

ELEVATOR PITCH

PARA EMPRENDEDOR

INTRODUCCIÓN AL TUTORIAL

2: ¿Qué es un Elevator Pitch?

- Definición: Un mini discurso de 7 minutos que resume quién eres, qué haces y cómo tu marca o servicio puede ayudar a los demás.
- Importancia: No hay segundas oportunidades para primeras impresiones.
- Imagen ilustrativa

INTRODUCCIÓN AL TUTORIAL

3: ¿Para quién va dirigido?

- Conócelo antes de construir tu discurso.
- No es para todo el mundo, sino para tu cliente ideal.
- Elige atraer a quien realmente puede beneficiarse de tu servicio.
- Ejemplo: Diseñadora gráfica enfocada en pequeñas emprendedoras.

INTRODUCCIÓN AL TUTORIAL

4: Las 3 Preguntas Clave

1. ¿Quién eres o qué haces?
2. ¿Cuáles son las necesidades funcionales y emocionales de tu cliente?
3. ¿Cómo tu marca o servicio puede ayudar?

INTRODUCCIÓN AL TUTORIAL

5: Ejemplo de Presentación Personalizada

- Ejemplo: Soy profesor especializado en emprendimiento en innovación educativa, para la docencia superior privada.
- Diferenciación (Destacar lo que te hace único): Tengo maestría en inteligencia de negocio y soy consultor empresarial y docente desde hace 20 años.

INTRODUCCIÓN AL TUTORIAL

6: Conectar con las Emociones

- Las decisiones de compra tienen un componente emocional.
- Más allá de la solución funcional, hay un motivo profundo detrás.
- Ejemplo: Un logo no solo representa una empresa, también transmite confianza y profesionalismo.

7. Sigue este TUTORIAL:

Cómo construir un *Elevator Pitch* usando el Lean Canvas

El *elevator pitch* es un discurso breve (7 minutos) que explica clara y convincentemente tu idea de negocio. El Lean Canvas te permite estructurar ese discurso al identificar los elementos esenciales del modelo.

A continuación, aprenderás **cómo construir tu pitch paso a paso**, alineando **cada parte del Lean Canvas con una frase o bloque del pitch final**.

PASO “0” Cero

Explica tu modelo de valor llenando los espacios de color rojo

**Nuestros [productos/servicios] + ayudan a
[segmento de cliente] + que quiere [job o
necesidad] + a reducir/minimizar [frustración] y
aumentar/mejorar [alegría o ganancia esperada]**

PASO 1 — Define el Problema (y dale forma para tu pitch)

Del Lean Canvas → *Problema*

1. Identifica **1–3 problemas reales** que tu idea soluciona.
2. Sé descriptivo y evita palabras sueltas como “ineficiencia” o “costos altos”.
3. Usa herramientas como el **árbol de problemas** para encontrar causas profundas.
4. Valida que el problema **existe de verdad**, no solo es una suposición.
5. Entre más específico, más sólido será tu pitch

Cómo se usa en el *elevator pitch*:

Incluye una frase clara para abrir el pitch:

“Hoy, las personas que [segmento] enfrentan [problema específico] porque [causa profunda].”

PASO 2 — Segmento de Clientes

Define quién experimenta ese problema:

- Personas, empresas o instituciones.
- Nicho, edad, ubicación, industria, tamaño, nivel educativo, etc.

En el pitch:

Agrega la especificidad:

“Este problema afecta especialmente a [segmento], quienes necesitan una solución que...”.

PASO 3 — Propuesta de Valor

Del Lean Canvas → *Propuesta de valor*

1. Explica **cómo tu idea mejora la vida de ese segmento**.
2. La propuesta no es solo “ganar dinero”: debe reflejar propósito, impacto o diferenciación.
3. Resúmela en **máximo 40 palabras**.
4. Hazla clara, concreta y diferenciadora.

En el pitch:

Se transforma en la frase central:

“Nuestra propuesta de valor es [beneficio principal] para que [resultado para el cliente].”

