

GUÍA 4: Guía rápida para elaborar tu *Pitch Deck*

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
1.1. Qué es y para qué sirve un <i>pitch deck</i>	3
1.2. Propósito.....	3
1.3. Importancia:.....	3
1.4. Formato.....	4
1.5. Duración.....	4
1.6. Número de diapositivas.....	4
2. Estructura de un <i>pitch deck</i>.....	5
2.1. Estructura general.....	5
2.2. Título / portada.....	5
2.3. Resumen ejecutivo.....	6
2.4. El problema.....	8
2.5. La solución.....	9
2.6. Mercado y oportunidad.....	11
2.7. Producto / tecnología.....	13
2.8. Modelo de negocio.....	15
2.9. Estrategia de marketing y ventas.....	17
2.10. Tracción.....	19
2.11. Competencia.....	21
2.12. Proyecciones financieras.....	23
2.13. Equipo.....	25
2.14. Llamado a la acción.....	26
Consejos.....	29
Errores comunes, ¿cómo evitarlos?.....	30

ÍNDICE DE FIGURAS

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

ÍNDICE DE TABLAS

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Qué es y para qué sirve un *pitch deck*

Un *pitch deck* es una presentación visual y concisa que proporciona una visión general de tu negocio, producto o proyecto a una audiencia específica. Generalmente, se utiliza para captar el interés de posibles inversores, socios, clientes o colaboradores y se compone de varias diapositivas que destacan los aspectos más importantes y atractivos de tu propuesta.

1.2. Propósito

El propósito principal de un *pitch deck* es captar el interés y la atención de tu audiencia, fomentando un diálogo más profundo y compromiso. Dependiendo de la audiencia, el objetivo puede variar ligeramente:

- **Inversores:** convencer a los inversores de que tu negocio es una oportunidad rentable en la que vale la pena invertir. Aquí, se destacan aspectos como el modelo de negocio, el mercado potencial, la estrategia de crecimiento y las proyecciones financieras.
- **Socios comerciales:** atraer socios estratégicos que puedan complementar y fortalecer tu negocio. En este caso, se pone énfasis en las sinergias y beneficios mutuos.
- **Clientes potenciales:** presentar tu producto o servicio de manera que los clientes potenciales comprendan claramente cómo les beneficiará y resuelve sus problemas. Aquí, la atención se centra en las características del producto, beneficios y testimonios de clientes.
- **Colaboradores y empleados:** motivar y atraer talento clave para unirse a tu equipo, destacando la visión de la empresa, la cultura organizacional y las oportunidades de crecimiento profesional.

1.3. Importancia:

Un buen *pitch deck* es crucial para el éxito de una *start-up* por varias razones:

- **Primera impresión:** se trata de la primera impresión que das a los inversores y otros *stakeholders*. Un *pitch deck* bien elaborado y profesional puede establecer una percepción positiva y abrir puertas a oportunidades.
- **Comunicación clara:** ayuda a comunicar de manera clara y efectiva la visión, misión y propuesta de valor de tu *start-up*. Una presentación bien estructurada asegura que tu audiencia entienda los puntos clave sin sentirse abrumada por detalles innecesarios.
- **Atracción de inversión:** Un *pitch deck* convincente puede ser el factor decisivo para 'asegurar financiación'. Los inversores quieren ver un plan claro, una oportunidad de mercado viable y un equipo competente. Un buen *pitch deck* aborda todas estas áreas de manera concisa.
- **Validación del modelo de negocio:** proporciona una oportunidad para validar tu modelo de negocio y recibir *feedback* valioso. Durante la presentación, los

inversores pueden hacer preguntas que te ayudarán a identificar fortalezas y debilidades en tu plan.

- **Motivación interna:** ayuda a alinear y motivar a tu equipo al proporcionar una visión clara y compartida de los objetivos y estrategias de la empresa. Esto puede mejorar la cohesión del equipo y la eficiencia operativa.
- **Diferenciación:** En un mercado competitivo, un *pitch deck* bien diseñado y articulado puede diferenciar tu *start-up* de la competencia. Mostrar un entendimiento profundo del mercado, una propuesta de valor única y una estrategia clara puede posicionar tu empresa como una opción más atractiva.

1.4. Formato

Un *pitch deck* debe ser visualmente atractivo y fácilmente comprensible, ya que su objetivo es comunicar información de manera efectiva en un corto periodo de tiempo. Para crear una presentación profesional y atractiva, hay varias herramientas que puedes utilizar para darle el formato más apropiado:

- **PowerPoint:** este formato es el más utilizado debido a su facilidad de uso y versatilidad. Además, permite la integración de gráficos, imágenes, videos y transiciones personalizables para darle dinamismo a la presentación.
- **PDF:** un formato fijo que asegura que el diseño se vea igual en todos los dispositivos.
- **Videos:** una opción más dinámica que puede incluir demostraciones del producto y testimonios.
- **Herramientas online:** existen plataformas como Canva o Prezi, que ofrecen plantillas y elementos de diseño que permiten crear presentaciones visualmente muy atractivas sin necesidad de tener habilidades avanzadas en diseño gráfico.

1.5. Duración

La duración ideal de un *pitch deck* es de entre 10 y 15 minutos. Este tiempo es suficiente para cubrir todos los puntos clave de tu presentación sin perder la atención de tu audiencia. Mantener la presentación dentro de este marco temporal es crucial para asegurar que tu mensaje sea claro, conciso y memorable.

¿Por qué 10-15 minutos? Los inversores y otros *stakeholders* suelen tener agendas muy ocupadas. Una presentación breve y concisa muestra respeto por su tiempo y aumenta las probabilidades de mantener su interés. Además, una duración más corta fuerza al presentador a enfocarse en los aspectos más importantes y a evitar información superflua.

1.6. Número de diapositivas

El número recomendado de diapositivas para un *pitch deck* es generalmente entre 10 y 15. Este rango permite cubrir todos los aspectos esenciales sin sobrecargar a tu audiencia con demasiada información. Cada diapositiva debe centrarse en un punto principal y estar diseñada de manera que sea fácil de entender.

2. ESTRUCTURA DE UN *PITCH DECK*

Crear un *pitch deck* para una *start-up* de ciberseguridad que busca financiación implica enfocar la presentación en los problemas de seguridad digital actuales, exponer cómo tu proyecto los aborda, y demostrar la viabilidad y el potencial de crecimiento de tu negocio.

Es fundamental que cada sección del *pitch deck* esté diseñada para captar la atención de los inversores, responder a sus preguntas más importantes y destacar el valor único que tu *start-up* ofrece en el competitivo campo de la ciberseguridad.

Para ello, vamos a desglosar detenidamente la estructura más adecuada que debe de presentar tu *pitch deck*, ilustrando cada sección con ejemplos específicos aplicados a una *start-up* ficticia llamada **Securnet**.

2.1. Estructura general

A continuación, te mostramos una visión general de la estructura que ha de contener tu *pitch deck*:

1. Título / Portada
2. Resumen ejecutivo
3. El problema
4. La solución
5. Mercado y oportunidad
6. Producto / Tecnología
7. Modelo de negocio
8. Estrategia de marketing y ventas
9. Tracción
10. Competencia
11. Proyecciones financieras
12. Equipo
13. Llamada a la acción

2.2. Título / portada

La **portada** de tu *pitch deck* es la primera impresión que los inversores o socios tendrán de tu empresa. Por lo tanto, debe ser profesional, clara y capaz de captar la atención inmediatamente.

A continuación, describimos los elementos clave que debes incluir y cómo estructurarlos para una presentación impactante:

1. **Nombre de la *start-up*:** el nombre de tu empresa debe ser claramente visible y destacado. Utiliza una fuente legible y asegúrate de que el tamaño del texto sea lo suficientemente grande para captar la atención desde un primer vistazo. Es

fundamental que el nombre esté en el centro o en la parte superior de la diapositiva, como el elemento principal.

