



Presentación

- Xornada técnica sobre a metodoloxía de comunicación de proxectos de empresa



**XUNTA
DE GALICIA**





5W+H Quen / Who

- Entidades que participan
- Imparte
 - C.E.E.I. Galicia, S.A. (BIC Galicia)
 - Enrique Gómez Fernández
 - Técnico de formación de emprendedores
 - egomez@bicgalicia.es



XUNTA
DE GALICIA





Cando, Onde / When, Where

- Luns 9 e martes 10 de maio de 2011
- De 16:00 a 20:00
- IES POLITECNICO de Santiago de Compostela
- Salón de actos
- Referencia á estrutura interna.



XUNTA
DE GALICIA





Para qué / NonW

- Xustificación
- Obxectivos



**XUNTA
DE GALICIA**



- Estructurais
 - Identificar dinámicas emprendedoras cara a consecución de proxectos de éxito.
 - Definir elementos de avaliación de ideas e proxectos.
 - Identificar instrumentos para unha comunicación efectiva dos resultados.
 - Aportar apoio e orientación na elaboración da documentación necesaria para participar nos premios FP Idea 2011.

- Transversais

Obxectivos

- Motivos para que non academos o que procuramos:
 - Non sabemos a onde imos. [Ir->](#)
 - Non queremos
 - Non somos capaces de transformar o camiño en obxectivos intermedios [SMART] [Ir 1->](#) [Ir 2->](#)
 - eSpecíficos
 - Medibles
 - Acadables
 - Realizables
 - Temporalizable

Metas, intencións, sonhos... vs. Obxectivos [SMART]



Por qué? / Why?

- É preciso?



**XUNTA
DE GALICIA**



- *“Que de esta crisis, gorda, gorda, la peor de hace no sé cuántos años, y de las que vengan en el futuro*, que vendrán, sólo nos sacarán las empresas.*
- *Cuando hablo de empresas, digo las grandes...y las pequeñas...*
- *Y como las empresas son personas, hay que animar a...montar empresas, para mantener las que haya y para hacerlas crecer...*
- *Hay que animar a los que trabajan en esas empresas, a cualquier nivel...que se maten a trabajar...”*



P78

[Ir ->](#)

(*)

[Ir ->](#)

“Una crisis que se estudiará en los manuales”. “Necesitamos crear empleo, de todo tipo...fabricar empresarios”. Carlota Sánchez Puga.

Técnica de Emprendeduría Social da [Obra Social de NovaCaixaGalicia](#) na mesa redonda: "Recursos para el emprendimiento social". IX Xornadas de Sensibilización sobre a Interculturalidade organizadas por Ecos do Sur en Arteixo o 26 de abril de 2011.

Bla, bla, bla...

- “Un atleta de Negreira que quere competir na subida ao 1.576 chanzos do Empire State que o quere facer en once minutos” [Ir ->](#)
- “O que vale para todo, vale para todo. O que non vale para nada, non vale para nada.”
- “Unha cousa é unha cousa e outra cousa é outra cousa. É ou non é?”
- “Se tivera 30 millóns...”
- “Canto pensa vostede que vale?”
- “E ese animal, qué produce?”
- ...

Family Matters

- AP01 > Non todo o mundo pode ter unha empresa.
- AP02 > Fan falla moitos cartos.
- AP03 > Que te manda a ti meterte nese balbordo.
- AP04 > É mellor non ter socios.
- AP05 > É preciso ter moita información.
- AP06 > É preciso ter moita experiencia.
- AP07 > Non teño tempo.
- AP08 > É moi complicado.
- AP09 > É se sae mal?
- AP10 > Teño medo.
- AP11 > Non sei onde me estarei a meter.
- AP12 > Hai que ter gañas, cartos e logo sorte.
- ...

Obxeccións

- EC01 > Estamos a procura dunha idea que permita logo elaborar un proxecto. Non estamos na procura da “IDEA” fantástica, impresionante, boísima, sen obxeccións. Se é así, é relativamente doado atopalas.
- EC02 > Non existen ideas “boas”. Algo e malo ou bo en función da capacidade para poder implementala nun proxecto viable es que este se consolide e creza.
- EC03 > Se existen a posibilidade de crear ideas que aporten valor, entón, non está todo inventado.
- EC04 > Para ser competitivas, deber ter un compoñente innovador que desenvolva algún elemento de valor.
- EC05 > Toda idea que desenvolva un proxecto de empresa con éxito ten sempre competencia (ou existen produtos substitutivos) ou a terá. Sempre será imitada .

“Errores de concepto” . 1-5

- EC06 > Debemos relativizar a súa importancia dentro do éxito dun proxecto.
- EC07 > As ideas son atopadas ou propostas polos equipos emprendedores. Con todo, poden existir casos nos que veñan dadas: franquías, sucesións de actividades...
- ...

“Errores de concepto” 6-...



Qué e cómo / What e How

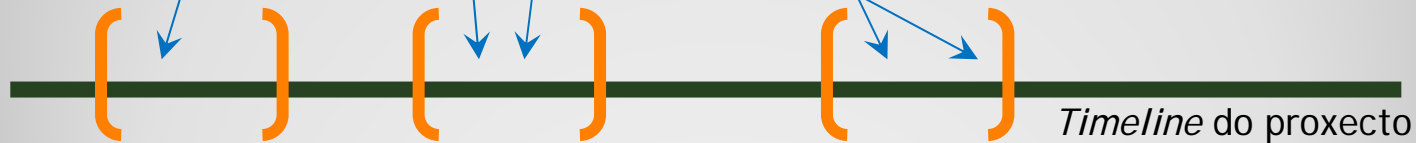
- Dividimos os contidos en bloques/unidades, condicionados pola contorna.



**XUNTA
DE GALICIA**



- UD1
 - Referencias á dinámica emprendedora.
- UD2
 - Elementos de avaliación de ideas e proxectos.
Ferramentas para a adición de valor as ideas e proxectos.
- UD3
 - Instrumentos para unha comunicación efectiva de resultados.
- UD4
 - Práctica para presentación de proxectos.



Que imos facer

- *"La mitad no sirve para nada, pero no sabemos que parte es, ni es lo mismo para todos, ni es lo mismo ahora que dentro de 5 años" .*

Antonio Fernández Hernando, Presidente de [Armabex](#) e CEO de [Prusland](#).

Durante a conferencia: «Investimentos en economía real Rendibilidade financeiro-emocional» celebrada na Fundación Novacaixagalicia en A Coruña 3 de maio de 2011 dentro do Foro Promoción Económica e Social da Concellalía de Promoción Económica e Social do Concello da Coruña en relación cun comentario dunha actividade formativa na que participou no IESE en Barcelona. [Ir ->](#)

Referencia



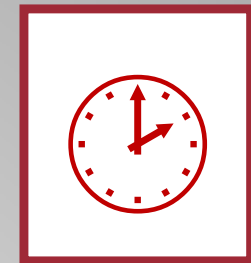
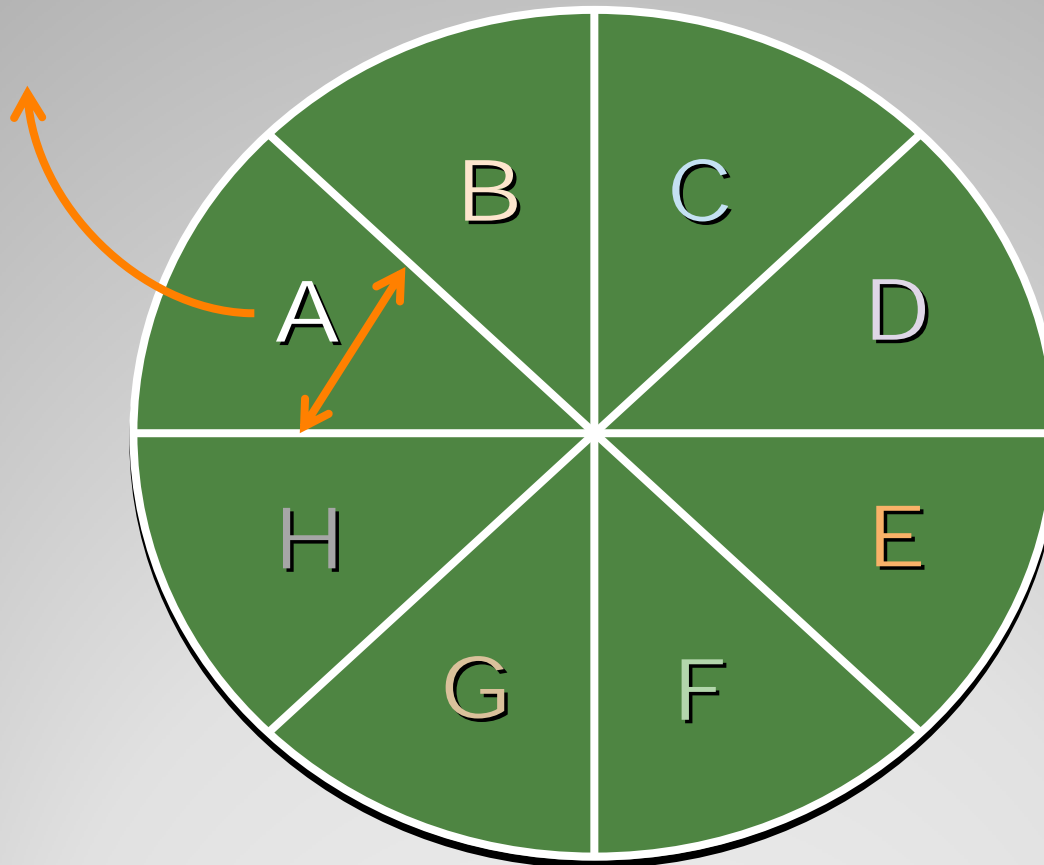
Ter presente

