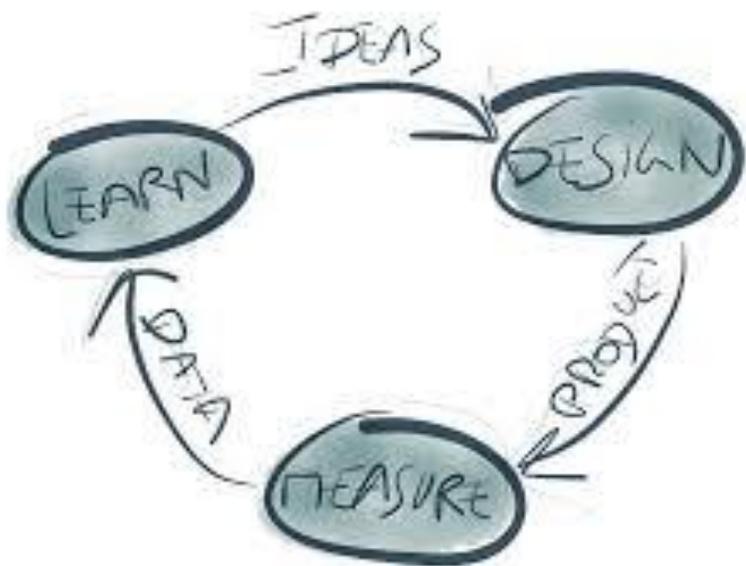
Si vas a crear una necesidad de compra nueva en tu cliente o asumes que todo el mundo es tu mercado, **el inversor difícilmente creará en tu idea.**

# 7º

# ALTERNATIVA

Pon al cliente en la cúspide de la estrategia

Aprende de los propios clientes para desarrollar el producto que necesitan de verdad, sal fuera de la empresa, habla con potenciales clientes,....



No enfocarse al cliente

Hay que tener claro **quien** es tu cliente y su perfil socio-demográfico, **cómo** vas a llegar a él, y, sobre todo, cómo vas a resolver los problemas de tu cliente y cual es la solución que mejorará su vida (y por la que está dispuesto a pagar)

Si vas a crear una necesidad de compra nueva en tu cliente o asumes que todo el mundo es tu mercado, **el inversor difícilmente creará en tu idea.**

# 8º



## Crear que no hay competencia

Si no hay competencia es porque no hay necesidad o porque existe pero no lo sabes.

Los productos sustitutos TAMBIÉN son competencia

# 8º

# ALTERNATIVA

## Dedica tiempo al Análisis

Busca información sobre cómo se cubre la necesidad en otras áreas geográficas, analiza productos complementarios, pregunta a potenciales clientes cómo cubren la necesidad...

## Crear que no hay competencia

Si no hay competencia es porque no hay necesidad o porque existe pero no lo sabes.

Los productos sustitutos TAMBIÉN son competencia





## Desconocer el perfil del inversor

En que suele invertir, qué es importante para él...etc.

# 9°

# ALTERNATIVA

## Prepara la presentación

Busca qué valor añadido tiene tu proyecto para el inversor, tanto financieramente como de otro tipo, anticipa posibles preguntas, elige los argumentos “para él”, ten claro los números (inversión, rentabilidad, periodo de retorno de inversión, etc.), tener claro para qué vas a usar el dinero, etc.

## Desconocer el perfil del inversor

En que suele invertir, qué es importante para él...etc.



10°

*Y por último.....*

# 10°

*Y por último.....*

No olvidar que la  
respuesta puede ser  
"NO"





gracias