2. **Logotipo:** incluir el logotipo de tu empresa ayuda a reforzar la identidad de marca. Debe estar ubicado en una posición prominente en la diapositiva, idealmente en la parte superior central o en una esquina destacada. Asegúrate de que el logotipo tenga una resolución alta para evitar que se vea pixelado o borroso.
3. **Eslogan (si aplica):** si tu empresa tiene un eslogan o una frase que encapsula su misión o propuesta de valor, inclúyelo justo debajo del nombre o del logotipo. El eslogan debe ser breve, memorable y reflejar el valor central de tu empresa. No debe eclipsar el nombre o el logotipo, sino complementarlos.
4. **Datos de contacto:** incluye información de contacto relevante, como la dirección de correo electrónico del fundador o del equipo de relaciones con inversores. Puedes añadir también el número de teléfono y el sitio web de la empresa. Esta información debe estar en la parte inferior de la diapositiva para no distraer la atención del nombre y el logotipo.
5. **Fecha y nombre del evento o reunión:** si tu presentación es parte de un evento específico o una reunión programada, incluye la fecha y el nombre del evento en la parte inferior o en una esquina discreta. Esto proporciona contexto a los receptores y les ayuda a recordar el contexto de la presentación.

Aspectos visuales:

- **Fondo:** elige un fondo que sea simple y profesional. Un color sólido o un diseño sutil que no distraiga del contenido principal es ideal. Los fondos relacionados con la temática de ciberseguridad, como patrones de redes o un diseño tecnológico, pueden ser apropiados, siempre que no interfieran con la legibilidad.
- **Diseño:** asegúrate de que el diseño sea coherente con la identidad visual de tu empresa. Utiliza los colores y fuentes corporativas para mantener una apariencia uniforme. La diapositiva de portada debe transmitir una sensación de profesionalismo y confianza, estableciendo el tono para el resto de la presentación.

La portada debe ser visualmente atractiva pero no sobrecargada. El objetivo es captar la atención de tu audiencia de inmediato, ofreciendo una introducción clara y profesional a tu *pitch deck*.

2.3. Resumen ejecutivo

El **resumen ejecutivo** es una sección crítica de tu *pitch deck*, ya que proporciona una visión rápida y clara de lo que tu empresa representa. Es tu oportunidad para captar la atención de la audiencia desde el principio, presentando los aspectos más relevantes y persuasivos de tu negocio.

A continuación, se detalla cómo estructurar esta diapositiva para maximizar su impacto:

1. **Breve descripción de la empresa:** inicia con una declaración concisa que explique qué hace tu empresa. Esta descripción debe ser clara y directa, enfocándose en la propuesta de valor principal.

Ejemplo:

SecurNet es una empresa de ciberseguridad que utiliza inteligencia artificial avanzada para proteger a las empresas contra amenazas digitales emergentes.

2. **Misión y visión:** incluye una breve declaración de la misión y visión de la empresa. La misión debe describir el propósito fundamental de la empresa y cómo pretende lograrlo, mientras que la visión debe esbozar las aspiraciones a largo plazo.

Ejemplo:

Nuestra misión es proporcionar soluciones de ciberseguridad innovadoras que fortalezcan la protección digital de las empresas, mientras que nuestra visión es convertirnos en líderes globales en la prevención de amenazas cibernéticas.

3. **Objetivos clave:** resalta los objetivos principales que tu empresa busca alcanzar en el corto y mediano plazo. Estos objetivos deben ser específicos y medibles, como metas de crecimiento, hitos de desarrollo del producto, o expansiones de mercado.

Ejemplo:

En los próximos 12 meses, planeamos expandir nuestra base de clientes en un 50% y lanzar nuestra nueva solución de IA en el mercado.

4. **Estado actual de la empresa:** proporciona una actualización breve sobre en qué fase se encuentra tu empresa actualmente. Esto puede incluir detalles sobre el estado del desarrollo del producto, la etapa de financiación en la que te encuentras, o cualquier otro hito relevante.

Ejemplo:

Actualmente, estamos en la fase de capital semilla y hemos completado con éxito el desarrollo de nuestro MVP, que ya está en fase de pruebas beta con varios clientes piloto.

5. **Propuesta de valor:** define claramente por qué tu empresa es única y cómo se diferencia de la competencia. Esta diapositiva debe destacar los aspectos innovadores y el valor añadido que tu empresa ofrece.

Ejemplo:

Nuestro enfoque basado en IA nos permite detectar y neutralizar amenazas en tiempo real, lo que reduce las violaciones de seguridad en un 90% en comparación con las soluciones tradicionales.

Aspectos visuales:

- **Iconos y gráficos:** utiliza iconos para representar la misión, visión y objetivos clave de manera visual. Esto facilita la comprensión rápida y añade un elemento visual atractivo a la diapositiva.
- **Diseño limpio:** mantén el diseño limpio y profesional, con un fondo que no distraiga del contenido principal. Usa viñetas o listas para organizar la información de manera clara y accesible.

- **Fuente y tamaño del texto:** asegúrate de que el texto sea legible, utilizando fuentes claras y tamaños adecuados. La información debe ser fácil de leer a primera vista, sin necesidad de leer detalles extensos.

El resumen ejecutivo debe captar la esencia de tu empresa en pocas palabras, proporcionando una base sólida para que la audiencia comprenda rápidamente la importancia y el potencial de tu propuesta. Esta diapositiva es esencial para captar el interés y preparar el terreno para el resto de tu *pitch deck*.

2.4. El problema

La diapositiva donde explicas '**El problema**' es fundamental en tu *pitch deck*, ya que define claramente el desafío que tu empresa está tratando de resolver. Un planteamiento efectivo del problema no sólo contextualiza la necesidad de tu producto o servicio, sino que también establece la urgencia y la relevancia del mismo.

Objetivo:

- El objetivo es crear un sentido claro de necesidad y urgencia que motive a la audiencia a interesarse por la solución que tu empresa ofrece. Una descripción precisa y datos sólidos ayudarán a establecer el contexto necesario para presentar tu propuesta de manera efectiva.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, exponemos los elementos esenciales y cómo estructurarlos para una presentación adecuada:

1. **Descripción clara del problema:** comienza con una descripción concisa y clara del problema que enfrenta tu mercado objetivo. Es crucial que esta descripción sea fácil de entender y que resuene con la audiencia. Debes articular el problema de manera que muestre su impacto significativo en las empresas o individuos afectados.

Ejemplo:

Las empresas enfrentan un aumento constante en los ciberataques sofisticados, con el 68% de las organizaciones sufriendo brechas de seguridad en el último año.

2. **Datos y estadísticas:** utiliza datos relevantes y estadísticas para cuantificar el problema y demostrar su magnitud. Los números concretos aportan credibilidad y proporcionan una base sólida para comprender la seriedad del problema.

Ejemplo:

Las violaciones de datos tienen un costo promedio de \$3.86 millones por incidente, afectando no solo las finanzas de las empresas, sino también su reputación y confianza del cliente.

3. **Impacto en el mercado:** explica cómo el problema afecta al mercado o a los consumidores de manera general. Esto ayuda a contextualizar la importancia del problema y por qué es crucial encontrar una solución.

Ejemplo:

El creciente número de ataques cibernéticos no sólo pone en riesgo la seguridad de los datos, sino que también aumenta el costo de cumplimiento y la complejidad operativa para las empresas, afectando su eficiencia y rentabilidad.

4. **Testimonios o casos reales (si aplica):** incluir testimonios de clientes afectados o ejemplos de incidentes reales puede ser poderoso para ilustrar el problema. Estos testimonios ayudan a humanizar el problema y a conectar emocionalmente con la audiencia.

Ejemplo:

Según un estudio reciente, el 45% de las empresas que sufrieron un ataque cibernético no pudieron recuperarse completamente y vieron una disminución en su base de clientes.

Elementos Visuales:

- **Gráficos estadísticos:** incluye gráficos de barras, líneas o pasteles para visualizar las estadísticas clave relacionadas con el problema. Estos gráficos deben ser claros y fáciles de interpretar, destacando las cifras más relevantes.
- **Infografías:** utiliza infografías para ilustrar el impacto del problema de manera visual. Las infografías pueden resumir datos complejos y presentarlos de una manera atractiva y comprensible.
- **Fotografías:** considera incluir imágenes de noticias relacionadas con el problema o gráficos visuales que representen el impacto de manera tangible. Las fotografías pueden ayudar a reforzar la seriedad del problema y captar la atención.