- Para ser efectivos

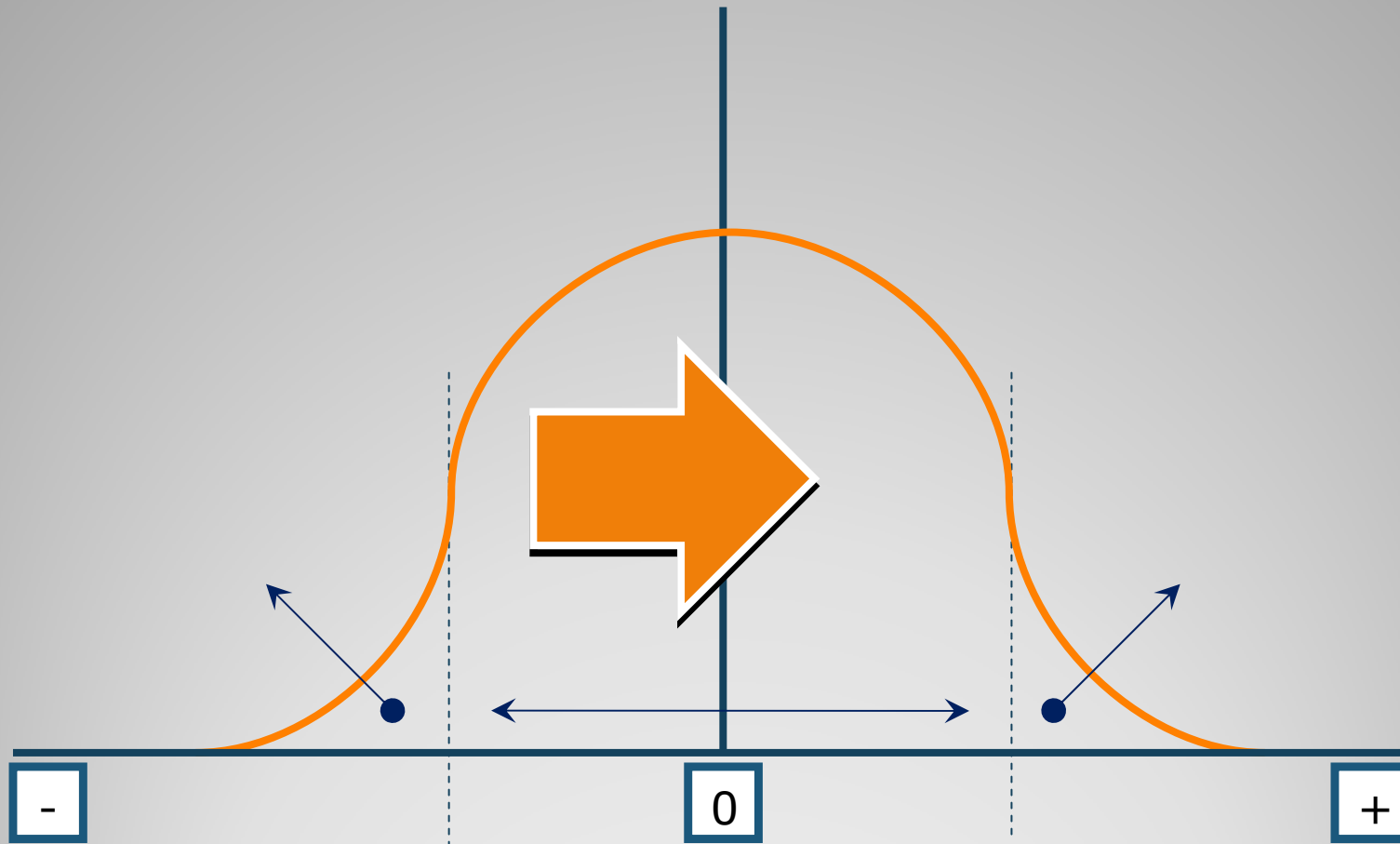


XUNTA
DE GALICIA





A vida, os proxectos, as actividades, son...



A vida, os proxectos, as actividades, son...



Referencias principais



**XUNTA
DE GALICIA**





Bibliografía

- <http://www.bicgalicia.org>



[Ir 1 ->](#)

[Ir 2 ->](#)

[Ir 3 ->](#)

Manual: Cómo presentar un proxecto en público

Foro de Inversión Galicia

Santiago de Compostela

13 de Abril de 2011



ATLANTIC AREA
ESPACIO ATLÁNTICO
ESPAÇO ATLÁNTICO



INICIO

EMPRENDEDORES

INVERSORES

PROGRAMA

VENTURE ACADEMY

PROYECTOS

NOTICIAS



El **Foro de Inversión Galicia** es un espacio de encuentro entre **inversores** privados, redes de **business angels** y **emprendedores** con proyectos empresariales de alto potencial de crecimiento desarrollados desde o para Galicia.

En el **Foro de Inversión Galicia** los emprendedores seleccionados tendrán la oportunidad de presentar sus proyectos ante inversores privados y asistirán a la **Venture Academy** para ayudarles a preparar una presentación eficaz. Si eres un emprendedor y quieres participar en el Foro **envía tu proyecto** antes del 15 de marzo de 2011.

Si quieres conocer los proyectos seleccionados y los finalistas, saber más de las redes de **inversores**, contactar con otros emprendedores y escuchar a ponentes relevantes, no dejes de asistir a la Jornada de presentación de proyectos el 13 de abril de 2011.

- **Ver Programa del evento**
- **Inscribirme como asistente en Foro**
- **Presenta tu proyecto**

El **Foro de Inversión Galicia** se desarrolla en el marco del programa europeo **AT Venture** que persigue la promoción y desarrollo de empresas innovadoras, así como su difusión y mejora del acceso a los instrumentos de financiación de estas start-ups, especialmente sociedades y redes de inversión privada.



visiónempresadora

Últimos tweets

ForoInversiónGalicia

Fotos del @foroinversiongalicia celebrado el 13 de abril de 2011,
<http://www.flickr.com/photos/forooinversiongalicia>
26/04/2011 | 08:49

Ponencia de @alejandrosuarez en el @foroinversiongalicia,
<http://bit.ly/gArndic>
26/04/2011 | 08:41

26/04/2011 | 08:35

Mañana en @foroinversiongalicia @alejandrosuarez nos dará su visión sobre ¿Qué busca un inversor en un proyecto?,
<http://bit.ly/ZiDHE>
12/04/2011 | 13:40

Mañana te esperamos en la jornada de presentación de proyectos, conocerás a los seleccionados y verás a los finalistas
<http://bit.ly/g2kbVP>
12/04/2011 | 10:55

organizadores:



Foro de Inversión Galicia AT-VENTURE , Santiago de Compostela, 13 de Abril de 2011

Aviso Legal : página web alojada y gestionada por IGAPE | [Contacto](#) | [Créditos](#)

- <http://www.foroinversiongalicia.com/>

Foro de Inversión Galicia



FP Idea

- Bases do concurso.
- Elementos «modalidade PROXECTO».
- Elementos «modalidade IDEA».



