

Módulo 3

Desarrollo del producto y planificación

Lección 2



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Objetivos de aprendizaje

Tras completar el módulo, deberías poder:

OA1 – Entender más los recursos necesarios para empezar a emprender.

OA2 – Desarrollar capacidades para luego obtener ideas y saber cómo hacerlas crecer.

OA3 – Entender cómo hacer realidad tu idea/plan.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

¿Qué podemos hacer para generar ingresos?



Generar ingresos es importante porque necesitamos dinero para sobrevivir como empresa social.

Existen muchas cosas importantes que debes considerar una vez tengas el producto y quieras avanzar con él. Es importante el **presupuesto**. Dedícale un tiempo y establece una planificación.

Una vez tengas el presupuesto, necesitas empezar a pensar en presentar tu idea a otros para que den su opinión. Considera asistir a **talleres y seminarios** para poder compartir las ideas. Las **ferias comerciales** también son una fantástica oportunidad para compartir tu idea con personas concienciadas. Aunque puede ser caro inicialmente, si tu producto es popular la feria será rentable.

También es importante qué **tecnología** tienes a tu disposición para promover tu producto. Esto puede llevarte a oportunidades con **inversores** que quieran invertir en tu producto. Y cuando empieces a crecer necesitarás considerar el **espacio**: ¿necesitarás alquilar algún espacio o tiene alguno que puedas compartir para generar ingresos?



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship



Beneficios de las ferias comerciales

Las ferias comerciales suelen estar destinadas a la industria y a las personas implicadas o interesadas en esa industria. Exponer en una feria comercial puede ser una buena forma para anunciarte ante un público objetivo y crear conciencia de marca.

Las ferias están abiertas a un público grande y variado. Esto te proporciona una plataforma para promover el producto o servicio a un grupo numeroso que posiblemente desconozca lo que les muestras.

Según tu tipo de negocio, producto o prueba de mercado puedes llevarlo a una feria para conocer la opinión de la industria o los comentarios del público en general.

Implicarte en una feria comercial puede darte oportunidades de tratar con otros negocios y crear también una base de datos de clientes.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Riesgos de las ferias comerciales



También es importante asegurarte que has hecho la suficiente investigación sobre la feria, y si tienes un mentor del negocio valóralo con él. Existen riesgos relacionados y necesitas ser consciente de ellos en la fase de planificación:

- La feria requiere como mínimo un día entero -y probablemente más- de tu tiempo.
- El desplazamiento hasta allí puede ser caro.
- Exponer en una feria también suele ser caro.
- Probablemente habrá competencia en cualquier feria.
- Elegir la feria incorrecta puede tener como consecuencia no llegar al público adecuado, y los costes de la feria puede ser muy superiores a tus beneficios.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Haz que suceda



Necesitamos ser **organizados** y tener un plan que sea **objetivo** - tener un propósito claro y cómo conseguirlo. Nuestro plan necesita tener una **estrategia** sobre cómo vamos a conseguir este objetivo, y debemos considerar también la **financiación**. Es recomendable que valores tu presupuesto del día a día para prevenir gastar más de lo necesario o trabajar sin los medios necesarios, fracasando antes incluso de empezar.

Visibilizar tu producto es importante y se llama **marketing**. Esto requiere tiempo y paciencia. Sin embargo, lo más importante es tu pasión por el producto.

Es importante también que conozcas tu **plan a la perfección**, lo que te permitirá ganar confianza y compartirla con los inversores. Si no estás seguro o no muestras pasión, no podrás conseguir el objetivo ni el interés de los inversores.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Cómo hacer que suceda



Cuando piensas en tu producto necesitas tener en cuenta cómo vas a compartirlo con los demás y cómo lo **difundirás**. ¿Por qué tu producto es una buena idea?

Muestra a tus clientes por qué **no pueden vivir sin** tu producto y cómo encaja fácilmente en su día a día. ¿Cómo lo hacían antes sin tu producto?

Tu producto **no** debe ser **complicado**, no deben pasarse horas para montarlo y puede usarse a diario.

El **packaging y la presentación** deben destacar los beneficios y debe ser fácil de identificar. No quieres que tus clientes se pregunten, ¿y esto qué es?

Finalmente, quieres obtener comentarios reales de los clientes. Déjales que lo prueben. Enséñaselo y déjales una **muestra**, enseñando que no tiene riesgos y que es un beneficio real. Para conseguirlo deberías considerar hacer un prototipo.

También debes considerar los **recursos** -¿qué otras habilidades necesito para hacer que suceda? ¿Necesito otras personas capacitadas? ¿Necesito aprender nuevas habilidades o necesito recursos físicos como espacio y tiempo?



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S U Y S E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Beneficios de las redes sociales



Puedes usar las redes sociales para vender tu producto y como apoyo de las ventas, enseñando sus beneficios. También son una oportunidad para incluir descuentos, ofertas temporales y nuevas ediciones.

Es importante lograr un equilibrio cuando usamos las redes sociales.

70, 20, 10 es un buen equilibrio.

70% muestras los beneficios del producto.

20% muestras contenido, comentarios y reseñas de otras personas.

10% para promociones y ofertas.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship



Prototipos y recursos

Los prototipos son importantes pues dan al cliente la oportunidad de ver y probar el producto. También es la ocasión para que recibas comentarios y ver si el producto llega a cubrir las necesidades esperadas.

Dependiendo del producto, puedes crear uno físico para que vean el concepto en acción o bien hacer uno sobre papel, con todos los detalles, hechos y esquemas que ofrece tu idea.

Para conseguir todo esto necesitas recursos. Estos pueden ser físicos o bien otras personas que te ayuden. También pueden ser recursos pedagógicos, como el nivel de conocimiento y de experiencia necesarios para apoyar tu idea y producto.



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social
Entrepreneurship

Este proyecto ha sido financiado por la Unión Europea, en el marco del Programa Erasmus +, K2 Asociaciones estratégicas



Aviso

“Este documento refleja sólo los puntos de vista de sus autores y la Agencia Ejecutiva de Educación Audiovisual y Cultura y la Comisión Europea no se hacen responsables del uso que se pueda hacer de la información contenida”



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Starting Up Young Social
Entrepreneurship