



El reto del puesto de limonada B1

Soy capaz de vender cosas.

Educación emprendedora básica



Vender productos y servicios

Desde implementar una idea hasta la planificación de los aprovisionamientos o la contabilidad, este reto ofrece experiencia de primera mano al alumnado sobre lo que cuesta hacer que un producto o servicio sea un éxito de ventas, y cómo conseguir el mayor éxito posible con un determinado presupuesto.

Manual del alumnado

Programa Youth Start Entrepreneurial Challenges

basado en el Modelo TRIO de educación emprendedora– www.youthstart.eu

Educación emprendedora básica		Cultura emprendedora			Emprendimiento responsable						
	El reto de la idea		El reto del héroe		El reto de la empatía		El reto de contar historias		El reto del compañerismo		El reto de mi comunidad
	Mi reto personal		El reto del puesto de limonada		El reto de las perspectivas		El reto del valor de la basura		El reto de las puertas abiertas		El reto del voluntariado
	El reto del mercado real		El reto de empezar tu proyecto		El reto máximo		El reto de ser positivo		El reto de la pericia		El reto del debate

El Modelo TRIO es un sistema pedagógico holístico que abarca tres ámbitos:

La “**Educación emprendedora básica**” comprende cualificaciones básicas para el pensamiento y la acción emprendedora, y más concretamente la capacidad de desarrollar e implementar ideas.

La “**Cultura emprendedora**” se refiere a la promoción de una cultura de apertura mental, empatía, trabajo en equipo, creatividad, establecimiento de objetivos e iniciativa personal, además de la asunción de riesgos y la consciencia sobre los riesgos.

El “**Emprendimiento responsable**” tiene como objetivo potenciar las competencias sociales y empoderar a los estudiantes en su rol de ciudadanos dispuestos a asumir responsabilidades por si mismos, hacia los demás y hacia el medio ambiente.

Cada reto pertenece a una de las 18 familias de retos, y cada familia de retos pertenece a uno de los tres ámbitos TRIO. Una familia de retos puede consistir en varios retos de diferentes niveles. Los códigos de letras que aparecen en el material didáctico indican los siguientes niveles educativos:

A1 y A2 – Primaria; B1 y B2 – ESO; C1 y C2 – Educación postobligatoria. Cada nivel se basa en el precedente.



Hoja de Ejercicios 1: Estudio de viabilidad

Descripción: Utiliza la tabla de abajo para escoger un objeto que vender o presentar. Completa una tabla por cada objeto con el fin de valorar y puntuar siguiendo el criterio de: 4 puntos = excelente, 3 puntos = muy bueno, 2 puntos = satisfactorio, 1 punto = suficiente, 0 puntos = insuficiente. Suma los puntos al final. Si un producto suma 0 puntos deberías pensar en eliminarlo de tu lista de productos, a menos que puedas solucionar el problema con medidas adicionales.

Objeto n.º

Criterios	Pregunta	Respuesta	Puntos
Personal	¿Hay suficientes personas dispuestas a vender en el puesto situado dentro o fuera de la escuela, y llevar a cabo las tareas de preparación y revisión?		
Dinero	¿Tienes dinero suficiente para comprar los elementos necesarios para el puesto y recaudar los fondos necesarios?		
Tiempo	¿Hasta qué punto los miembros del grupo tienen suficiente tiempo para llevar a cabo las tareas necesarias para la venta o presentación?		
Know-how	¿Hay dentro o fuera de la escuela suficientes personas que sepan cómo se producen los objetos en venta o presentación?		
Estrategia	¿Está el objeto de acuerdo con el programa de la escuela?		
Éxito	¿Vender los bienes o presentar el objeto genera ganancias o algún otro beneficio?		
Puntuación total			



Hoja de Ejercicios 2

Planes de Producción o Ventas

Descripción: Una vez decidido el objeto para la venta o presentación, debes preparar el proceso de producción (o el proceso de ventas si vas a revender un producto sin ningún tratamiento adicional). Antes de completar el plan que se muestra más abajo, haz el prototipo de tu producto. Mientras realizas el prototipo, toma notas y haz fotografías del proceso. Cuanto más detalladas sean tus notas más fácil será programar cantidades mayores. Si produces bebidas o comida, busca recetas en libros de cocina. Ten en cuenta, por favor, que el proceso empieza con la compra de los ingredientes necesarios y termina cuando se entregan en el puesto (embalaje incluido).