**XUNTA
DE GALICIA**



- Bases do premio FP Idea 2011.



[Ir ->](#)

- Elementos «modalidade PROXECTO».

- Resumo Executivo.
- Presentación en vídeo.
- Documento/s.



[Ir ->](#)

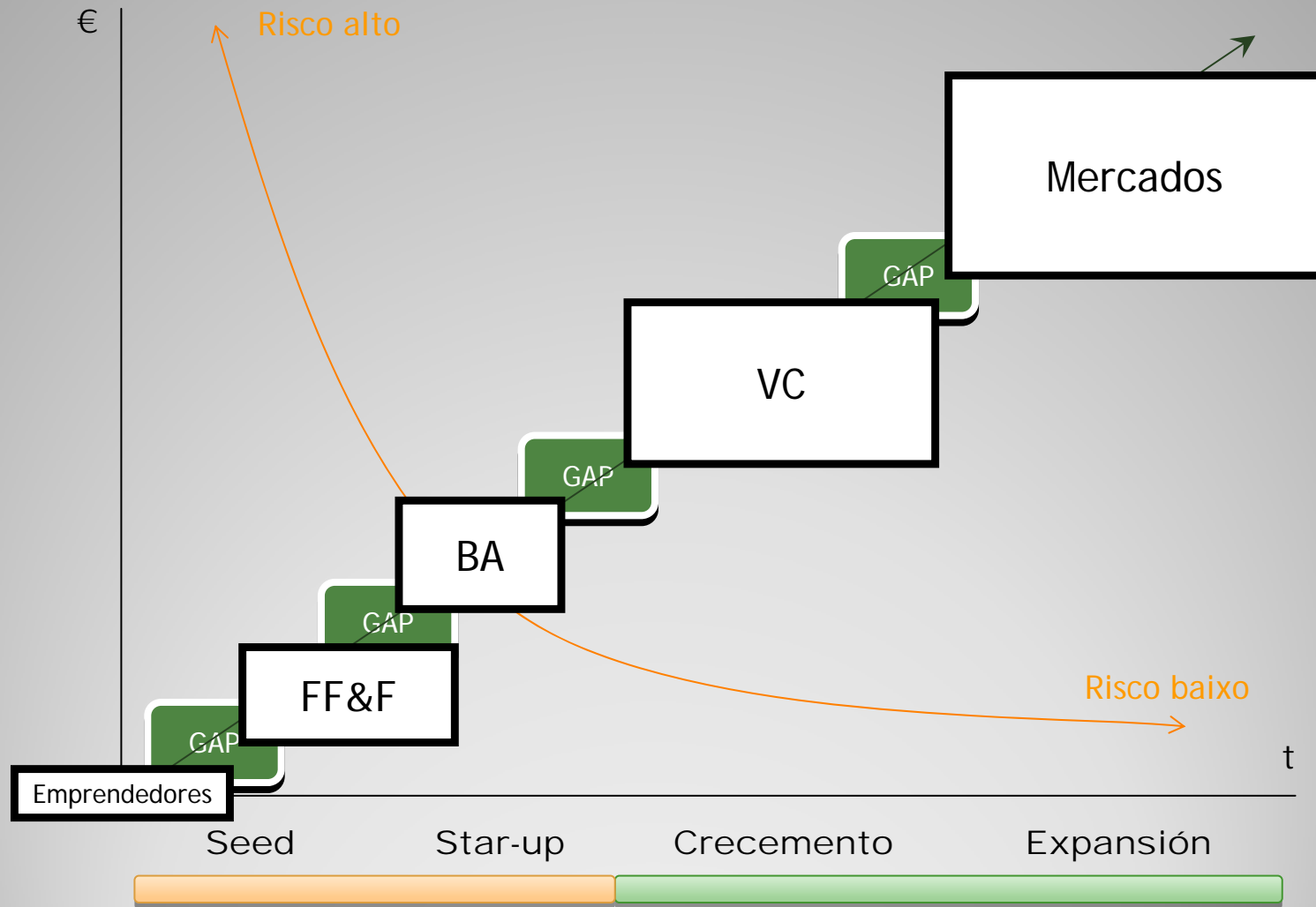
- Elementos «modalidade IDEA».

- Síntese da idea.
- Documento/s.



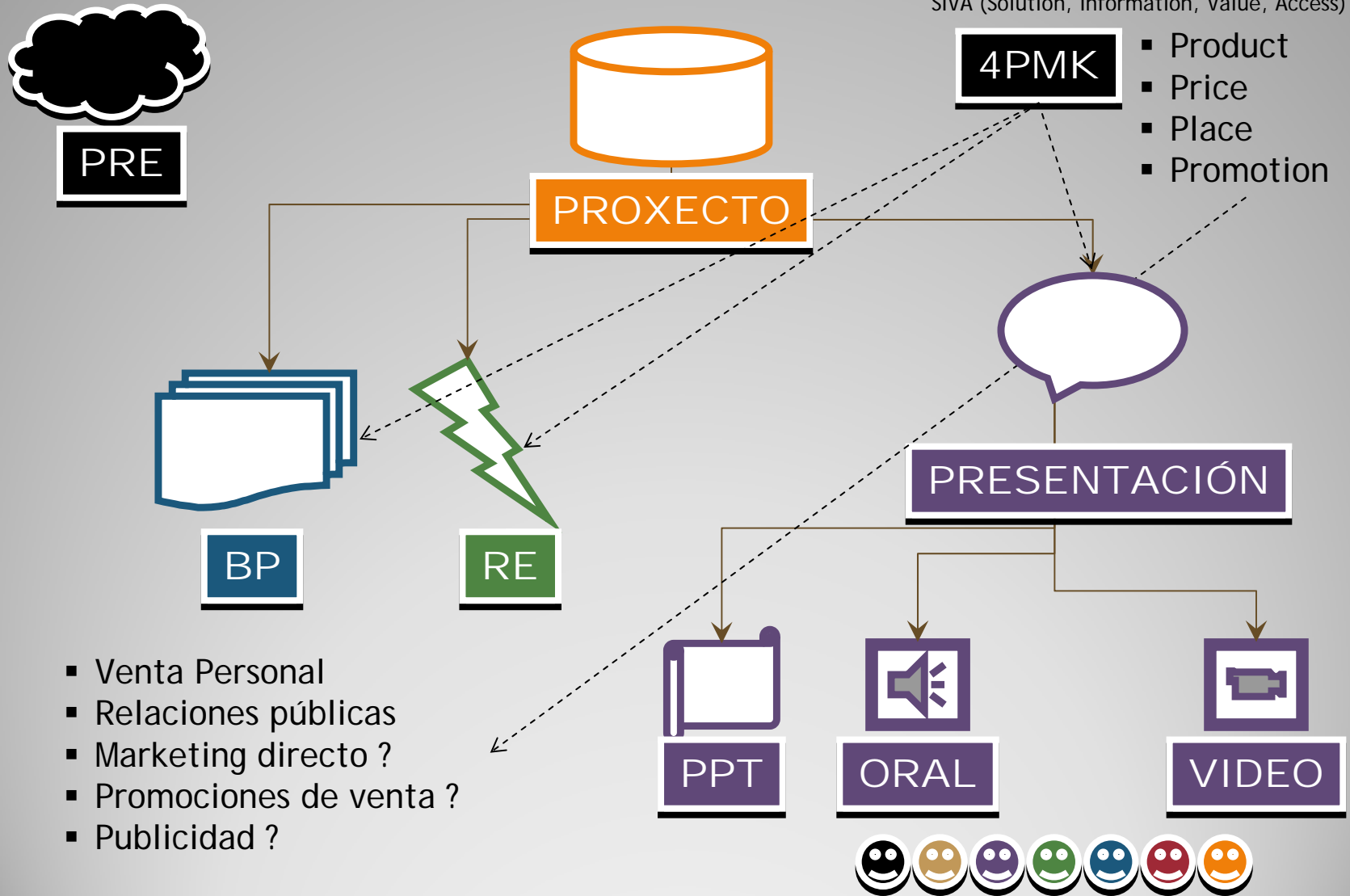
[Ir ->](#)