Aspectos de diseño:

- **Diseño limpio y focalizado:** asegúrate de que la diapositiva esté bien organizada y no sobrecargada con texto. Utiliza espacios en blanco para mejorar la legibilidad y enfocar la atención en los puntos clave.
- **Colores y fuentes:** emplea colores que refuercen la urgencia del problema, como tonos oscuros o rojos para destacar la gravedad. Las fuentes deben ser legibles y profesionales, garantizando que la información sea fácil de leer y entender.

2.5. La solución

En esta diapositiva de tu *pitch deck*, tienes que presentar de manera clara y convincente cómo tu empresa aborda el problema descrito anteriormente por lo que esta sección debe destacar las características, beneficios y el valor diferencial de tu solución.

También, es conveniente incluir una breve mención del estado actual de tu producto o servicio. Indica si está en fase de prototipo, *MVP* (Producto Mínimo Viable), en el mercado con usuarios iniciales, etc. Esto proporciona contexto sobre el nivel de avance y el grado de madurez de tu solución.

Ejemplo:

Actualmente, nuestro producto se encuentra en la fase de pruebas beta, con varios clientes piloto que proporcionan retroalimentación valiosa para la mejora continua.

Objetivo:

- El objetivo es mostrar cómo tu solución no solo es viable, sino también efectiva para resolver el problema que has planteado.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, se detalla cómo estructurar esta diapositiva para maximizar su impacto:

1. **Descripción de la solución:** comienza con una explicación clara y directa de tu solución. Debe ser evidente cómo tu producto o servicio aborda el problema de manera efectiva. Para ello, describe las características principales de tu solución y cómo estas características se traducen en beneficios concretos para el usuario.

Ejemplo:

SecurNet, utiliza inteligencia artificial avanzada para identificar y neutralizar amenazas en tiempo real. Esto permite a las empresas proteger sus datos críticos y reducir significativamente el riesgo de violaciones de seguridad.

2. **Cómo funciona:** detalla el funcionamiento de tu solución con suficiente claridad para que la audiencia entienda cómo se implementa y opera.

Para ello, puedes utilizar un diagrama de flujo o un esquema para ilustrar el proceso de manera visual. Además, explica los pasos clave y cómo cada uno contribuye a resolver el problema identificado.

Ejemplo:

SecurNet analiza el tráfico de red en tiempo real utilizando algoritmos de IA para detectar patrones anómalos. Al identificar una amenaza, nuestro sistema activa medidas de respuesta automáticas y notifica a los administradores de seguridad.

3. **Beneficios clave:** enumera los principales beneficios que tu solución ofrece a los usuarios. Es importante destacar cómo estos beneficios resuelven el problema de manera eficaz y qué ventajas competitivas proporciona tu solución.

Ejemplo:

Los beneficios clave de SecurNet incluyen una reducción del 90% en las violaciones de seguridad, una respuesta automática a amenazas que minimiza el tiempo de inactividad, y una interfaz intuitiva que facilita la gestión de la seguridad.

Elementos visuales:

- **Diagramas de flujo:** utiliza diagramas para mostrar cómo funciona tu solución paso a paso. Esto ayuda a visualizar el proceso y facilita la comprensión de su funcionamiento.
- **Capturas de pantalla:** si tu solución es un software o una aplicación, incluye capturas de pantalla de la interfaz de usuario y de las funcionalidades clave. Esto permite a la audiencia ver el producto en acción.

- **Infografías:** crea infografías que resalten las características y beneficios de tu solución de manera visual. Estas pueden incluir resúmenes de los puntos principales y comparaciones con otras soluciones.
- **Videos cortos (si aplica):** incluye un video corto que demuestre tu solución en acción. Esto puede ser especialmente efectivo para mostrar cómo funciona en un entorno real o para ilustrar características específicas.

Aspectos de diseño:

- **Diseño claro y atractivo:** asegúrate de que la diapositiva esté bien organizada, con un diseño que facilite la comprensión de la solución. Utiliza espacios en blanco para evitar la sobrecarga de información.
- **Colores y fuentes:** emplea colores que refuercen la presentación profesional de tu solución. Los tonos que contrasten con los de la diapositiva anterior pueden ayudar a destacar la novedad y la importancia de tu propuesta. Utiliza fuentes legibles y profesionales.

2.6. Mercado y oportunidad

La diapositiva '**Mercado y oportunidad**' sirve para demostrar el potencial de tu negocio y justificar por qué tu solución tiene una oportunidad significativa en el mercado. Aquí, se debe explicar el tamaño del mercado, las tendencias actuales y el potencial de crecimiento.

Objetivo:

- El objetivo es demostrar que hay una oportunidad real y significativa en el mercado para tu solución. Debes proporcionar un análisis detallado que convenza a los inversores de que tu empresa tiene un potencial de crecimiento considerable.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, describimos los elementos clave que debes incluir y cómo estructurarlos para una presentación clara:

1. **Descripción del mercado:** inicia la diapositiva con una visión general del mercado al que tu empresa se dirige.

Explica qué segmento del mercado está abordando tu solución y por qué este segmento es relevante. Describe el entorno general del mercado, incluyendo las tendencias y condiciones actuales que afectan a la industria.

Ejemplo:

El mercado de ciberseguridad está en expansión por el aumento constante de ciberataques y la creciente preocupación por la protección de datos. Las empresas, grandes y pequeñas, están invirtiendo cada vez más en soluciones para proteger sus activos digitales.

2. **Tamaño del mercado:** proporciona datos específicos sobre el tamaño del mercado. Incluye cifras que representen el mercado total disponible (TAM), el mercado objetivo accesible (SAM) y el mercado objetivo alcanzable (SOM). Estas métricas ayudan a los inversores a entender el potencial de crecimiento.

Ejemplo:

El mercado global de ciberseguridad está proyectado para alcanzar los 300 mil millones de euros para 2025, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 12%. Dentro de este mercado, nuestro segmento objetivo, enfocado en pequeñas y medianas empresas, representa aproximadamente 50 mil millones de euros.

3. **Oportunidades de crecimiento:** detalla las oportunidades de crecimiento dentro del mercado. Identifica las áreas específicas donde tu solución puede captar una participación significativa del mercado. Explica las tendencias que podrían beneficiar a tu empresa y cómo tu producto o servicio está posicionado para aprovechar estas tendencias.

Ejemplo:

La creciente adopción de tecnologías en la nube y la digitalización acelerada están creando una demanda sin precedentes para soluciones de ciberseguridad. Además, las nuevas regulaciones de protección de datos están impulsando a las empresas a invertir en mejores medidas de seguridad.

4. **Análisis competitivo:** ofrece un breve análisis de los competidores en el mercado. Pero no entres en detalles, tan solo menciona, ya que la competencia la describiremos detalladamente en otra diapositiva. Describe solamente cómo tu empresa se posiciona en comparación con ellos. Esto puede incluir aspectos como tecnología superior, un modelo de negocio único o una oferta de valor diferenciada.

Ejemplo:

Aunque existen varios jugadores en el mercado de ciberseguridad, nuestra tecnología de inteligencia artificial avanzada y nuestro enfoque en pequeñas y medianas empresas nos otorgan una ventaja competitiva significativa.

Elementos visuales:

- **Gráficos de tamaño de mercado:** usa gráficos de barras, pasteles o líneas para ilustrar el tamaño del mercado y sus proyecciones de crecimiento. Estos gráficos deben ser claros y fáciles de interpretar.
- **Mapas de calor:** si es relevante, utiliza mapas de calor para mostrar la distribución geográfica del mercado y las áreas con mayor potencial de crecimiento.
- **Diagramas de crecimiento:** incluye diagramas que muestren las tendencias del mercado y las proyecciones futuras. Esto puede ayudar a visualizar el potencial de crecimiento a lo largo del tiempo.

Aspectos de diseño:

- **Claridad y precisión:** asegúrate de que los datos sean precisos y estén actualizados. Presenta la información de manera clara para facilitar la comprensión.
- **Diseño atractivo:** Utiliza un diseño que haga que los datos sean visualmente atractivos. Los colores y las fuentes deben ser coherentes con el resto del *pitch deck*, manteniendo un diseño profesional y atractivo.

2.7. Producto / tecnología

Esta diapositiva es fundamental para presentar tu solución de manera clara y convincente, resaltando cómo tu producto o tecnología aborda los problemas identificados y qué lo hace único en el mercado.