Ejemplo

Elementos necesarios: limón orgánico lavado; Paso: exprime el limón; Resultado (intermedio): zumo de limón; Persona responsable: Susana; Tiempo: 1 minuto por limón.

Consejo: Utiliza la columna de elementos necesarios para elaborar una lista de la compra.

Plan de producción y/o proceso de ventas				
Elementos necesarios	Paso	Resultado (Intermedio)	Persona responsable	Tiempo (en minutos)



--	--	--	--	--

Hoja de Ejercicios 3

Fijar objetivos, tiempo y responsabilidades

Descripción: El uso de estas checklists debería evitar que olvides algo importante. Puedes, por supuesto, eliminar lo que no sea aplicable a tu producto y añadir aquello que falte. Por favor, pon una marca (✓) cuando termines cada actividad. Repasa la lista otra vez antes de proceder a la venta o presentación de los objetos en el puesto (P). Haz una comprobación final antes de terminar tus actividades (F). Estas comprobaciones las deben realizar otras personas (el principio de los cuatro ojos).

Checklist: Objetivo, tiempo y responsabilidades

✓ P F

Objetivo/s	Hay como mínimo un objetivo formulado con una frase (por ejemplo: Vendimos 350 vasos de limonada hasta el 1 de abril de 2015, y por lo menos al 90% de nuestros clientes les gustó nuestra limonada).			
Tiempo	Hay una lista de tareas para la actividad. Duración en minutos u horas y persona responsable.			
Responsabilidades	La lista de tareas contiene en cualquier caso las actividades siguientes:			
	Planificar el puesto/ diseño del escaparate			
	Conseguir los elementos necesarios para el puesto (por ejemplo: un mantel)			
	Diseñar el puesto (por ejemplo: boceto)			
	Montar el puesto			
	Mantener el puesto limpio			
	Planificar la gestión de desechos			
	Separar los residuos			
	Desechar los residuos			
	Desmontar el puesto			
	Planificar las medidas de promoción			
	Diseñar las medidas de promoción (por ejemplo: rotafolio)			
	Llevar a cabo las medidas de promoción			
	Calcular el precio de venta			
	Realizar el training de ventas			
	Preguntar en detalle a los clientes por sus expectativas			
	Probar los prototipos			
	Preparar la producción y/o las ventas			
	Comprar los elementos necesarios para la producción			
	Hacer el producto			
	Transportar los productos al puesto			
	Planificar el embalaje			
	Obtener el material de embalaje			
	Embalar			
	Diseñar las facturas			



	Vender y presentar los productos en el puesto			
	Emitir facturas			
	Registrar los números (productos vendidos y recursos utilizados, beneficio obtenido)			
	Calcular los costes y el éxito (beneficio o pérdida)			
	Utilizar el dinero ganado para la finalidad acordada (cuenta de clase o donación)			
	Documentar todas las actividades con fotografías			
	Preparar un informe (por ejemplo: para la web y/o Facebook de la escuela)			

Hoja de Ejercicios 4

Diseñar el puesto

El diseño del puesto depende principalmente del objeto que se pretenda. Normalmente un “anuncio tridimensional grande y atractivo” nos incita a ir a mirarlo y comprar el producto que se vende. Necesitarás algunas de las cosas que se mencionan más abajo, según el tamaño previsto de tu puesto y tu concepto de diseño. A continuación adjuntamos una lista básica para que puedas planificar, aunque no pretende ser de ninguna manera una lista cerrada. Así pues, añade o elimina elementos según sea necesario.

Por favor, cuando termines pon una marca (✓) en las actividades. Puedes, por supuesto, eliminar las que no se ajusten a tu objetivo o añadir las que falten. Repasa la lista antes de vender o presentar los objetos en el puesto (P). Realiza una comprobación final antes de terminar tus actividades (F). Estas comprobaciones deben efectuarse por personas distintas (principio de los cuatro ojos).