<http://www.edu.xunta.es/fp/fpplus/idea.html>



Evolución do proxecto e a tipoloxía de financiamento

SIVA (Solution, Information, Value, Access)



Esquema de instrumentos



UD1

- Referencias á dinámica emprendedora



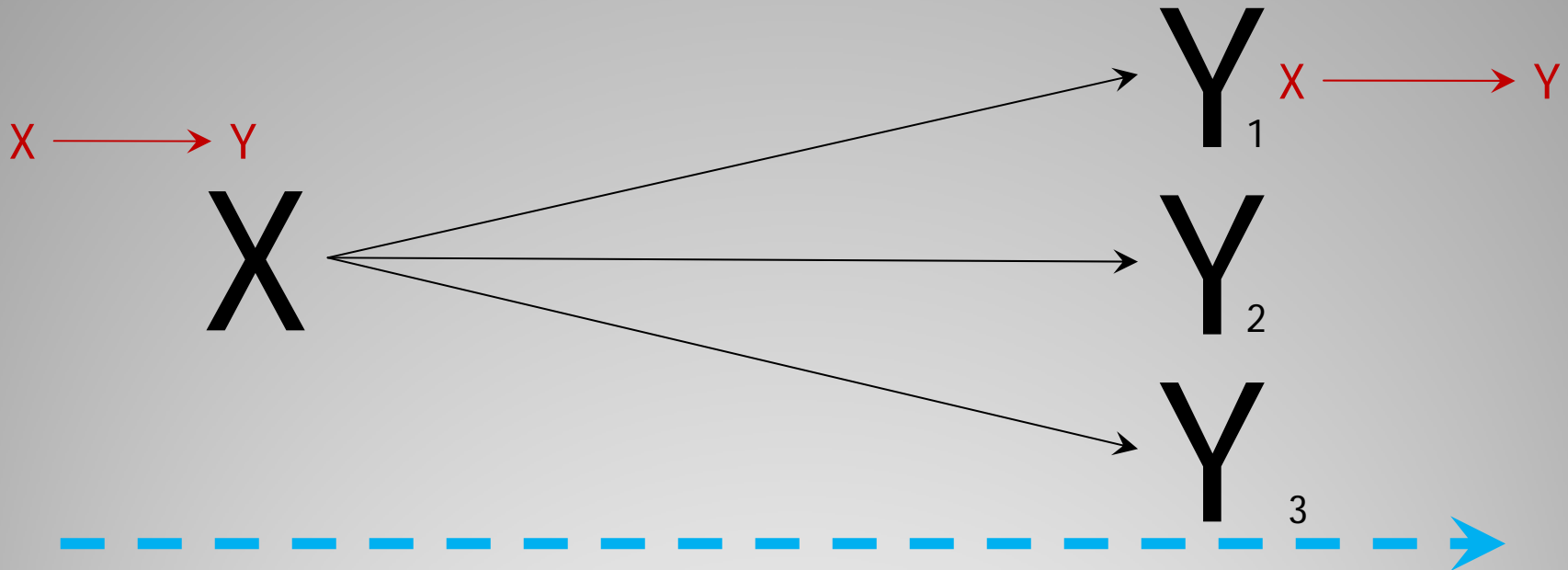
XUNTA
DE GALICIA



[Ir->](#)

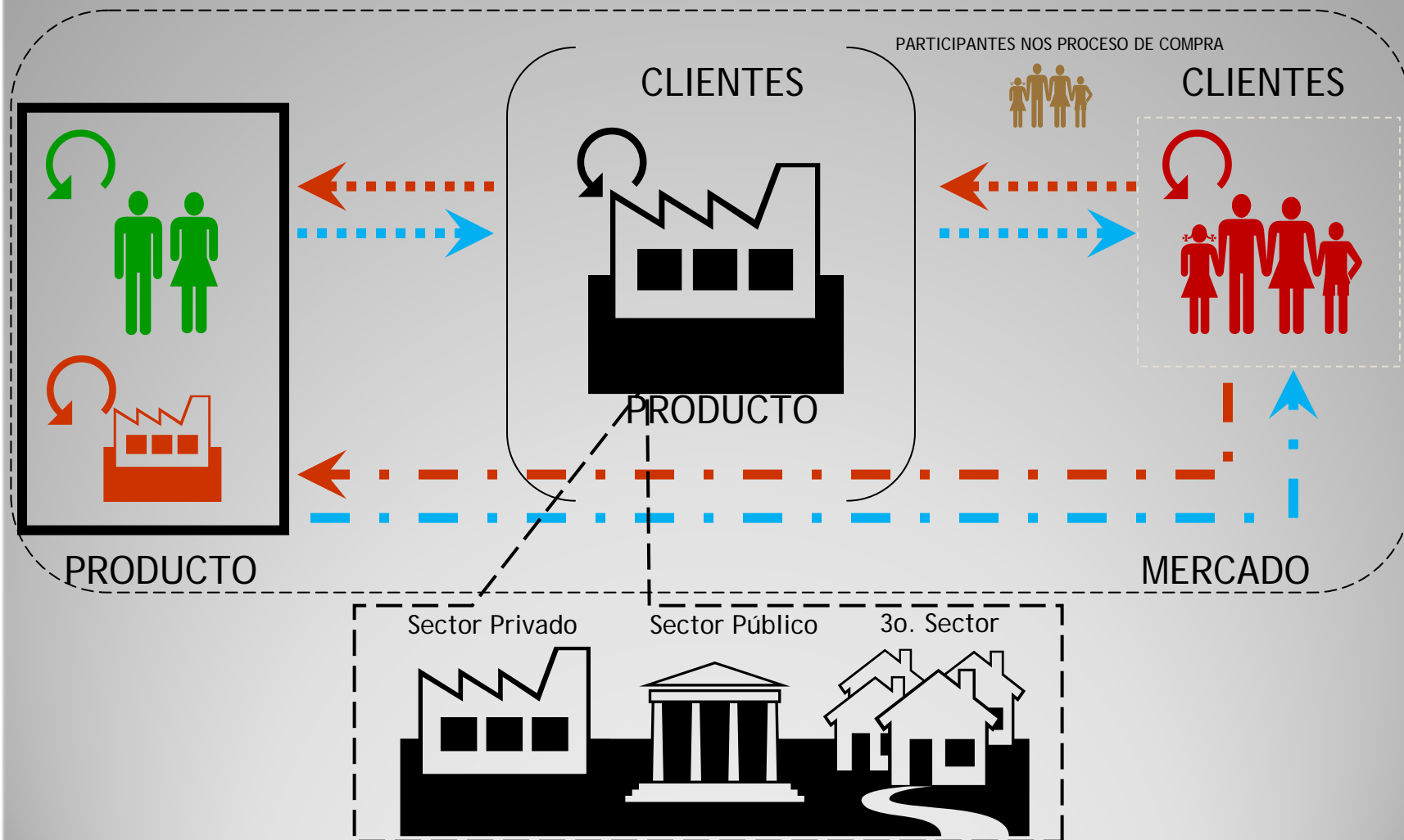
- *"Love is in the air"* . John Paul Young, 1978
- *"Entrepreneurship is in the air"* vs.
 - "Esta de moda"
 - "Vense forzados"
 - "Boom" de pymes gallegas en Londres. [Ir->](#)
 - La escasez en la oferta laboral fuerza a más de mil vigueses a abrir su propio negocio. [Ir->](#)
 - ...

Referencia



- Orientación ao logro vs. Proceso
 - “O éxito é un camiño...non un destiño”. Andrew Sevick.
 - “O importante é o camiño non a posada”. Don Quijote de la Mancha.
 - “«Estado de flujo»...la capacidad de concentrar la energía psíquica y la atención en planes y objetivos de nuestra elección, y que se siente que vale la pena realizarlos porque se ha decidido este tipo de vida, y se disfruta cada momento en lo que se hace.” [Mihaly Csikszentmihalyi](#)

O actual e presente mito de Sísifo?