El objetivo es demostrar que tu producto no solo resuelve el problema, sino que lo hace de manera efectiva y diferenciada.

A continuación, describimos los elementos clave que debes incluir y cómo estructurarlos para una presentación clara:

1. **Descripción del producto / tecnología:** comienza describiendo tu producto o tecnología de manera general. Explica qué es, cómo funciona y cuáles son sus principales características.

Asegúrate de comunicar claramente el valor que aporta a los usuarios y cómo soluciona el problema que has planteado.

Ejemplo:

SecurNet ofrece una plataforma avanzada de ciberseguridad basada en inteligencia artificial que protege a las empresas contra amenazas emergentes en tiempo real. Nuestra tecnología analiza patrones de tráfico y utiliza algoritmos predictivos para identificar y neutralizar amenazas antes de que causen daño.

2. **Características clave:** detalla las características principales de tu producto o tecnología. Explica de manera clara e impactante cómo cada una de estas características contribuye a la efectividad de la solución y cómo se diferencian de las soluciones existentes en el mercado. Usa listas o viñetas para presentar esta información de manera clara y estructurada.

Ejemplo:

- ❑ **Detección predictiva:** utiliza algoritmos de IA para anticipar y prevenir amenazas.
- ❑ **Análisis en tiempo real:** monitorea continuamente el tráfico para identificar actividades sospechosas.
- ❑ **Interfaz intuitiva:** ofrece un panel de control fácil de usar para una gestión eficiente de la seguridad.

3. **Beneficios para el usuario:** describe los beneficios concretos que los usuarios obtendrán al utilizar tu producto. Estos beneficios deben estar directamente relacionados con la solución de los problemas que has presentado anteriormente.

Ejemplo:

Los usuarios de SecurNet experimentarán una reducción del 90% en los incidentes de seguridad y una respuesta más rápida ante amenazas, lo que resulta en una mayor protección de sus datos y una reducción significativa en los costos asociados con brechas de seguridad.

4. **Estado actual de desarrollo:** explica en qué fase se encuentra tu producto o tecnología. Esto puede incluir información sobre si estás en la fase de prototipo, si has lanzado un Producto Mínimo Viable (MVP) o si ya estás en el mercado con usuarios activos. Proporciona detalles sobre el progreso logrado y los próximos pasos.

Ejemplo:

Actualmente, hemos completado el desarrollo de nuestro MVP, que está en fase de pruebas beta con varios clientes piloto. Estamos trabajando en la incorporación de feedback para optimizar la plataforma antes del lanzamiento completo.

5. **Demostración del producto:** incluye elementos visuales que muestren cómo funciona tu producto. Esto puede incluir capturas de pantalla, diagramas de flujo o videos cortos. Estos elementos ayudan a los inversores a visualizar tu tecnología en acción y a comprender mejor su funcionamiento. Asegúrate de que estos visuales sean claros y de alta calidad.
6. **Conclusión de la sección:** finaliza con una breve recapitulación de por qué tu producto o tecnología es innovador y cómo cumple con la propuesta de valor presentada anteriormente.

Esto ayudará a reforzar la relevancia de tu solución y su capacidad para captar interés y resolver problemas de manera efectiva.

Ejemplo:

SecurNet representa una solución innovadora en el campo de la ciberseguridad, combinando IA avanzada con una interfaz intuitiva para ofrecer una protección superior contra amenazas emergentes. Con una tecnología en constante evolución y un enfoque centrado en el usuario, estamos bien posicionados para satisfacer las crecientes demandas del mercado.

Elementos visuales:

- **Capturas de pantalla:** muestra cómo luce el producto en la interfaz del usuario. Estas capturas deben destacar las características clave y la facilidad de uso.
- **Diagramas técnicos:** utiliza diagramas para ilustrar cómo funciona la tecnología a nivel técnico. Esto puede incluir diagramas de arquitectura o flujos de procesos.
- **Videos cortos:** incluye clips de demostración que muestren el producto en uso. Esto puede ser especialmente útil para mostrar cómo interactúan los usuarios con la tecnología.
- **Fotografías:** incluye imágenes del equipo trabajando o del entorno en el que se utiliza el producto, si es relevante para la presentación.

Aspectos de diseño:

- **Claridad y precisión:** asegúrate de que las descripciones sean precisas y que los visuales sean claros y fáciles de interpretar.
- **Diseño atractivo:** mantén un diseño profesional y coherente con el resto del *pitch deck*. Utiliza colores y fuentes que armonicen con la identidad visual de tu empresa.

2.8. Modelo de negocio

La diapositiva '**Modelo de negocio**' es la que usarás para mostrar a los inversores cómo planeas generar ingresos y escalar tu *start-up*.

Objetivo:

- Explicar cómo tu empresa genera ingresos y cuál es su estrategia de monetización.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, explicamos cómo estructurar esta diapositiva:

1. **Descripción general del modelo de negocio:** comienza con una descripción clara y concisa de tu modelo de negocio. Explica cómo tu empresa planea generar ingresos y cuáles son las fuentes principales de estos ingresos.

Ejemplo:

SecurNet utiliza un modelo de suscripción basado en niveles, ofreciendo diferentes paquetes de servicios de ciberseguridad a empresas de distintos tamaños. Adicionalmente, generamos ingresos a través de consultorías especializadas y servicios de implementación.

2. **Estrategias de ingresos:** detalla las estrategias específicas que utilizarás para generar ingresos. Esto puede incluir ventas directas, suscripciones, licencias, publicidad, entre otros. Cada estrategia debe ser explicada de manera clara, indicando cómo contribuye al flujo de ingresos total de la empresa.

Ejemplo:

- **Suscripciones:** ofrecemos paquetes de suscripción mensual y anual, con niveles escalonados que van desde el básico hasta el premium.
 - **Consultorías:** proveemos servicios de consultoría personalizados para empresas que requieren soluciones específicas de ciberseguridad.
 - **Licencias:** licenciamos nuestra tecnología a terceros que deseen integrarla en sus propias soluciones de seguridad.
3. **Estructura de precios:** explica tu estructura de precios y cómo está diseñada para atraer y retener clientes. Incluye detalles sobre los diferentes niveles de precios y lo que cada nivel ofrece. Esto ayuda a los inversores a entender cómo planeas capturar el valor del mercado.

Ejemplo:

- **Nivel Básico:** 50€/mes – Incluye monitoreo básico y alertas de seguridad.
- **Nivel Pro:** 150€/mes – Incluye todas las características del nivel básico más análisis avanzado y soporte prioritario.
- **Nivel Premium:** 300€/mes – Incluye todas las características del nivel Pro más consultorías personalizadas y acceso a herramientas exclusivas.

4. **Propuesta de valor:** destaca cómo tu modelo de negocio se alinea con la propuesta de valor de tu producto o servicio. Explica por qué los clientes estarán dispuestos a pagar por lo que ofreces y cómo tu modelo de negocio satisface sus necesidades.

Ejemplo:

Nuestro modelo de negocio basado en suscripciones permite a las empresas acceder a soluciones de ciberseguridad de alta calidad sin la necesidad de realizar grandes inversiones iniciales, facilitando una protección continua y escalable.

5. **Estrategias de crecimiento:** describe tus estrategias para escalar el negocio y aumentar los ingresos. Esto puede incluir expansión a nuevos mercados, desarrollo de nuevos productos o servicios, y estrategias de adquisición de clientes. Proporciona detalles sobre cómo planeas implementar estas estrategias y los recursos necesarios.

Ejemplo:

- **Expansión de mercado:** planeamos expandirnos a mercados internacionales en los próximos 12 meses, comenzando con Europa y Asia.
- **Desarrollo de nuevos productos:** estamos desarrollando herramientas adicionales de análisis de amenazas y formación en ciberseguridad para ofrecer a nuestros clientes.
- **Adquisición de clientes:** implementaremos campañas de marketing digital y alianzas estratégicas para aumentar nuestra base de suscriptores.

