

2022  
PEDET

# RUTTA



Proyecto apoyado por




COLECCIÓN E-BOOKS

# RUTTA

RUTTA es una metodología, creada por Origo Lab, para el desarrollo de un pitch efectivo a la hora de levantar capital público y privado, considerando 15 bloques que conforman una presentación de alto nivel de tu proyecto social y/o de negocios.

## ¿PARA QUÉ HACEMOS UN PITCH?

- 
- A man in a blue suit is seen from behind, gesturing with his right hand while presenting to an audience. The audience is blurred in the background, and the scene is lit with warm, orange-toned lights.
- 1) LEVANTAMIENTO DE **FONDOS PÚBLICOS Y PRIVADOS**.
  - 2) AUMENTAR LA PROBABILIDAD DE **CIERRE DE NEGOCIOS**.
  - 3) MOSTRAR LA **PROPUESTA DE VALOR** Y FACTORES DIFERENCIA-DORES.
  - 4) EXPLICAR EN **DETALLE PERO SIMPLE**, ALGO COMPLEJO.

## ¿QUÉ ES UN PITCH?

ES UNA PRESENTACIÓN QUE SE REALIZA PARA QUE UNA EMPRESA, UNA PERSONA O UN GRUPO DE PERSONAS CONSIDEREN LA OPCIÓN DE INVERTIR EN TU PROYECTO.

### ESTRUCTURA



# FLECHAZO

01

Un componente muy importante de todo pitch se da al inicio y se refiere a cómo llamaremos la atención de la audiencia. Por ejemplo un dato impactante o alguna información de peso que despierte el interés por seguir escuchando.

**DEBES ENGANCHAR EN MENOS DE 10 SEGUNDOS.**

**DEBE SEDUCIR Y ENCANTAR.**

**NO HABLES DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO TODAVÍA.**



Cuando realices la lámina del Flechazo en tu presentación, arma un mensaje claro y directo. Recuerda que la empatía y la observación que realices de tu audiencia es clave.

Como consejo evita decir una pregunta porque las respuestas puedes complicar tu pitch.

# PROBLEMA/OPORTUNIDAD

02

Debes describir la problemática o la situación en la que está implicado tu cliente y sobretodo el motivo por el cuál es tan atractivo para ellos resolver dicha situación.

Debemos comenzar explicando cuál es la necesidad que existe para el consumidor cliente y el mercado. ¿Cuáles son las necesidades de nuestros clientes?

Una necesidad debe estar relacionada con un cliente o una oportunidad de mercado importante y específica, también con el tamaño del mercado y los clientes finales claramente indicados. El mercado debe ser lo suficientemente grande como para merecer la inversión y el tiempo de desarrollo necesarios.

Para tu presentación debes presentar la oportunidad de mercado con cifras claras e irrefutables. Si es una problemática considera factores sociales y/o ambientales.



Todo el mundo tiene alternativas. Debemos poder decirle a nuestro cliente o socio por qué nuestra solución representa el mejor valor. Para hacer esto, debemos comprender claramente:

## ¿CÓMO SE RESUELVE EL PROBLEMA ACTUALMENTE?

## ¿CÓMO SE CUBRE LA OPORTUNIDAD?

En la lámina de tu presentación, no presentes marcas, solo soluciones. Destaca la debilidad de la solución actual, sin hablar mal de ella. Presenta características físicas y económicas de las soluciones actuales.

## ¿QUÉ QUIERE EL CONSUMIDOR?

## ¿POR QUÉ ESTÁ INSATISFECHO?



# TU SOLUCIÓN

04

En esta lámina puedes describir tu solución, pero te recomendamos que aún no nombres tu producto solo la solución que entregarás.

## **PRESENTA TU PROMESA DE VALOR**

### **DESTACA QUE PROBLEMA Y OPORTUNIDAD CUBRE**

En esta lámina debes nombrar el factor diferenciador, lo que te hace especial. Debes destacar qué es y cómo funciona.



# TU PRODUCTO O SERVICIO

05

Ahora sí, en esta lámina puedes hablar de tu producto o servicio. Puedes mostrar lo fácil que es adquirir tu producto.

Muestra los aspectos principales de tu propuesta y no pierdas tiempo en detalles técnicos que están de sobra.

**PRESENTA EN ESTA LÁMINA TU PRODUCTO Y/O SERVICIO**





En esta lámina es muy importante que puedas identificar el mercado en el que se ubica tu propuesta de solución. Para esto debes definir las características de la industria.

## **SÍ O SÍ ESTA LÁMINA DEBE CONSIDERAR CIFRAS DEL MERCADO.**

Si el mercado es mundial, muestra cifras globales, del continente, país y región de ser necesario.

Muestra el tamaño del mercado en número de actores y dinero circulante, es decir cuánto mueve este mercado.



En tu pitch llega el momento de mencionar a tus clientes. Por ejemplo, si vas a abrir un almacén , sería tentador decir que tu mercado objetivo es “todo el mundo”, ya que todo el mundo compra insumos básicos y mercadería ¿no? Pero, siendo realistas, tu nuevo almacén está orientado a un grupo específico de personas, quizás de un sector geográfico más específico.