Unha nova forma de entender o mercado de traballo

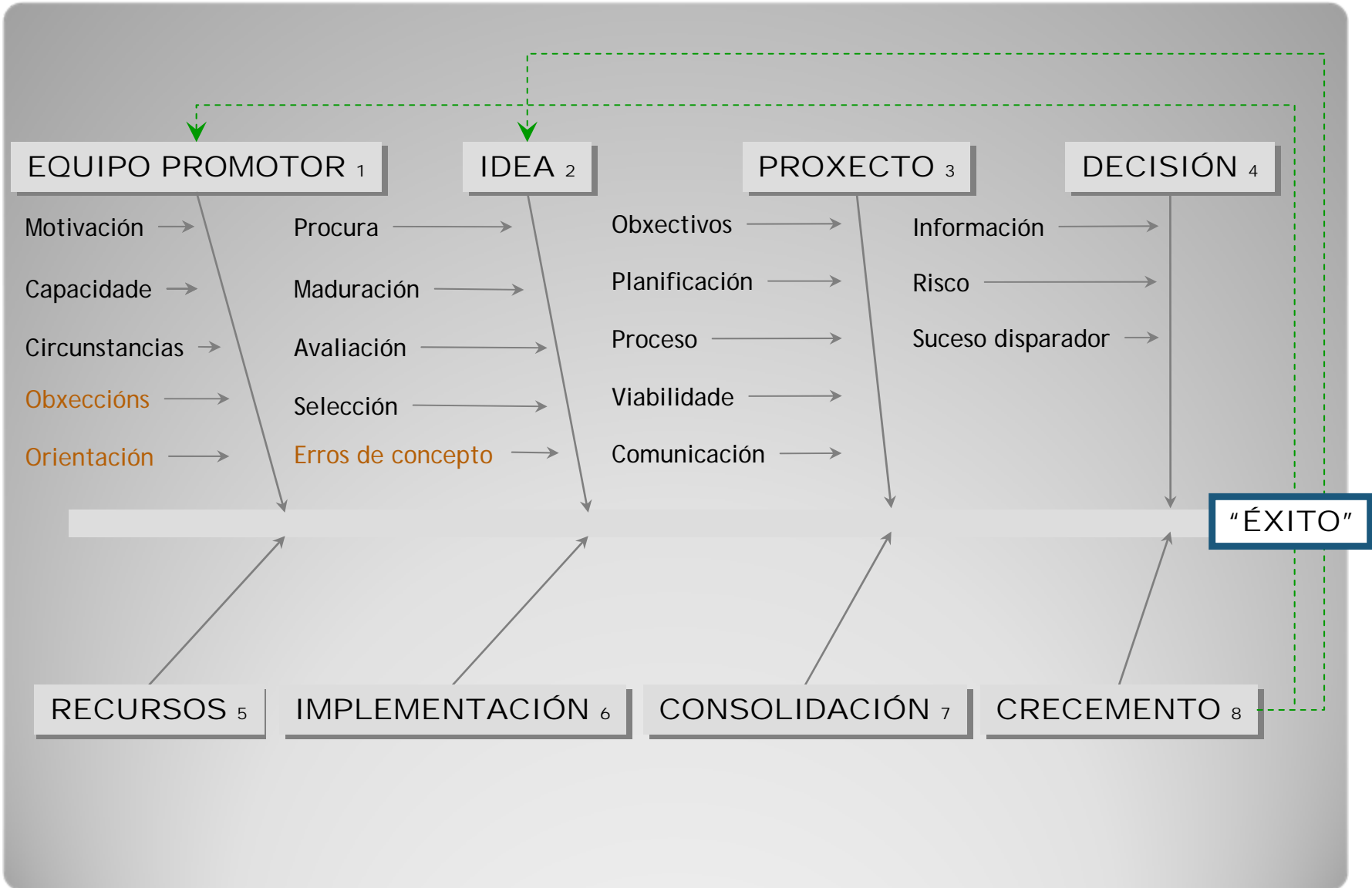
- de / from <> a / to
 - Demandante de emprego
 - Solucionador de problemas



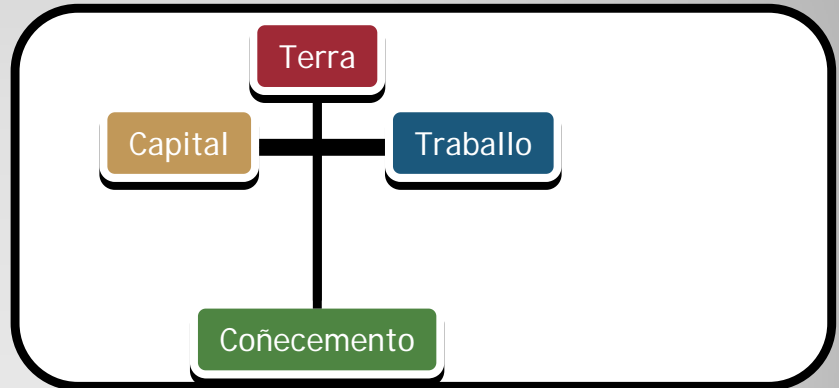
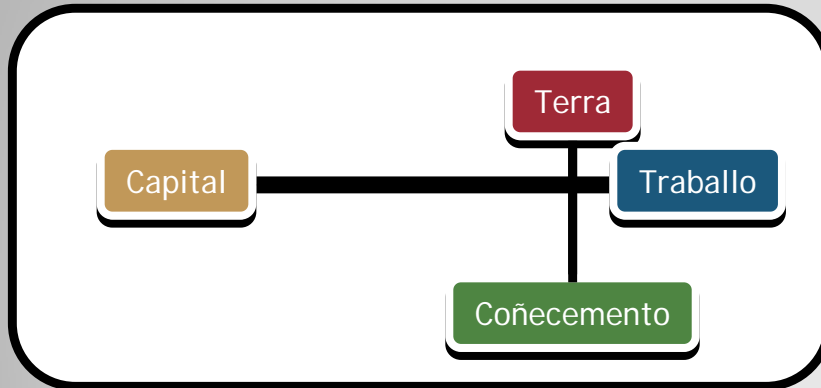
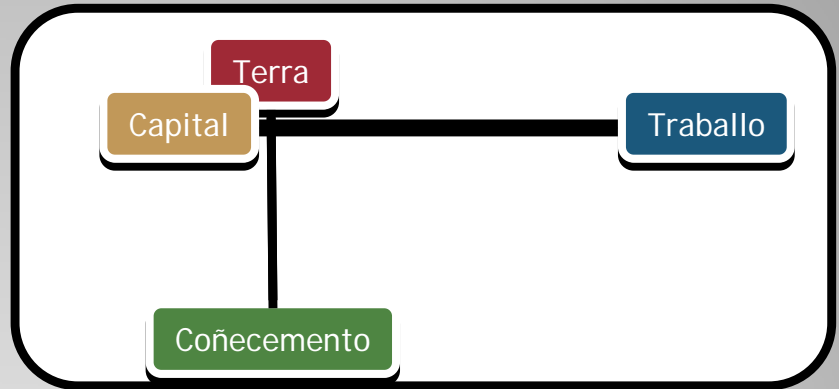
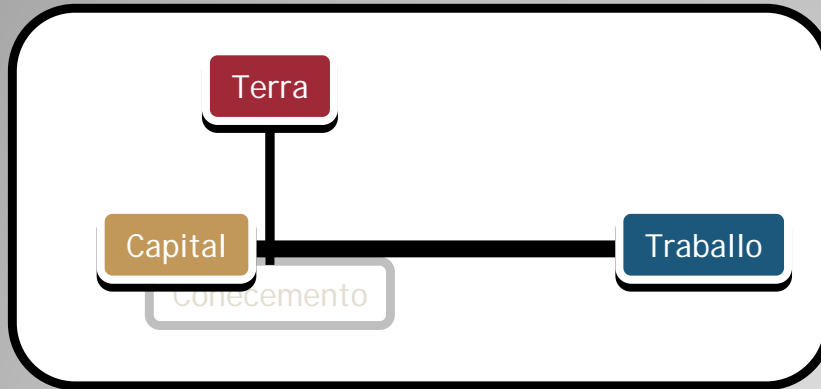
Ir->

- Andrés Pérez Ortega: <http://www.marcapropia.net>
 - “No hay empleo, pero si trabajo”, respuesta, *personal branding*.

