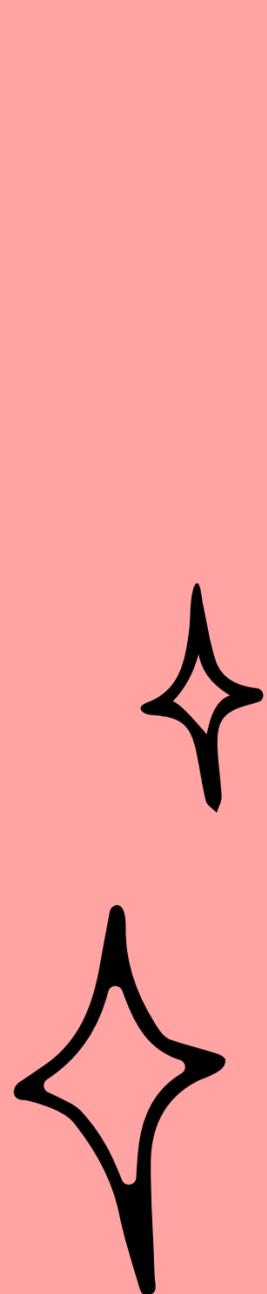


# CASO SHARK TANK



Yuliana Aremy Morales López

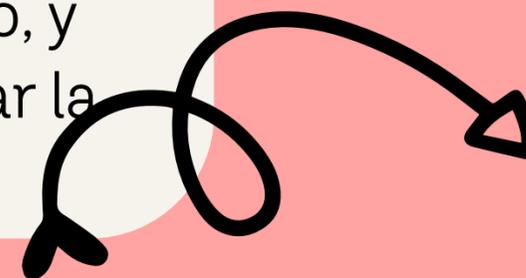
**Shark Tank México**  
**Producto/Empresa: Chicza (chicle)**



# Producto/Empresa: Chicza

- Propuesta: Chikle era una empresa dedicada a fabricar y vender chicles artesanales con ingredientes naturales y sin azúcar, buscando posicionarse como una alternativa saludable a las marcas tradicionales.
- Público objetivo: Personas preocupadas por su salud, especialmente consumidores que evitan el azúcar, buscan productos naturales o llevan una dieta balanceada (como veganos o personas con restricciones alimenticias).
- ¿Qué buscaban? Los emprendedores pedían \$500,000 MXN a cambio del 10% de participación en su empresa.

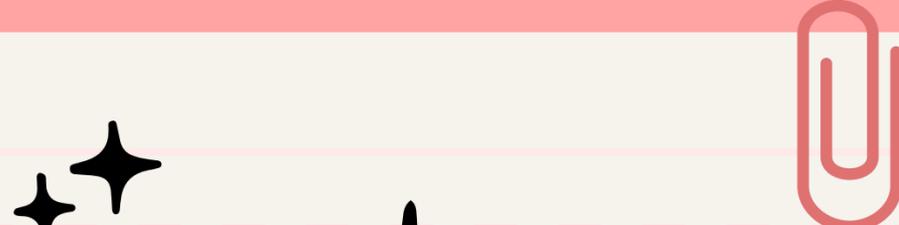
Resultado: Ningún tiburón invirtió, argumentando que el producto no tenía suficiente diferenciación en un mercado muy competido, y que los números no eran lo suficientemente sólidos para justificar la valuación.

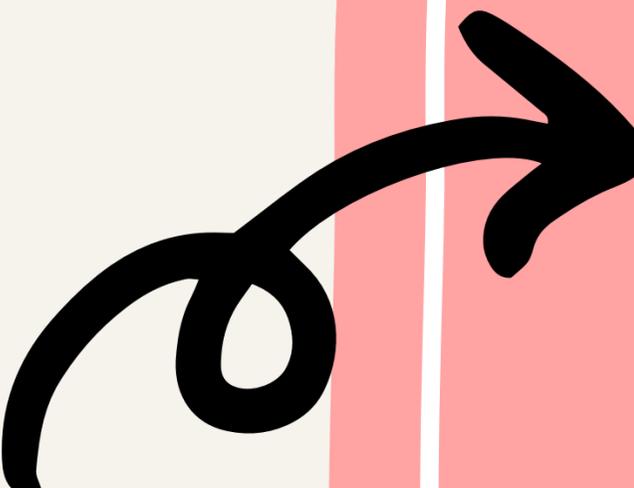
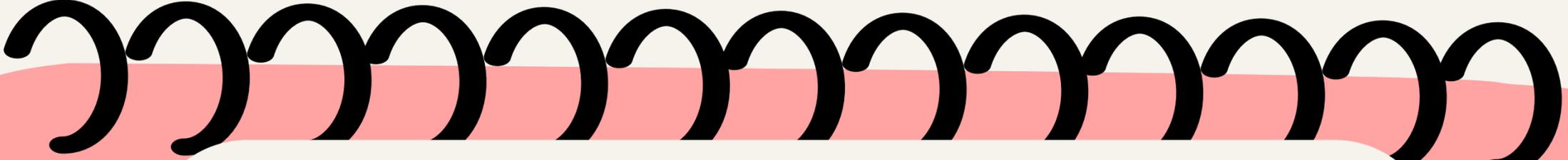




## Análisis del fracaso del pitch de chicza (chicle)

- ¿Cuál fue el error principal?
- El error principal fue no demostrar una clara ventaja competitiva ni diferenciación suficiente frente a otras marcas. Además, su valuación era demasiado alta considerando sus ventas y tracción real.
- ¿La idea era solo creativa o era una verdadera oportunidad de negocio?
- Era más creativa que viable. Si bien existía un mercado saludable en crecimiento, no supieron conectar su producto con una necesidad urgente o insatisfecha del consumidor.

- 
- ¿Había una propuesta de valor clara?
  - No completamente. Decían ofrecer chicles saludables, pero no explicaron por qué su producto era mejor que otros en el mismo nicho ni cómo planeaban escalar.
  - ¿Tú hubieras invertido en la empresa?
  - No en esa etapa. Hubiera necesitado datos más sólidos sobre ventas, recurrencia de clientes y validación en el mercado. Tampoco demostraron tener un canal de distribución efectivo.
  - ¿En qué momento perdieron la confianza de los inversionistas?
  - Cuando presentaron su valuación y no pudieron justificarla con métricas claras. También cuando se evidenció que su producto no tenía un diferencial claro en un mercado muy saturado.



## pitch mejorado de chicza

- Redefinir el producto como chicle funcional, no solo saludable.
  - Enfocar al público en consumidores de suplementos y bienestar.
  - Aumentar la participación ofrecida (20%) para hacer más atractiva la inversión.
  - Demostrar tracción y una estrategia clara de distribución.
  - Reforzar la propuesta de valor con datos y beneficios específicos.
- 



**MUCHAS  
GRACIAS**