

# Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

## Elevator pitch (discurso del ascensor)

¿Has pensado cómo debe ser tu mensaje para que los inversores se sientan atraídos por tu negocio?

Un *elevator pitch* o *elevator speech* es una expresión inglesa o anglicismo que se refiere al mensaje más breve y conciso que llame la atención y de nuestra mejor imagen para la presentación de nuestro negocio ante potenciales inversores, accionistas o mercado potencial de forma que obtengamos una entrevista o una reunión posterior. Esta herramienta se basa en que son suficientes veinte segundos iniciales para generar una primera imagen.

La forma de vida actual del mundo organizacional es contrarreloj en muchas ocasiones. La innovación tecnológica es muy responsable de ello. Las personas son el valor de las organizaciones por encima de la marca y el producto, así como el tiempo y el conocimiento valores para la eficiencia de las personas, entre otros. No hacer perder el tiempo de nadie ni el nuestro es una premisa conveniente hoy en día, además de que con ello respetamos a los demás y a nosotros mismos. La herramienta "elevator pitch" se ajusta a estos requerimientos actuales y está siendo muy utilizada en el mundo corporativo.

Cuando se desarrolla un proyecto de negocio y también cuando se emprende, es importante saber expresar de forma clara, concisa y convincente en qué consiste nuestro negocio y quienes somos, para presentarlo ante un colectivo de accionistas que están buscando el mejor negocio en el que invertir y conseguir despertar su interés hacia el nuestro.

Por ello, es altamente recomendable plantearse una serie de preguntas clave para centrarnos en la información idónea que nos permitirá después construir el *elevator pitch* más certero, breve y seductor de nuestro negocio. Qué define nuestra empresa, a nosotros, a nuestro mercado potencial y también qué expectativas o resultados alcanzaremos en los próximos años (o si la empresa ya está funcionando las que obtenemos), qué márgenes de beneficios y costes tenemos, que recursos son necesarios, tanto humanos como materiales para su desarrollo y los que ya disponemos, cuáles son nuestras ventajas competitivas y lo que nos hace únicos frente a otras empresas del sector, entre otras cuestiones.

La película "Armas de mujer", cuya protagonista es Melanie Griffith se me ocurre como el ejemplo idóneo donde ver lo que es un *elevator pitch*, pues de hecho, la protagonista convence a un inversor de que la idea de negocio ha sido suya y no de su jefa, que quería arrebatársela, mientras hacen un trayecto en el ascensor.

He trabajado durante veinte años en el mundo de la publicidad y he visitado miles de organizaciones de toda clase de tamaño. Puedo constatar que en la mayoría de los casos de las PYMEs los propios dueños de la empresa o gerentes no sabían, *a priori*, destacar los mejores mensajes publicitarios acerca de su empresa, aspecto que yo agradecía porque eso me permitía ayudarles a que su empresa estuviera mejor posicionada, sintiéndome realmente útil para el cliente.

Hoy en día sigue ocurriendo, a diferencia de los nuevos negocios de *compañías startups* (empresas emergentes apoyadas en la tecnología) donde esta herramienta es muy utilizada en *networking* (espacios en la red o reuniones en eventos donde asisten personas con las que podemos establecer una red de contactos que nos puedan ser de interés).

Reconceptualizando, revisando y cambiando la inercia para alinear los intereses de las personas, las empresas y la sociedad; centrándonos en las personas para que puedan crear, consultar, utilizar la información y el conocimiento forma parte de los aspectos fundamentales que **Nuevo Management** considera valiosos y acordes con la actual Era de la información para el progreso de la humanidad.