Tratase de fuxir do Ni3:



Proposta gráfica dun diagrama de causa e efecto no éxito dun proxecto. So detalle a nivel 2 do elemento 1, 2, 3 e 4



Terra, capital, traballo + coñecemento

- O idioma é un reflexo:
 - What do you do?
 - What do you do for a living?
 - What kind of work do you do?
- As regra do 5/7
- Onde estabas fai 5 anos, onde estarás nos 5 seguintes?
 - Personal shopper
 - Community manager
 - Controller
 - CEO
 - Analista de sistemas

This is your job!



UD2

- Elementos de avaliación de ideas e proxectos.
- Ferramentas para a adición de valor as ideas e proxectos



**XUNTA
DE GALICIA**



IDEA

PROXECTO

Ten que ser innovador?

VALOR

- O que aporta
- O que suma
- Beneficios

- O que quita
- O que resta
- Custes

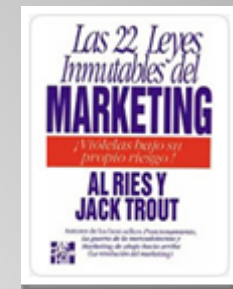
“Gone-changing, world first innovation are great, but the diffusion and adoptions of innovations -wherever they may have originated- is far more important for productivity growth in any particular region/jurisdiction”. Peter Nicholson.

Fundador e ex-Presidente do Consello de Academias de Canadá. Na súa conferencia «El arte de innovar y Emprender» en FEUGA, el 12 de marzo de 2011. [Ir ->](#)
Manexa a táboa de dobre entrada de Tipo de innovación: Radical e Incremental; e, Estrategia de innovación: New to business e New to world.

Valor

- As ideas os proxectos, teñen valor por:
 - Concepción > Potencial
 - Modificación das propostas iniciais > Madurado
 - Incorporación de elementos > Incorporado

- Obxectivo:
 - Posta en valor.
 - Percepción.
 - Fuxir da “*commoditytización*”.



4. Ley de la percepción. El marketing no es una batalla de productos, sino de percepciones.

[Ir 1->](#)

[Ir 2->](#)

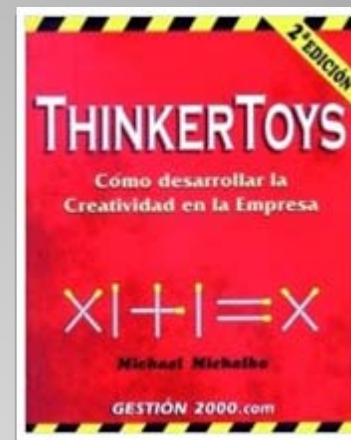
A procura do valor

- Rápido o resultado
- Barato
- Reduza a incertidume
- Compatibilidade
- Sencillez
- Familiaridade
- Inmediatez na súa consecución
- Actual
- Actualizable
- Saudable
- Ecolóxico
- Duradeiro
- Exclusividade
- Socializador
- Prestixio
- Limpo
- Fiable
- Cantidade
- Multiplicable
- Valor potencial
- ...

14. Ley de los atributos. Para cada atributo existe otro opuesto, igual de efectivo.

Elementos de valor

- Integrar ao cliente na empresa
- Técnicas creativas:
 - S.C.A.M.P.E.R.
 - Lista de atributos.
 - Solución perfecta.
 - Inversión de asuncións.
 - Buscar e aplicar modelos de referencia que se aprecian.
 - ...
- +



<http://www.neuronilla.com/>

Ferramentas

- Para a súa maduración:
 - Calquera criterio.
 - 5R:
 - Qué vou a vender?
 - A quen llo vou a vender?
 - Cómo vou a facer para poder venderllo?
 - Ónde llo vou a vender?
 - Cándo o vou a vender?

- Para a súa avaliación, previa e incompleta.
 - Metodoloxía tipo «Check».
 - Metodoloxía tipo «Táboa de avaliación da idea».
 - Metodoloxía D+V+C+O.
 - ...

Elementos de avaliación de ideas

- O mercado precisa deste produto ou servizo?
- Hai clientes suficientes?
- Por qué os clientes van a estar interesados, comprar e pagar o seu produto ou servizo?
- É tan significativa a diferenza con outros produtos ou servizos?
- Cómo comunicaremos aos nosos clientes que a nova oferta?
- Seremos capaces de afrontar unha reacción por parte da competencia?

Exemplo Metodoloxía tipo «Check» para ideas só?

Tabla de valoración de la idea					
Evaluación de factores en función de cómo resultan para el proyecto					
Muy débil	Débil	Algo débil	Algo fuerte	Fuerte	Muy fuerte
-3	-2	-1	1	2	3
←		→			
1. Mercado					
1.1	1				X
1.2	2				X
1.3	3		X		
1.4	4		X		
1.5	5			X	
1.6	6			X	
1.7	7	X			
1.8	8				X
1.9	9				X
1.10	10		X		
2. Grado de innovación					
2.1	11				X
2.2	12		X		
2.3	13			X	
2.4	14			X	
2.5	15		X		
3. Factores empresariales					
3.1	16				X
3.2	17		X		
3.3	18			X	
4. Grado de desarrollo de la idea					
4.1	19				X
5. Coste de desarrollo					
5.1	20				X
5.2	21		X		
5.3	22				X
5.4	23		X		
5.5	24			X	
6. Competencias					
6.1	25				X
6.2	26		X		
6.3	27		X		
6.4	28			X	
6.5	29		X		
7. Protección intelectual					
7.1	30				X
7.2	31				X
7.3	32				X
7.4	33		X		
7.5	34			X	
8. Factores de influencia del entorno					
8.1	35				X
8.2	36		X		
8.3	37			X	
8.4	38		X		
8.5	39			X	
8.6	40		X		
8.7	41			X	
8.8	42			X	
9. Dependencia de recursos					
9.1	43				X
9.2	44				X
9.3	45				X
9.4	46				X
9.5	47				X
9.6	48		X		
9.7	49				X
9.8	50				X
9.9	51			X	

Ir 1->

Puntuación CUESTIONARIO DE INNOVACION Y BASE TECNOLÓGICA			
min		max	
0	240	0	240
1. La Innovación 370			
1.1. Origen de la innovación 240			
0	240	0	240
24%		0	240
Desarrollo propio (0 o 1) 1 0			
Adquirida			
Exclusividad No (0 o 1) 0 0			
Si Regional (0 o 1) 0 0			
Nacional (0 o 1) 0 0			
Internacional (0 o 1) 0 0			
Total (0 o 1) 0 0			
0	25	150	150
18%		0	150
1.2. Objeto de la Innovación 50,4			
0	150	0	150
7		0	150
7		0	150
7		0	150
4		0	150
5		0	150
6		0	150
9		0	150
No se considera innovación (0 o 1) 0 0			
valoración de la innovación (ponderación de 1 a 10) 10 0			
Total 7 0			
0	9	180	180
18%		0	180
1.3. Grado del cambio 80			
0	180	0	180
1		0	180
1		0	180
1		0	180
Incremental Mejora prestaciones (0 a 3) 0 0			
Nuevas prestaciones (4 a 6) 4 4			
Radical Nuevo (7 a 9) 0 0			
Total 4 0			
0	300	0	300
22,5%		0	300
21%		0	300
2. Capacidad Imitativa de la Competencia 235			
2.1. Protección de la Innovación 177			
* Si no existe protección:			
Resulta Protegible			
No (0 o 1) 0 0			
Si Patente (0 a 15) 1 1			
Modelo de Utilidad (0 a 5) 0 0			
Know-how (0 a 4) 0 0			
* Si existe protección:			
Patente 1 Nacional (0 o 1) 0 0			
1,5 Varios Países (0 o 1) 0 0			
2 UE (0 o 1) 1 18			
2,5 Mundial (0 o 1) 0 0			
Modelo de Utilidad Industrial (0 o 1) 0 0			
Know-how (0 o 1) 0 0			
valoración de la protección (ponderación de 1 a 10) 10 0			
Total 13 0			
0	30	90	90
9%		0	90
2.2. Organización de recursos y medios 58			
0	90	0	90
1		0	90
1		0	90
1		0	90
Capacitación del personal (0 a 6) 6 0			
Accesibilidad del personal (0 a 6) 7 7			
Accesibilidad de los medios técnicos (0 a 6) 5 5			
Coordinación de los recursos técnicos y F.I. (0 a 6) 5 5			
Total 23 0			
0	4	100	100
10%		0	100
3. Ratio HD+I / Recursos productivos vinculados 25			
0	100	0	100
0		0	100
1		0	100
1		0	100
2		0	100
3		0	100
4		0	100
R < 2% (0 o 1) 0 0			
2% < R < 5% (0 o 1) 1 1			
5% < R < 10% (0 o 1) 0 0			
10% < R < 20% (0 o 1) 0 0			
R > 20% (0 o 1) 0 0			
Total 1 0			
1.000		630	630
VALORACION TOTAL DE LA INNOVACION (S/ 1.000) 630			

Metodoloxía tipo «Táboa»



Metodoloxía D+V+C+O



UD3

- Instrumentos para unha comunicación efectiva de resultados.
- Viaxe mais alá do BP viable en papel.