Ejemplos visuales: utiliza gráficos y tablas para ilustrar tu modelo de negocio y hacer la información más accesible. Los elementos visuales pueden incluir:

- **Diagramas de modelo de ingresos:** ilustrando cómo diferentes flujos de ingresos contribuyen al total.
 - **Gráficos de precios:** mostrando la estructura de precios y los diferentes niveles de servicio.
 - **Mapas de expansión:** indicando las áreas geográficas donde planeas expandirte.
 - **Diagramas de ingresos:** utiliza diagramas para mostrar de manera visual cómo se distribuyen los ingresos entre las diferentes fuentes.
 - **Tablas de precios:** presenta tablas que comparen las características y precios de los diferentes niveles de suscripción.
 - **Infografías:** Emplea infografías para resumir visualmente las estrategias de crecimiento y los beneficios para los clientes.
6. **Conclusión de la sección:** termina con una frase que resuma las fortalezas de tu modelo de negocio y cómo te ayudará a alcanzar tus objetivos financieros. Así, reforzarás la confianza de los inversores en la viabilidad de tu plan de negocio y en la capacidad de tu empresa para generar ingresos sostenibles y escalables.

Ejemplo:

Nuestro modelo de negocio diversificado y escalable, combinado con una estructura de precios flexible y una sólida propuesta de valor, nos posiciona favorablemente para captar una significativa cuota de mercado y lograr un crecimiento sostenido.

2.9. Estrategia de marketing y ventas

La diapositiva '**Estrategia de marketing y ventas**' de tu *pitch deck* sirve para demostrar a los inversores cómo planeas adquirir, retener y expandir tu base de clientes.

El objetivo es demostrar que tienes un plan sólido para crecer y escalar tu base de clientes.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, te detallamos cómo estructurar y presentar esta diapositiva de manera eficaz y convincente:

- **Descripción general de la estrategia:** comienza con una visión general de tu estrategia de marketing y ventas. Explica cómo planeas llegar a tu público objetivo y convertir prospectos en clientes.

Ejemplo:

"Nuestra estrategia de marketing y ventas se centra en la generación de leads cualificados a través de campañas digitales, alianzas estratégicas y eventos de la industria. Utilizamos un enfoque basado en datos para optimizar cada paso del embudo de ventas y maximizar el retorno de inversión".

- **Segmentación del mercado:** explica cómo segmentas tu mercado y cuáles son los perfiles de tus clientes ideales. Describe los criterios que utilizas para identificar a estos segmentos y cómo adaptas tus esfuerzos de marketing y ventas a cada uno.

Ejemplo:

- **Segmento 1: Pequeñas y medianas empresas (pymes):** empresas con menos de 500 empleados, buscando soluciones de ciberseguridad asequibles.
 - **Segmento 2: grandes corporaciones:** empresas con más de 500 empleados, buscando soluciones avanzadas y personalizadas de ciberseguridad.
 - **Segmento 3: sector público:** organismos gubernamentales y entidades públicas, con necesidades específicas de seguridad y cumplimiento.
- **Canales de marketing:** Detalla los canales de marketing que utilizarás para alcanzar a tus clientes potenciales. Explica cómo cada canal contribuye a tu estrategia general.

Ejemplo:

- **Marketing digital:** utilizamos SEO, SEM, y publicidad en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer tráfico cualificado a nuestro sitio web.

- **Email marketing:** implementamos campañas de email segmentadas para nutrir leads y mantener el *engagement* con nuestros prospectos y clientes actuales.
- **Content marketing:** Creamos contenido de alta calidad, como blogs, *whitepapers* y *webinars*, para educar a nuestro público y posicionarnos como líderes en ciberseguridad.
- **Eventos y conferencias:** participamos en eventos y conferencias de la industria para establecer conexiones y demostrar nuestra *expertise*.
- **Estrategias de ventas:** Describe las estrategias de ventas específicas que implementarás para convertir leads en clientes. Incluye detalles sobre el proceso de ventas y las tácticas que utilizarás.

Ejemplo:

- **Proceso de ventas:** nuestro proceso de ventas incluye la calificación de leads, demostraciones de productos, pruebas piloto y negociaciones contractuales.
- **Tácticas de ventas:** utilizamos técnicas de venta consultiva para entender las necesidades específicas de cada cliente y ofrecer soluciones personalizadas.
- **Equipo de ventas:** contamos con un equipo de ventas capacitado y especializado en ciberseguridad, apoyado por un CRM avanzado para gestionar y optimizar las interacciones con los clientes.
- **Estrategias de retención:** explica cómo planeas retener a tus clientes y aumentar su valor a lo largo del tiempo. Describe las iniciativas que implementas para asegurar la satisfacción y fidelidad de los clientes.

Ejemplo:

- **Servicio al cliente:** ofrecemos soporte técnico 24/7 y un equipo dedicado de éxito del cliente para asegurar que nuestros clientes aprovechen al máximo nuestras soluciones.
- **Programas de lealtad:** implementamos programas de lealtad y descuentos exclusivos para clientes de larga data.
- **Actualizaciones y mejoras:** regularmente actualizamos y mejoramos nuestras soluciones para asegurar que nuestros clientes siempre cuenten con las mejores herramientas de ciberseguridad.
- **Indicadores clave de rendimiento (KPIs):** presenta los indicadores clave que usarás para medir el éxito de tus estrategias de marketing y ventas. Explica cómo estos KPIs te ayudarán a monitorear y ajustar tus esfuerzos.

Ejemplo:

- **Tasa de conversión de leads:** medimos el porcentaje de leads que se convierten en clientes.
- **Costo de adquisición de clientes (CAC):** monitoreamos cuánto nos cuesta adquirir cada nuevo cliente.
- **Valor de vida del cliente (CLV):** calculamos el valor total que un cliente aporta a lo largo de su relación con nosotros.
- **Tasa de retención:** seguimos la proporción de clientes que continúan con nosotros año tras año.

Elementos visuales: utiliza gráficos y tablas para ilustrar tu estrategia de marketing y ventas, haciéndola más comprensible y atractiva. Los elementos visuales pueden incluir:

- **Embudo de ventas:** diagramas que muestran el viaje del cliente desde la generación de leads hasta la conversión y retención.
- **Gráficos de canal:** ilustraciones de cómo cada canal contribuye a la generación de leads y conversiones.
- **Mapas de estrategia:** diagramas que destacan las principales tácticas y actividades de marketing y ventas.

Conclusión de la sección: Termina con una breve recapitulación que resuma la efectividad de tu estrategia de marketing y ventas y cómo contribuirá al crecimiento de tu empresa para reforzar la confianza de los inversores en tu capacidad para adquirir y retener clientes de manera sostenible y escalable.

Por ejemplo:

"Nuestra estrategia de marketing y ventas está diseñada para maximizar la adquisición y retención de clientes a través de canales diversificados y tácticas optimizadas. Con un enfoque basado en datos y un equipo altamente capacitado, estamos bien posicionados para capturar una significativa cuota de mercado y asegurar un crecimiento sostenido".

2.10. Tracción

La diapositiva '**Tracción**' es la que usaremos para mostrar a los inversores el progreso tangible que tu *start-up* ha logrado hasta el momento. Este progreso demuestra la viabilidad de tu negocio y su potencial para crecer.

Objetivo:

- Mostrar cualquier progreso y éxito inicial que tu empresa haya logrado.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, detallamos cómo estructurar y presentar esta diapositiva de manera efectiva.

1. **Descripción general de la tracción:** comienza con una breve explicación de lo que se entiende por tracción en el contexto de tu *start-up*. La tracción se refiere a las pruebas cuantitativas de la demanda por tu producto o servicio, incluyendo el crecimiento de usuarios, ingresos, acuerdos estratégicos y otros hitos importantes.

Ejemplo:

"La tracción es una medida clave del progreso de una start-up, demostrando la aceptación del mercado y la capacidad de crecer. En esta sección, presentamos los logros que nuestra empresa ha alcanzado hasta ahora, validando nuestro modelo de negocio y nuestra propuesta de valor".

2. **Crecimiento de usuarios:** destaca, en caso de haberlo, el crecimiento de tu base de usuarios o clientes. Usa datos específicos y gráficos para mostrar este crecimiento de manera visualmente atractiva.

Ejemplo:

- **Número de usuarios activos:** muestra el crecimiento mensual o trimestral de usuarios activos.
 - **Retención de usuarios:** incluye datos sobre la tasa de retención y la satisfacción de los usuarios.
 - **Segmentación de usuarios:** presenta la distribución de usuarios por segmento de mercado o demografía.
3. **Ingresos y ventas:** proporciona cifras de ingresos y ventas para demostrar el éxito financiero de tu *start-up*. Incluye proyecciones si es relevante.