REPITE PROFUNDIZANDO EL PASO “0” Cero

Explica tu modelo de valor llenando los espacios de color rojo

**Nuestros [productos/servicios] + ayudan a
[segmento de cliente] + que quiere [job o
necesidad] + a reducir/minimizar [frustración] y
aumentar/mejorar [alegría o ganancia esperada]**

PASO 4 — La Solución

Del Lean Canvas → *Solución*

1. Describe las **características principales** del producto/servicio.
2. La solución debe estar conectada al mercado y responder directamente a los problemas identificados.
3. Evita respuestas genéricas (“una plataforma innovadora”).

En el pitch:

Incluye una frase concreta:

“Lo logramos a través de [características principales de la solución].”

PASO 5 — Canales

Del Lean Canvas → *Canales*

1. Explica **cómo llegarás al cliente** y cómo le darás soporte.
2. Sé específico:
 - Redes sociales (¿cuáles?)
 - Plataformas (¿cuáles?)
 - Canales presenciales (¿cuáles?)
3. Alinea canales con segmento y tipo de problema.

En el pitch:

Resume en una frase breve:

“Llegamos a nuestros clientes mediante [canales clave]”.

PASO 6 y PASO 7 — Estructura de Costos + Flujo de Ingresos

Del Lean Canvas → *Costos + Ingresos*

1. **Costos típicos:** arriendo, personal, software, licencias, marketing, transporte, tecnología, etc.
2. **Ingresos típicos:** ventas, suscripciones, comisiones, membresías, servicios premium, etc.
3. Ambos se construyen en paralelo y deben ser coherentes.
4. Evita cifras globales sin desglose.

Salvedad importante para tu pitch

Como este Lean Canvas corresponde a una **idea de negocio en fase temprana**, los costos y flujos de ingreso son **hipotéticos**.

A medida que el proyecto avanza, el modelo financiero se valida, se ajusta y gana precisión.

En el *elevator pitch*:

Este punto se menciona de forma estratégica, muy breve:

“Nuestro modelo genera ingresos mediante [mecanismo principal], con una estructura de costos ajustada al crecimiento inicial.”

PASO 8 — Métricas Clave

Del Lean Canvas → *Métricas clave*

1. Define 3–4 KPIs fundamentales:

- Ventas mensuales
- Retención
- Margen de ganancia
- Costo de adquisición del cliente (CAC)
- Uso activo

○

2. No confundas facturación con rentabilidad.
3. Comienza con pocos indicadores; crece con experiencia.

En el pitch:

Incluye una frase que dé confianza:

“Mediremos el éxito mediante indicadores como [métricas clave].”

PASO 9 — Ventaja Injusta

Del Lean Canvas → *Ventaja injusta*

1. Identifica aquello que **no puede ser copiado fácilmente**:

- Comunidad
- Red de aliados
- Patente
- Tecnología propia
- Know-how especializado

-
2. No repitas tu propuesta de valor.
 3. Evita frases vacías como “alta calidad” o “mejor servicio”.
 4. Debe ser reconocible por el cliente y difícil de imitar.

En el pitch:

Cierre contundente:

“Nuestra ventaja injusta es [ventaja], que nos permite competir y crecer con solidez.”

CÓMO ARMAR TU ELEVATOR PITCH FINAL (

Integrando los pasos anteriores, tu pitch quedará así:

1 Problema :

“Hoy, [segmento] enfrenta [problema], originado por [causa profunda].”

2 Impacto en el segmento:

“Esto afecta especialmente a [segmento] que necesita [necesidad].”

3 Propuesta de valor:

“Nuestra propuesta de valor es [beneficio principal] para que [resultado].”

4 Solución:

“Lo logramos mediante [solución concreta].”

5 Canales:

“Conectamos con nuestros usuarios a través de [canales clave].”

6 Modelo financiero (breve + advertencia):

“Generamos ingresos mediante [mecanismo], con costos iniciales aún hipotéticos debido a la etapa temprana, pero que se validarán progresivamente.”

7 Ventaja injusta:

“Nuestra ventaja injusta es [diferenciador difícil de copiar], que nos permite escalar con confianza.”

REFERENCIAS DE APOYO ADICIONALES

1. <https://www.investigaciondemercadospanama.com/selecciona-tu-caso-de-estudio>
2. [Elevator Pitch - Design Thinking en Español](#)
3. <https://www.youtube.com/watch?v=5IUU8PgNiJM>
4. <https://www.investigaciondemercadospanama.com/selecciona-tu-caso-de-estudio>