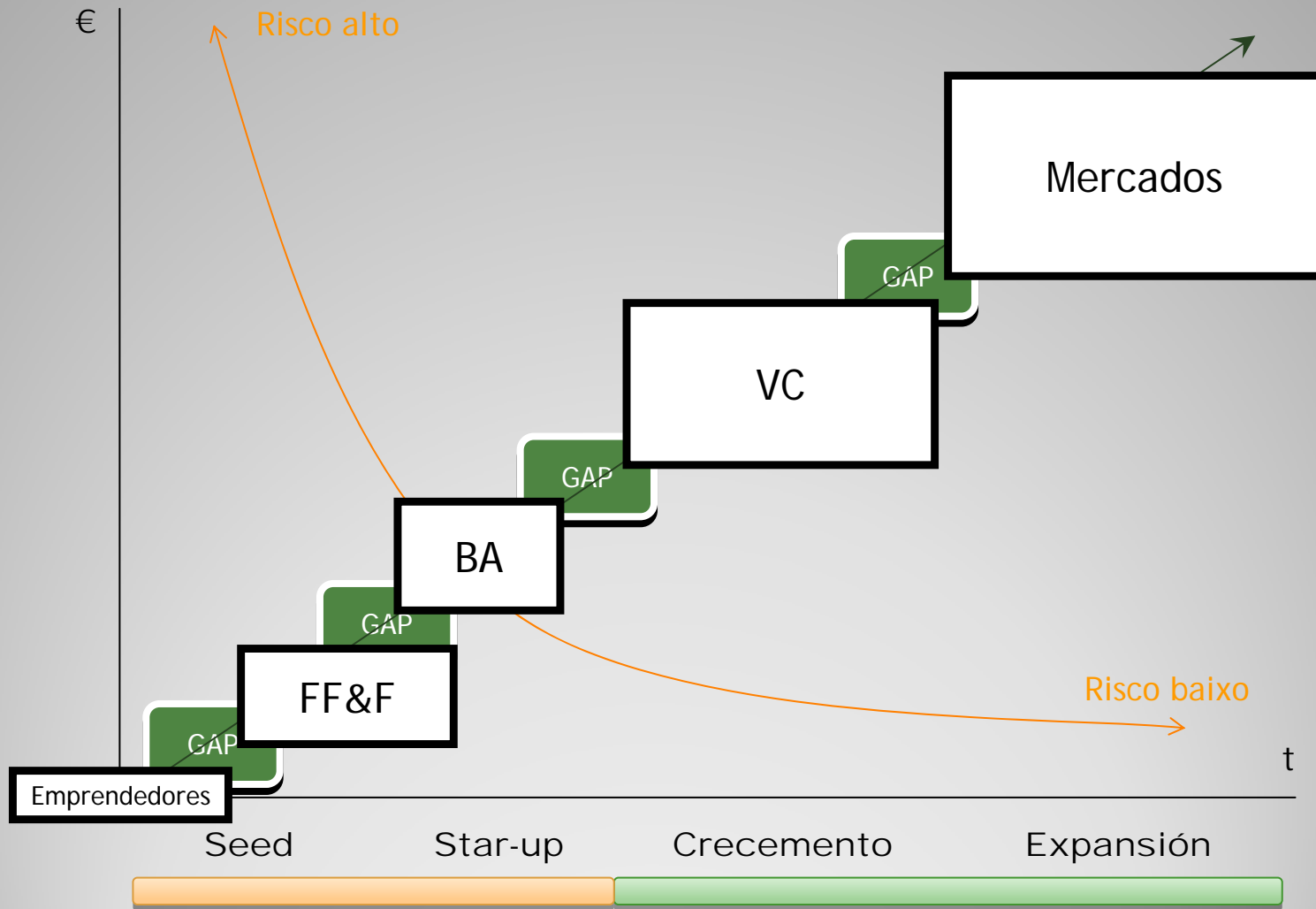


**XUNTA
DE GALICIA**



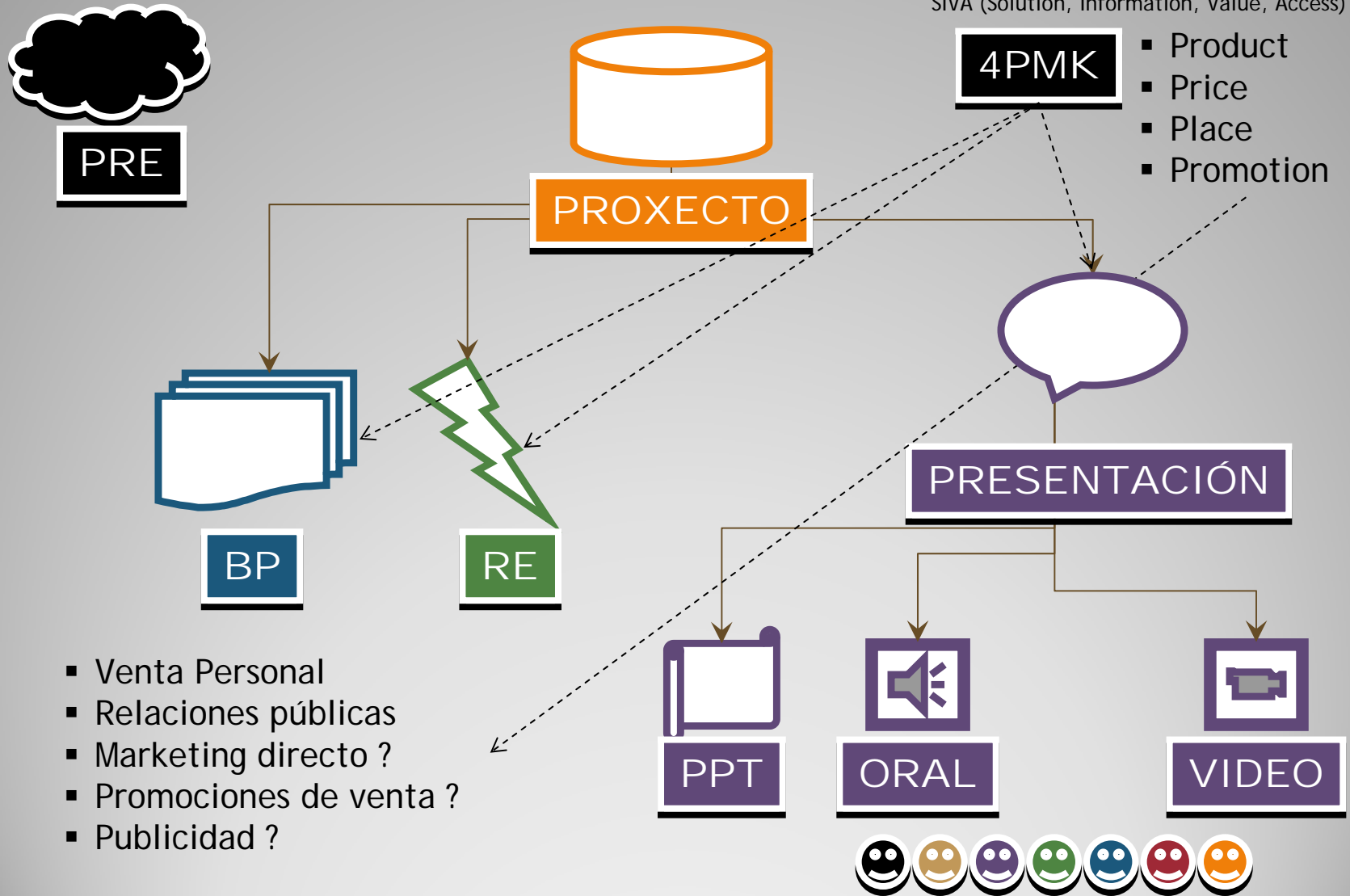
- Dos vídeos motivacionais...entre tantos:
 - I'm a champion. [Ir ->](#)
 - El langui. [Ir ->](#)

 - Dous enfoques, dúas perspectivas, dúas realidades, dúas circunstancias, dúas contornas...un único obxectivo.