Ejemplo:

- **Ingresos totales:** muestra el crecimiento de los ingresos a lo largo del tiempo con gráficos de línea o barras.
 - **Principales clientes:** lista los clientes clave y el impacto financiero que tienen.
 - **Crecimiento de ventas:** detalla el incremento en ventas mensuales o trimestrales.
4. **Hitos clave:** describe los hitos importantes que tu *start-up* ha alcanzado, tales como lanzamientos de productos, acuerdos estratégicos o premios recibidos.

Ejemplo:

- **Lanzamiento del producto:** fecha y detalles del lanzamiento inicial del producto.
 - **Acuerdos estratégicos:** menciona cualquier alianza o colaboración significativa.
 - **Premios y reconocimientos:** lista cualquier premio o reconocimiento relevante que tu *start-up* haya recibido.
5. **Indicadores de rendimiento clave (KPIs):** muestra los KPIs que demuestran el rendimiento de tu *start-up*. Estos indicadores proporcionan una visión clara de la salud y el crecimiento del negocio.

Ejemplo:

- **Tasa de conversión:** porcentaje de visitantes que se convierten en clientes.
 - **Costo de adquisición de clientes (CAC):** costo promedio para adquirir un nuevo cliente.
 - **Valor de vida del cliente (CLV):** valor total que un cliente aporta a lo largo de su relación con tu empresa.
6. **Testimonios y casos de estudio:** incluye testimonios de clientes satisfechos y casos de estudio que cómo tu producto o servicio ha resuelto problemas específicos.

Ejemplo:

- **Testimonios de clientes:** citas de clientes que destacan los beneficios de tu producto.
- **Casos de estudio:** descripciones detalladas de cómo tu producto ha ayudado a resolver problemas significativos para clientes específicos.

Gráficos y visualizaciones: utiliza gráficos y tablas para ilustrar tus logros de manera visualmente atractiva. Los elementos visuales pueden incluir:

- **Gráficos de crecimiento:** líneas o barras que muestran el crecimiento de usuarios e ingresos.
- **Mapas de calor:** para indicar la distribución geográfica de tus clientes.
- **Infografías:** resaltando los hitos y logros clave.

Conclusión de la sección: Termina con una recapitulación que refuerce la solidez de tu tracción y su importancia para el éxito futuro de tu *start-up*. Resalta cómo estos logros preparan a tu empresa para la próxima etapa de crecimiento.

Ejemplo:

Nuestra tracción hasta la fecha demuestra no solo la demanda del mercado por nuestras soluciones de ciberseguridad, sino también nuestra capacidad para escalar eficientemente. Con un crecimiento sostenido en usuarios e ingresos, y el apoyo de clientes clave, estamos bien posicionados para capitalizar las oportunidades de mercado y continuar nuestro camino hacia el éxito.

2.11. Competencia

En esta dispositiva del *pitch deck* mostraremos a los inversores que has investigado a fondo el mercado y entiendes con quién estás compitiendo.

Objetivo:

- Analizar el panorama competitivo y cómo tu empresa se diferencia.

Estructura de la dispositiva:

A continuación, detallamos cómo estructurar y presentar la diapositiva de competencia de manera efectiva.

- **Descripción general de la competencia:** Inicia con una breve frase de la importancia de analizar la competencia. Resalta que entender la competencia te permite identificar oportunidades, diferenciarte y formular estrategias efectivas para capturar mercado.

Ejemplo:

Analizar a la competencia es crucial para cualquier start-up, ya que proporciona una visión clara del panorama del mercado, identifica brechas y oportunidades, y ayuda a definir estrategias para destacar

- **Identificación de competidores principales:** enumera y describe brevemente a los competidores más relevantes en tu mercado. Incluye tanto competidores directos (aquellos que ofrecen productos o servicios similares) como indirectos (aquellos que satisfacen las mismas necesidades de manera diferente).

Ejemplo:

- **Competidor A:** descripción breve de su producto y posición en el mercado.
- **Competidor B:** resumen de sus fortalezas y debilidades.
- **Competidor C:** descripción de su estrategia de mercado y su base de clientes.

- **Matriz comparativa:** utiliza una matriz comparativa para mostrar cómo tu producto o servicio se diferencia de los competidores en aspectos clave. Esta matriz debe incluir características, precios, calidad, servicio al cliente, tecnología, etc.

Ejemplo:

Característica	Tu Empresa	Competidor A	Competidor B
Funcionalidades	Alta	Media	Alta
Precio	Medio	Alto	Medio
Soporte al Cliente	24/7	Horario Laboral	24/7
Tecnología	IA Avanzada	Tradicional	IA Básica
Velocidad de Implementación	Rápida	Media	Lenta

- **Ventajas competitivas:** destaca tus ventajas competitivas y cómo se traducen en beneficios para tus clientes. Explica por qué tu empresa está mejor posicionada para ganar cuota de mercado.

Ejemplo:

- **Tecnología superior:** utilizamos inteligencia artificial avanzada para detectar y neutralizar amenazas en tiempo real, lo que nos diferencia de los competidores que aún dependen de métodos tradicionales.
- **Costo-eficiencia:** nuestro modelo de suscripción escalonado permite a empresas de todos los tamaños acceder a nuestras soluciones de seguridad, mientras que los competidores se enfocan en el mercado de grandes corporaciones.
- **Atención al cliente:** ofrecemos soporte al cliente 24/7, garantizando que nuestros clientes siempre tengan asistencia cuando la necesiten, a diferencia de los horarios limitados de nuestros competidores.
- **Barreras de entrada:** discute las barreras de entrada en tu mercado y cómo planeas superarlas. Esto puede incluir costos de desarrollo, tecnología, regulaciones, y redes de distribución.

Ejemplo:

El mercado de ciberseguridad presenta barreras significativas, como altos costos de desarrollo y la necesidad de tecnologías avanzadas. Nuestra startup ha superado estas barreras mediante alianzas estratégicas con líderes de la industria y una inversión inicial significativa en I+D. Además, contamos con un equipo de expertos que nos permite mantenernos a la vanguardia tecnológica.

- **Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades,):** incorpora un análisis FODA para proporcionar una visión completa de tu posición en el mercado.

Ejemplo:

- **Fortalezas:** innovación tecnológica, equipo experimentado, soporte al cliente.
 - **Oportunidades:** crecimiento del mercado de ciberseguridad, expansión internacional.
 - **Debilidades:** limitaciones de recursos en comparación con grandes competidores.
 - **Amenazas:** nuevos entrantes con tecnología disruptiva, cambios regulatorios.
- **Gráficos y visualizaciones:** Utiliza gráficos y tablas para hacer más comprensible la información. Elementos visuales que puedes incluir:
- **Matriz competitiva:** para comparar características y ventajas.
 - **Gráficos de barras:** para mostrar cuotas de mercado.
 - **Infografías:** que resalten tus ventajas competitivas.

Conclusión de la sección: Termina con una recapitulación que refuerce tu conocimiento del mercado y tu estrategia para superar a la competencia.

Ejemplo:

Nuestro análisis competitivo demuestra que SecurNet está bien posicionada para capitalizar las oportunidades del mercado de ciberseguridad. Con una tecnología superior, un enfoque en la atención al cliente y una estructura de precios flexible, estamos preparados para superar a la competencia y liderar el mercado.

2.12. Proyecciones financieras

La sección de '**Proyecciones financieras**' es fundamental para demostrar la viabilidad económica y el potencial de crecimiento de tu *start-up*. Esta parte debe detallar tus expectativas financieras a corto y largo plazo, ofreciendo una visión clara y realista de cómo planeas generar ingresos y gestionar los costos.

El objetivo es mostrar que tienes un plan financiero sólido y que los inversores pueden esperar un retorno significativo de su inversión.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, te presentamos una guía detallada para desarrollar esta diapositiva, que debe ocupar entre 1 y 2 páginas.

1. **Importancia de las proyecciones financieras:** es esencial que los inversores comprendan el potencial económico de tu *start-up*. Las proyecciones financieras proporcionan una hoja de ruta de tu crecimiento proyectado y cómo planeas alcanzar tus objetivos financieros.