Checklist del diseño del puesto

✓ F P

Cumple los requisitos básicos	El puesto se ve desde lejos			
	El puesto llama la atención			
	Las cualidades de los objetos saltan a la vista			
	Las propuestas de venta pueden realizarse cómodamente			
	El producto está adecuadamente almacenado y presentado hasta su venta			
	El puesto tiene un diseño homogéneo			
	El diseño del puesto tiene en cuenta las expectativas de los clientes			
	El personal puede trabajar adecuadamente en el puesto (vendiendo, empaquetando, emitiendo facturas)			
	Se observan las normas de seguridad y prevención de incendios			
Decoración	Anuncios, rotafolios			
	Fotografías			
	Mantel			
	Signos y rótulos (por ejemplo: cubierta)			

Lemonade Stand Challenge B1

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Objetos	Cobertura			
	Aromas: velas perfumadas, aceites esenciales			
	Otros materiales de decoración			
	Producto de muestra			
	Presentación del servicio o del producto			
	Vajilla			
	Suministros para servir mesas			
	Accesorios para manejar alimentos (por ejemplo: guantes)			
	Material para embalar			
	Lista de precios			
	Descripción del producto (detalla los ingredientes que pueden provocar reacciones alérgicas)			
	Otro material relacionado con el producto			



Checklist para el diseño del puesto

✓ F S

Material promocional	Folleto			
	Pegatinas			
	Videos promocionales			
	Anuncios			
	Regalos promocionales			
	Otro material promocional			
Mobiliario	Sillas			
	Mesa			
	Armario o estanterías			
	Nevera			
	Cubo de basura			
	Iluminación			
	Música: aparato, medio, altavoces			
	Ordenador, tablet y otro hardware (ej: impresora)			
	Almacenamiento: (ej: estante, armario cerrado, bar)			
	Proyector (ej: portátil, tablet, proyector para presentaciones)			
	Otro mobiliario			
Papelería	Bloc de notas			
	Material de escritura: lápiz, bolígrafo, marcador para el rotafolio, goma de borrar			
	Calculadora			
	Facturas (Impresos)			
	Etiquetas con el nombre			
	Perforadora			
	Tijeras			
	Grapadora			
	Clips			
	Cinta adhesiva, pegamento			
	Regla			
	Sello y almohadilla			
	Carpetas			
	Otros elementos de papelería			
Otros elementos	Material de limpieza			
	Cable de prolongación			
	Equipo de primeros auxilios			
	Kit de costura			
	Herramientas			
	Otros elementos			



Hoja de ejercicios 5

Cálculo de costes y ganancias o pérdidas

Descripción: Los resultados de las Hojas de ejercicios 2–4 forman parte de este esquema. Para tener los cálculos claros, utiliza tan solo los costes reales (por ejemplo: materiales de producción). Mientras ganes dinero, los costes de personal no estarán incluidos. No incluyas en el cálculo aquellos costes que no tienes (por ejemplo: si produces cubitos de hielo en casa sin coste adicional).

Puedes calcular los costes utilizando el modelo mínimo, el estándar o el máximo.

Para el modelo que hayas elegido, los costes se calcularán según el esquema indicado más abajo. Podrás utilizar un archivo Excel. Amplia las columnas y filas según tus necesidades.

Haz una estimación de la cantidad de productos que venderás para calcular el éxito. Es posible que te ayude pensar en el número de personas que se acercarán al puesto queriendo comprar tu producto.

Calcula la aportación al beneficio por unidad de producto para ver la diferencia entre el coste total sin incluir los costes fijos y el precio de venta. Con ello te darás cuenta de hasta qué punto la venta de un producto llega para cubrir los costes fijos.