Evolución do proxecto e a tipoloxía de financiamento

SIVA (Solution, Information, Value, Access)



Esquema de instrumentos

- Cando se acaden os obxectivos.
- Qué obxectivos?
 - Os que os equipos emprendedores definan de forma consensuada.
 - Os que os destinatarios teñan ou constrúan.
- Non perdendo de vista [4.4]:
 - Medo ao roubo de ideas?
 - Non somos os primeiros nen os últimos.
 - Preparación / Improvisación / Naturalidade.
 - Competencia, sempre. Xa está cuberta e existen substitutivos.
 - Fin > Pechar > Continuar.



Cando será efectiva esa comunicación

Destinatarios: Mix de Internos / Externos

- Socios
- FF&F
- BA
- CR
- EE.FF.
- EE.PP.
- Mentores
- Orientadores
- Profesores
- Coaches
- Asesores
- Consultores
- Prescriptores
- ...

Destinatarios

Inversor / Dinero | Qué preguntas?

- ¿Dónde invierto?
- ¿Cuánto invierto?
- ¿Cómo se valora?
- ¿Cuándo invertir?
- ¿Cómo controlo?
- ¿Qué apporto?
- ¿Cómo me salgo?
- ¿Necesito ayuda?

Talento / Ideas | Qué preguntas?

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

O mesmo !

Antonio Fernández Hernando, Presidente de [ArmaBex](#) e CEO de

[Prusland](#)

Durante a conferencia: «Investimentos en economía real Rendibilidade financiero-emocional» celebrada na Fundación Novacaixagalicia en A Coruña 3 de maio de 2011 dentro do Foro Promoción Económica e Social da Concellalía de Promoción Económica e Social do Concello da Coruña. [Ir ->](#)

Inversor vs. Emprendedor

- Práctica para presentación de proxectos.
 - *"La excelencia moral es resultado del hábito. Nos volvemos justos realizando actos de justicia; templados, realizando actos de templanza; valientes, realizando actos de valentía."* Aristóteles.
 - *"Las personas son lo que hacen". Jose Miguel Monzón (El Gran Wyoming) Un vago, dos vagos, tres vagos. Capítulo "Carácter del vago" p85*

- Presentación oral | Fases:

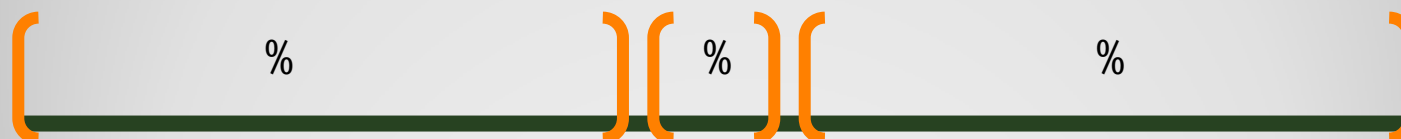
- Fase 1: Antes

- 1.1. Preparación dunha presentación
- 1.2. Como controlar o “pánico escénico”

- Fase 2: Durante

- 2.1. A comunicación verbal
- 2.2. A comunicación non verbal
- 2.3. Fases²

- Fase 3: Ao finalizar



Timeline da presentación

Presentación oral do plan de negocio

- Dominar o proxecto
- Coñecer a audiencia
- Preparar o material
- Coñecer a hora e controlar o tempo
- Prever preguntas e preparar respostas
- Ensañar o discurso diante de público
- Preparar o escenario
- Preparar o inicio da presentación

1.1. Preparación dunha presentación

- Falta de preparación do tema e de comunicación oral ante grupos
- Presión do tempo de que se dispón
- Preocupación pola existencia da audiencia á hora de xulgar o preguntar polo Plan de empresa
- Temor a que a presentación non resulte interesante para a audiencia
- Medo a non conseguir os obxectivos da presentación
- Medo a tartamuedar ou a non atopar as palabras adecuadas
- Investir demasiado tempo en preparar o tema e pouco en adquirir confianza nun mesmo para ser convincente
- Un trauma pasado.

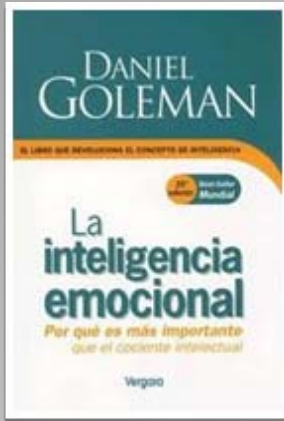
1.2. Controlar o “pánico escénico”

- Recomendacións para a Entrevista
 - Imagen personal
 - Linguaxe corporal
 - Comprobar lugar e hora
 - Acudir solo
 - Preparar os datos aportados
 - Prepara a presentación de uno mesmo
 - Non fumar nin chicles
 - Actitude relaxada e segura
 - Deixar que dirixan a entrevista
 - Tono de voz para enfatizar
 - Non mentir
 - Non criticar os traballos anteriores
 - Demostrar estar seguro das respostas

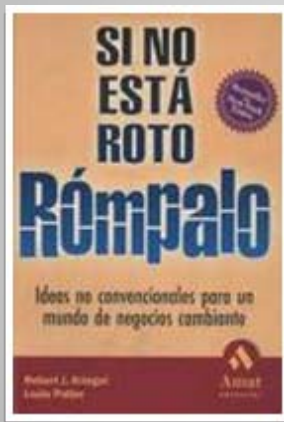
[Ana Peón Nistal](#). Directora de Recursos Humanos en [Serviguide](#). Clausura da Aula Empresarial da [Cátedra Bancaja](#) da [USC](#). Santiago de Compostela 27/04/2011

E nunha entrevista de traballo?

■ Cerrando os ollos...



- Concentrarse na audiencia
- Identificar os síntomas físicos positivamente
- Empatía / Muda os roles
- Sentido común
- Seducir



- Evitar as regras ríxidas e flexibilizar o discurso

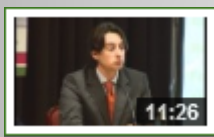
Volvendo ao principio do proceso...



- 2.2.1. A comunicación verbal
- 2.2.2. A comunicación no verbal

2.1 e 2.2. Comunicación verbal e non verbal

- 2.3 Fases
 - 2.3.1. Introducción
 - 2.3.2. Desenvolvemento (a)
 - Introducción, 3' / T1-3
 - Mercado, 8' / T3-6
 - Organización, 2' / T7'
 - Plan económico-financieiro, 8' / T8-10
 - 2.3.3. Conclusión



<http://www.youtube.com/user/foroinversiangalicia#p/u>

2.3 Fases



2.3.2. Desenvolvemento b

- Introducción
- El problema
- La solución / Avances
- Tamaño del mercado
- Clientes
- Modelo de negocio
- Ciclo de ventas
- Competidores
- Partners
- Directivos / Comité asesor
- Finanzas
- Oferta



10'

2.3.3. Desenvolvemento c

- Prexuizos:
 - Experiencia empresarial fracasada.
 - Experiencia laboral fracasada.
 - Equipo directivo.
- Procura de prescriptores:
 - Clientes inmediatos.
 - Apoios académicos.
 - Xestores e asesores.
 - Outros emprendedores.
- Proxección:
 - Vendas.
 - Probras de campo e piloto.
 - Acordos en marcha, prototipos ou prelanzamento.
 - Contactos para realizar probas.

Que valoran os investidores? 4.3



- 4.1 Recomendacións de uso de ferramentas de apoio
- 4.2 Recomendacións para unha presentación visual

2.3. Soporte



- 2.3. Ao finalizar a presentación
- 3.4. Quenda de preguntas
- 6. Suposto práctico de deseño de presentación dun plan de negocio.

3. Finalizar



Finalizando?

<http://www.bicgalicia.es/ftp/campus/20110509-10>

- Moitas grazas pola súa atención e desexamos que estes contidos permitiran acadar os seus obxectivos.



XUNTA
DE GALICIA