Ejemplo:

Las proyecciones financieras son una herramienta clave para evaluar la viabilidad y escalabilidad de una start-up. Presentan un plan cuantitativo que muestra cómo la empresa generará ingresos, controlará los costos y logrará la rentabilidad.

2. **Desglose de ingresos:** explica las fuentes principales de ingresos y cómo esperas que crezcan con el tiempo. Divide esto en segmentos claros como ventas de productos, servicios, suscripciones, etc.

Ejemplo:

- **Ingresos por producto:** detalla las ventas esperadas de tus productos principales.
 - **Ingresos por servicios:** proyecciones de ingresos de servicios asociados.
 - **Ingresos por suscripciones:** estimaciones de ingresos recurrentes.
3. **Estimaciones de costes:** presenta una visión general de tus costos operativos y cómo planeas controlarlos. Incluye costos de producción, gastos de marketing, sueldos y otros gastos operativos.

Ejemplo:

- **Costes de producción:** desglose de los costos relacionados con la fabricación o desarrollo de productos.
 - **Gastos de marketing:** presupuesto destinado a campañas de marketing y adquisición de clientes.
 - **Sueldos y beneficios:** Estimación de los costos del personal.
4. **Proyecciones de ganancias y pérdidas:** muestra tus estimaciones de ganancias y pérdidas para los próximos 3 a 5 años. Incluye gráficos que ilustren tus proyecciones de ingresos, gastos y beneficios netos.

Ejemplo:

- **Gráfica de ingresos y beneficios:** gráficos de barras o líneas que muestren el crecimiento proyectado de ingresos y beneficios netos año tras año.
5. **Flujo de caja:** destaca la importancia del flujo de caja positivo y cómo planeas mantenerlo. Un flujo de caja saludable es vital para la sostenibilidad a largo plazo.

Ejemplo:

Mantener un flujo de caja positivo es esencial para asegurar que la empresa pueda cubrir sus obligaciones financieras y reinvertir en crecimiento.

6. **Punto de equilibrio:** incluye una explicación sobre cuándo y cómo alcanzarás el punto de equilibrio, el momento en que tus ingresos cubrirán todos tus costos.

Ejemplo:

Proyectamos alcanzar el punto de equilibrio en el segundo año de operaciones, momento en el cual los ingresos cubrirán completamente los costos operativos.

7. **Uso de fondos:** explica detalladamente cómo planeas utilizar la inversión solicitada. Incluye una infografía o un gráfico circular que desglose el uso de los fondos.

Ejemplo:

- **Desarrollo de producto:** 40% de los fondos destinados a mejorar y desarrollar nuevas funcionalidades.
- **Marketing y ventas:** 30% para campañas de marketing y expansión del equipo de ventas.

- **Operaciones y recursos humanos:** 20% para contratar personal clave y mejorar las operaciones.
- **Otros gastos:** 10% para gastos imprevistos y otros costos operativos.

Gráficos y visualizaciones: utiliza gráficos y tablas para hacer más comprensible la información financiera. Elementos visuales que puedes incluir:

- **Gráficas de crecimiento de ingresos:** para mostrar las proyecciones de ingresos y crecimiento.
- **Tabla de proyecciones financieras:** que detalle los ingresos, costos y beneficios esperados.
- **Diagrama de Uso de Fondos:** para mostrar en qué se utilizará la inversión solicitada.

Conclusión de la sección: termina con una recapitulación que refuerce la confianza en tus proyecciones financieras y en el plan de negocios.

Ejemplo:

Nuestras proyecciones financieras, basadas en un análisis riguroso del mercado y nuestros modelos de negocio, demuestran un camino claro hacia la rentabilidad y el crecimiento sostenido. Con el apoyo financiero adecuado, SecurNet está posicionada para convertirse en un líder del mercado de ciberseguridad.

2.13. Equipo

La diapositiva '**Equipo**' muestra a los inversores que tienes un equipo competente y experimentado capaz de ejecutar tu plan de negocios.

Objetivo:

Presentar a los miembros clave de tu equipo y su experiencia relevante.

Estructura de la diapositiva:

A continuación, detallamos cómo estructurar y presentar la diapositiva del equipo de manera efectiva.

1. **Importancia del equipo:** comienza con una breve introducción sobre la importancia de un equipo sólido para el éxito de una *start-up*. Resalta que los inversores no solo invierten en ideas, sino también en las personas detrás de ellas.
2. **Presentación de los fundadores:** introduce a los fundadores de la empresa con una breve descripción de sus antecedentes, habilidades y logros relevantes. Incluye fotos profesionales de cada miembro para hacer la presentación más personal y visualmente atractiva.

Ejemplo:

- **Nombre del fundador:** descripción del rol en la empresa, experiencia previa y logros destacados.
- **Nombre del Co-fundador:** breve resumen de su trayectoria profesional, especialización y contribuciones clave a la *start-up*.

3. **Equipo ejecutivo y clave:** presenta a los miembros clave del equipo ejecutivo y a aquellos que tienen roles críticos en la empresa. Incluye información sobre su experiencia, habilidades y cómo contribuyen al éxito de la empresa.

Ejemplo:

- **Nombre del director de tecnología (CTO):** experiencia en el sector de ciberseguridad, logros técnicos significativos y su papel en el desarrollo de la tecnología de la empresa.
 - **Nombre del director de marketing (CMO):** antecedentes en estrategias de marketing digital, campañas exitosas previas y su visión para el crecimiento de la marca.
4. **Consejeros y mentores:** si cuentas con consejeros o mentores, preséntalos aquí. Destaca su experiencia y cómo su asesoramiento beneficia a la empresa.

Ejemplo:

- **Nombre del consejero:** breve descripción de su experiencia relevante y su rol en la empresa.
 - **Nombre del mentor:** logros destacados y cómo ha ayudado a guiar la estrategia de la empresa.
5. **Logros y reconocimientos del equipo:** muestra cualquier logro o reconocimiento relevante que haya recibido el equipo. Esto puede incluir premios, publicaciones en medios, patentes, etc.

Ejemplo:

Nuestro equipo ha sido reconocido con varios premios en el sector de la ciberseguridad, incluyendo el Premio a la Innovación Tecnológica en 2023. Además, contamos con múltiples patentes en tecnologías de inteligencia artificial aplicadas a la seguridad.

Gráficos y visualizaciones: utiliza gráficos y tablas para hacer más comprensible la información sobre el equipo. Elementos visuales que puedes incluir:

- **Organigrama del equipo:** para mostrar la estructura y roles del equipo.
- **Infografías:** que resalten la experiencia y habilidades del equipo.
- **Fotografías profesionales:** de cada miembro del equipo, consejeros y mentores.

Conclusión de la sección: termina con una recapitulación que refuerce la confianza en tu equipo.

Ejemplo:

Nuestro equipo combina experiencia técnica de alto nivel, habilidades de gestión probadas y una pasión inquebrantable por la ciberseguridad. Con un historial de logros y una visión clara, estamos bien posicionados para llevar a SecurNet al siguiente nivel y liderar el mercado.

2.14. Llamado a la acción

La "**Llamada a la acción**" es la culminación de tu *pitch deck* y juega un papel crucial en convertir el interés generado durante tu presentación en acciones concretas por parte de

tu audiencia. Esta sección debe ser muy clara y directa en su mensaje ya que el propósito principal es motivar a los inversores a actuar después de escuchar tu presentación.

Debes especificar qué acción deseas que tomen y cómo pueden hacerlo. Por ejemplo, si estás buscando financiación, debes indicar claramente la cantidad que necesitas, cómo planeas utilizar esos fondos y los beneficios que los inversores obtendrán al invertir en tu empresa. Esta claridad ayudará a los inversores a comprender exactamente lo que se espera de ellos y qué pueden esperar a cambio.

La finalidad es dejar una impresión duradera y facilitar el camino para que los inversores tomen una decisión positiva.

Estructura de la diapositiva:

1. **Cantidad de inversión solicitada:** especifica la cantidad exacta de la inversión que estás buscando. Sé claro y preciso, evitando rangos amplios que puedan parecer indecisos.

Ejemplo:

Estamos buscando una inversión de 2 millones de euros para expandir nuestras operaciones y mejorar nuestra tecnología.