## **¿TU CLIENTE ES A LA VEZ TU USUARIO?**

También en esta lámina puedes identificar a los adoptantes tempranos. Son los primeros clientes en adoptar un nuevo producto o tecnología antes que la mayoría de la población.



Aunque tu idea sea muy innovadora, es difícil invertir en ella si no queda claro el modelo de negocios. No esperes que la audiencia piense en eso por ti, explica en esta lámina de tu presentación, cómo pretendes comercializar el producto.

**¿COMO COMERCIALIZARÁS TU PRODUCTO/SERVICIO?**

**DEFINE CLARAMENTE QUE LE ENTREGAS A TU CLIENTE  
Y CUÁNTO COBRARAS POR ELLO**



Explica la competencia existente y los problemas que el proyecto pueda tener. Por ejemplo, podemos preguntarnos ¿Por qué nuestros beneficios son mejor que la competencia?

**TU FACTOR DIFERENCIADOR ES LA CLAVE**

**CONSTRUYE TABLAS COMPARATIVAS QUE  
RESALTEN TU VALOR**

Clarifica por qué tus clientes deberían escogerte. Pero ten cuidado y no trates mal a tu competencia.



# MARKETING

10

En esta lámina debes informar cómo llamarás la atención de tus clientes.

Podrías establecer una estrategia según tu segmento.

Elige un canal prioritario para tu estrategia.

**EJ: REDES SOCIALES, GESTIÓN DE PRENSA, PUBLICIDAD, ETC  
CONSIDERA LA PROSPECCIÓN Y CONVERSIÓN**



# PROYECCIONES DE VENTA

11

En tu pitch es muy importante presentar como proyectas las ventas de tu producto/servicio.

**BASTA DE FLUJOS DE CAJA SUBJETIVOS  
HABLA CON LA VERDAD**

**PROYECTA VENTAS POR UNIDAD DE PRODUCTO O  
SERVICIO Y USA GRÁFICOS CLAROS Y SIMPLES**

Te recomendamos que proyectes como máximo a 5 años y si tu mercado es internacional habla en dólares.



# IMPACTO Y LOGROS

12

En esta lámina debes mostrar evidencias de tus resultados previos. Te recomendamos que te apoyes en fotografías propias. Si tienes un cliente importante nómbralo.

**PRESENTA CIFRAS DE IMPACTO. POR EJEMPLO: CANTIDAD DE PERSONAS IMPACTADAS, REDUCCIÓN DE COSTOS, VALOR HACIA LA INDUSTRIA.**

Aprovecha los testimonios de tus clientes.



# ¿QUÉ BUSCAMOS?

13

Especifica en esta lámina qué harías si logras levantar fondos o ganar el concurso al que estás postulando para financiar tu proyecto.

**MUESTRA EN QUE INVERTIRÍAS EL  
DINERO QUE SOLICITAS.**

**SE SUGIERE COLOCAR UN PRESUPUESTO  
ACOTADO EN CASO DE INTEGRARLO**

Sé claro en lo que pides, no más de 3 objetivos. Muestra que resultados tendrás si logras el apoyo.





Recuerda que para formar equipos de trabajo un elemento primordial es que sea multidisciplinario.

En tu presentación, muestra funciones más importantes de los integrantes del equipo.

**SÍ O SÍ CONSIDERA FOTOGRAFÍAS DE TU EQUIPO.**

**EXPLICA PORQUE TU EQUIPO ES EL IDEAL PARA ABARCAR LA PROBLEMÁTICA O LA OPORTUNIDAD PRESENTADA**



Por último te recomendamos en la última lámina de tu presentación que uses una imagen impactante para cerrar.

**RECUERDA QUE LUEGO DE HACER EL PITCH VIENEN LAS PREGUNTAS,  
POR LO QUE ESTA LÁMINA SERÁ LA QUE MÁS TIEMPO ESTARÁ.  
APROVÉCHALA**

También puedes insertar nuevamente tu logo y los datos de tu empresa. Nunca coloques en esta lámina "muchas gracias", es una pérdida de espacio y tiempo. Mejor da las gracias y aprovecha la diapositiva para recordar los logros y/o cifras críticas.



En resumen, recuerda que el pitch busca que un posible inversionista, considere la opción de invertir en tu emprendimiento o de hacer negocios juntos.

Por eso te aconsejamos algunos tips para tu presentación:

**UN BLOQUE, UNA LÁMINA IDEALMENTE.**

**LAS IMÁGENES SON MÁS PODEROSAS QUE LAS PALABRAS.**

**USAR GRÁFICOS, DATOS ESTADÍSTICOS, NÚMEROS Y CIFRAS.**

**NOMBRA SIEMPRE LOS ESTUDIOS Y LAS FUENTES.**

**HABLA DE FORMA TRANQUILA Y SEGURA.**

**IDENTIFICA TUS MULETILLAS.**

**SI VAS A ASEGURAR ALGO,  
DILO DIRECTAMENTE A LOS OJOS DE TU CLIENTE.**

**INVESTIGA Y DEFINE A TU AUDIENCIA.**

**RESPETA LOS TIEMPOS.**

**USA LÁMINAS DE RESPALDO.**

# 2022 PEDET

*Otra más de Origo Lab!*

Proyecto apoyado por



[WWW.PEDET.CL](http://WWW.PEDET.CL)