Modelo de cálculo mínimo

Costes según la lista de compras	Precio	Cantidad	Total
Coste Total			

Ingresos	EUR
Precio de venta por unidad	
Cantidad vendida	
Ingresos totales	
Beneficio o pérdida	

Lemonade Stand Challenge B1

Youth Start Entrepreneurial Challenges



a Modelo de cálculo estándar

Costes variables de la limonada	Precio	Cantidad	Total
Costes variables por unidad			
Precio de venta por unidad			
Costes variables por unidad			
Contribución al beneficio por unidad			

a Modelo de cálculo máximo

Material	Importe	Cálculo	Importe	Cálculo	Importe	Cálculo
Precio de compra de los bienes (impuestos incluidos)						
- descuento						
Precio con descuento						
+ Provisión en factura (por ejemplo: transporte, embalado)						
Total						
- descuento						
Total						
+ costes de entrega						
Coste en destino / coste de los elementos facturados						
Cantidad por producto vendido						
Coste en destino / coste por producto vendido						

Precio de venta por unidad	
Aportación al beneficio por unidad	

Cantidad vendida	
Ingresos	
- coste de los materiales	
- otros costes de producción	
- costes del puesto	
- pérdidas (por ejemplo: material destruido o defectuoso)	

Lemonade Stand Challenge B1

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Exito (ganancia o pérdida)	
-----------------------------------	--



Hoja de Ejercicios 6

Información sobre el objeto

Descripción: Por favor, responde a las siguientes preguntas con el fin de obtener una descripción detallada del objeto (producto, servicio o idea) para tu estrategia de ventas.

Producto	Preguntas	Respuestas sobre el producto que va a venderse o presentarse
Productor	¿Quién produjo el objeto?	
Composición	¿De qué ingredientes consta el objeto? ¿Hay ingredientes peligrosos o desconocidos (por ejemplo: causantes de reacciones alérgicas)?	
Beneficio	¿Qué necesidad del cliente satisface el producto?	
Precio	¿Cuánto debo pagar por el objeto? ¿El precio es fijo o flexible? ¿Cuánto cobran mis competidores por el producto?	
Qué hacer	¿Qué cosas se pueden hacer con el producto?	

Lemonade Stand Challenge B1

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Qué no hacer

¿Qué está prohibido hacer
con el producto?



Hoja de Ejercicios 7

Preparación del Mystery Shopping

Descripción: Los clientes misteriosos comprueban la calidad de las empresas. Lee detenidamente la hoja de evaluación para prepararte.

Cliente misterioso - Evaluación

Nota: 😞 1 = insatisfactorio 😐 2 = suficiente 😊 3 = satisfactorio 😄 4 = muy bueno 🌟 5 = excelente

Criterios	Descriptores de mala calidad del trabajo	Nota	Descriptores de calidad de trabajo
Puesto/Diseño del escaparate			
Profesionalismo	La información no se entiende cuando uno pasa por delante (hay demasiada o muy poca). Los diagramas/diseños están incorporados al azar y no tienen sentido.		Uniforme y diseño armoniosos e informativos. Diseño corporativo identificable. Etiquetas fácilmente legibles. Los diagramas/diseños tienen sentido.
Eficacia publicitaria	El mensaje del puesto y la USP no se pueden identificar.		El puesto destaca por encima de los demás /USP fuerte. La eficacia publicitaria se encuentra reflejada en el puesto.
Organización	El puesto es caótico y frenético (faltan cosas, el cubo de la basura está lleno, hay cosa esparcidas por todas partes, etc.).		Puesto limpio, nítido, funcional y bien diseñado.
1. Argumentario de ventas			
Conducta e identificación de las necesidades del cliente	El personal no atiende a los visitantes. Conducta antipática. A los visitantes se les trata pésimamente. El equipo del puesto tiene una apariencia descuidada e inapropiada.		A los visitantes del puesto se les trata educadamente y se les pregunta en qué se les puede ayudar. Las solicitudes de los visitantes son atendidas cuando es posible. El equipo del puesto tiene una buena apariencia y va bien aseado.
Conocimiento del producto	Las preguntas sobre el producto apenas son respondidas. Se desconocen los términos y condiciones (así como las condiciones de pago y envío).		Todas las preguntas de los clientes relacionadas con el producto o servicio son respondidas con pericia y conocimiento. Esto incluye los términos y condiciones (incluidas las de pago, entrega y garantía, cuando sean aplicables).
Capacidad de negociación	Equipo taciturno e introvertido.		Se utiliza con cuidado la técnica interrogatoria. Se justifican los precios al cliente.
2. Aspecto económico			
Facturación	Las factures que se emiten son incorrectas o incompletas. No es posible facturar en moneda extranjera.		Las factures que se emiten son incorrectas o incompletas. No es posible facturar en moneda extranjera.
Procesamiento de pagos	Desinformación sobre el pago de las transacciones. Los pagos no pueden realizarse debido a la falta de información o a información incorrecta.		Desinformación sobre el pago de las transacciones. Los pagos no pueden realizarse debido a la falta de información o a información incorrecta.
3. Trabajando con recibos			
Calidad de los recibos a clientes	El cliente obtiene un recibo erróneo, incompleto o no se le da ninguno, después de una larga espera.		El cliente recibe con prontitud un justificante de pago o factura.