2. **Uso de fondos:** desglosa cómo planeas utilizar los fondos solicitados. Esto no solo demuestra que tienes un plan claro y estructurado, sino que también ayuda a los inversores a entender cómo su dinero contribuirá al crecimiento de la empresa.

Puedes presentar esto en forma de un gráfico circular o una lista detallada.

Ejemplo:

- Desarrollo de producto: 40%
- Marketing y ventas: 30%
- Operaciones y contratación: 20%
- Gastos generales: 10%

3. **Beneficios para los inversores:** destaca lo que los inversores ganarán al invertir en tu empresa de manera clara y atractiva. Esto puede incluir retornos financieros, participación en la toma de decisiones estratégicas, o acceso exclusivo a productos o servicios.

Ejemplo:

Los inversores obtendrán una participación del 10% en la empresa y asientos en nuestro consejo asesor, además de recibir actualizaciones trimestrales sobre nuestro progreso.

4. **Próximos pasos:** describe claramente los próximos pasos que los inversores deben seguir para avanzar. Esto puede incluir programar una reunión de seguimiento, firmar un acuerdo de confidencialidad o asistir a una demostración del producto.

Ejemplo:

Nos gustaría programar una reunión de seguimiento la próxima semana para discutir los detalles de la inversión y responder a cualquier pregunta adicional que puedan tener.

Ejemplo de llamada a la acción:

Para llevar SecurNet al siguiente nivel, estamos buscando una inversión de dos millones de euros.

Estos fondos se utilizarán para mejorar nuestra tecnología, expandir nuestro equipo de ventas y marketing, y fortalecer nuestras operaciones.

Los inversores recibirán una participación del 10% en la empresa, junto con asientos en nuestro consejo asesor y actualizaciones trimestrales.

Nos encantaría programar una reunión de seguimiento la próxima semana para discutir los detalles de la inversión y responder a cualquier pregunta adicional que puedan tener.

Gracias por su tiempo y consideración, y esperamos trabajar juntos para hacer del mundo digital un lugar más seguro.

Elementos visuales:

- **Iconos y gráficos:** utiliza iconos para representar la cantidad de inversión, el uso de fondos y los beneficios para los inversores. Un gráfico circular puede ser útil para visualizar el desglose del uso de fondos.
- **Contacto:** incluye información de contacto clara y accesible, como dirección de correo electrónico, número de teléfono y enlaces a perfiles de redes sociales o sitio web de la empresa.

Conclusión: La llamada a la acción debe ser contundente y motivadora. Asegúrate de transmitir un sentido de urgencia y de oportunidad, animando a los inversores a tomar medidas rápidas. Este es tu último momento para impresionar y convencer, así que hazlo memorable.

CONSEJOS

Crear un *pitch deck* exitoso requiere atención a los detalles y un enfoque estratégico. Por ello, te indicamos algunos consejos que te ayudarán a perfeccionar tu presentación:

- **Claridad y concisión:** la claridad es fundamental en un *pitch deck*. Cada diapositiva debe transmitir su mensaje de manera rápida y eficiente. Evita la tentación de sobrecargar con texto y datos innecesarios. En lugar de eso, utiliza viñetas y frases cortas para resaltar los puntos clave. Los inversores suelen tener tiempo limitado, por lo que es importante que puedan entender tu propuesta rápidamente.
- **Storytelling:** contar una historia convincente es la manera más efectiva de captar la atención de tu audiencia. En lugar de simplemente enumerar hechos y cifras, cuenta la historia de, por ejemplo, tu *start-up*. Explica por qué decidiste fundar la empresa, cuál es la visión que te impulsa y cómo tu producto o servicio puede cambiar la vida de tus clientes. Un buen *storytelling* puede conectar emocionalmente con los inversores y hacer que tu presentación sea memorable.
- **Visuales atractivos:** los elementos visuales pueden hacer que tu *pitch deck* sea más atractivo y fácil de entender. Para ello, utiliza gráficos, imágenes y elementos de diseño para ilustrar tus puntos clave. Por ejemplo, un gráfico de crecimiento puede ser más impactante que una lista de cifras. Además, asegúrate de que el diseño sea profesional y coherente en todas las diapositivas. Esto no solo mejora la estética de la presentación, sino que también demuestra tu atención al detalle.
- **Ensayar el discurso:** la práctica hace al maestro, y esto es especialmente cierto en las presentaciones. Practica tu *pitch deck* varias veces antes de presentarlo a los inversores, esto te ayudará a familiarizarte con el contenido, mejorar tu fluidez y reducir el nerviosismo.
- Grábate mientras practicas para revisar tu desempeño y detectar áreas de mejora. Así, podrás observar tu lenguaje corporal, tono de voz y la claridad de tu mensaje. Asegúrate de que tu presentación sea dinámica y que mantenga el interés del público. Practica en diferentes entornos para adaptarte a diversas situaciones y estar preparado para cualquier pregunta e imprevisto. Además, ensayar con un grupo de prueba puede proporcionar un *feedback* muy valioso y ayudarte a ajustar tu presentación según las reacciones del público.
- **Feedback:** no subestimes el valor de la retroalimentación. Antes de la presentación oficial, busca opiniones de mentores, colegas o incluso grupos de prueba. La retroalimentación puede ofrecerte perspectivas valiosas sobre aspectos que podrías haber pasado por alto. Utiliza esta información para hacer ajustes y mejoras a tu presentación. Un enfoque iterativo te ayudará a pulir tu presentación y hacerla más efectiva.

ERRORES COMUNES, ¿CÓMO EVITARLOS?

Incluso los emprendedores más experimentados pueden cometer errores al crear un *pitch deck* que pueden afectar negativamente la efectividad de tu presentación.

Aquí hay algunos errores comunes y cómo evitarlos:

- **Demasiada información:** uno de los errores más comunes es intentar incluir demasiada información en cada diapositiva. Esto puede abrumar a tu audiencia y dificultar la comprensión de los puntos clave. Para evitar esto, mantén tus diapositivas simples y enfócate en lo esencial. Cada diapositiva debe tener un propósito claro y comunicar solo uno o dos puntos clave.
- **Falta de foco:** es fácil desviarse del tema principal y perder el enfoque durante la presentación.
- Para mantenerte en el camino, sigue una estructura clara y lógica. Un *pitch deck* debe contar una narrativa convincente sobre tu *start-up*, desde la identificación del problema hasta la solución y el impacto esperado.
- La falta de un hilo narrativo puede hacer que tu presentación resulte confusa o desconectada. Por ello, asegúrate de que cada diapositiva fluya naturalmente a la siguiente y que todas juntas cuenten una historia coherente que mantenga el interés del inversor. Evita detalles irrelevantes que no aporten directamente a tu mensaje principal.
- **Presentación desorganizada:** una presentación desorganizada puede confundir a tu audiencia y disminuir el impacto de tu mensaje. Para evitar esto, planifica la estructura de tu *pitch deck* cuidadosamente. Comienza con una introducción clara, sigue con el problema y la solución, y concluye con un llamado a la acción. Utiliza transiciones suaves y asegúrate de que cada diapositiva tenga un título claro que resuma su contenido.
- **No conocer a la audiencia:** no todas las audiencias son iguales, y es crucial adaptar tu *pitch deck* a quienes lo van a ver. Los inversores, por ejemplo, están interesados en aspectos financieros y el retorno de la inversión, mientras que los clientes quieren saber cómo tu producto o servicio resolverá sus problemas.
- Un *pitch deck* que no está adaptado a las expectativas y prioridades de los inversores puede resultar ineficaz. Investiga sobre los intereses y prioridades de tu audiencia antes de la presentación y ajusta tu *pitch deck* en consecuencia. Si estás presentando a inversores que valoran la escalabilidad, destaca el potencial de crecimiento; si están interesados en la tecnología, profundiza en los aspectos técnicos.
- **Falta de práctica:** no practicar lo suficiente puede llevar a errores durante la presentación y una entrega poco fluida. Para evitar esto, dedica tiempo a ensayar tu presentación en voz alta. Considera grabarte a ti mismo para identificar áreas de mejora. Practica en diferentes entornos para estar preparado para cualquier situación y asegúrate de que puedes entregar tu presentación con confianza y claridad.