Lemonade Stand Challenge B1

Youth Start Entrepreneurial Challenges





Hoja de ejercicios 8: Autoevaluación

¡Evalúa tu rendimiento marcando los emoticonos que te correspondan!

☹️ 1 = insatisfactorio, 😞 2 = suficiente, 😐 3 = satisfactorio, 😊 4 = muy bueno, 🌟 5 = excelente

Criterios	Descriptor de mala calidad de trabajo	Puntuación					Descriptor de calidad de trabajo	Puntuación (Ponderación/Puntos)
		☹️	😞	😐	😊	🌟		
1. Lenguaje								10 %
Simplicidad	Excesivamente sofisticado, complicado						Sencillo y comprensible	
Concisión	¡Uf! ¿Qué me está diciendo?						Corto y al grano	
Fluidez	No te entiendo						Discurso logicamente estructurado	
Lenguaje formal	Registro informal						Registro formal	
Persuasión	Negativo, aburrido, no escucha						Positivo, edificante, sabe escuchar	
2. Bienvenida								5 %
Tono	Antipático						Amable	
Conexión con la gente	Solo dio la bienvenida						Conoció los nombres de las personas y trató de establecer una relación personal	
3. Identificación de las necesidades de los clientes								10 %
Palabras interrogativas	No las utilizó						Las utilizó todas	
Necesidades de los clientes	No las satisfizo						Las satisfizo	
Identificación de las necesidades de los clientes	No las identificó						Las identificó	
4. Técnicas de venta más detallada								
4.1 Exposición de productos								15 %
Cientes incentivados	No expuso los productos						Expuso los productos	
Entusiasmar a los clientes con el producto	El vendedor/a no se entusiasma con el producto						El vendedor/a se entusiasma con el producto	
4.2 Descripción de bienes								20 %
Marca o fabricante	No lo mencionó						Lo mencionó	
Descripción/Resumen	No describió						Describió	
Qué hacer, qué no hacer	No lo mencionó						Lo mencionó	
4.3 Argumentación								15 %
Argumentación	No la utilizó con los clientes, no empleó argumentos de ventas						La utilizó con los clientes y empleó argumentos de ventas	
Precio fijado	Al principio, al final o completamente olvidado						Durante la conversación	
Técnicas de justificación del precio	No las utilizó						Las utilizó	
4.4 Objeciones del cliente								15 %
Objeciones del cliente	No las admitió						Las admitió	
5. Conclusión								5 %
En relación a la disposición del	No reaccionó						Reaccionó	

Lemonade Stand Challenge B1

Youth Start Entrepreneurial Challenges



cliente para comprar									
6. Despedida									5 %
Tono	Fría							Amable	
Halagar a la clientela	No halagó al cliente							Halagó al cliente	
Impresión general/Valoración total									100 %



➔ Hoja de ejercicios 9

Autoevaluación de final de unidad

¡Marca con un círculo los emoticonos que te correspondan!

Me siento capaz de asumir la responsabilidad de realizar una tarea.	😊	😊😊	😊😊😊
Soy capaz de hacer frente a posibles competidores en la implementación de tareas.	😊	😊😊	😊😊😊
Soy capaz de desarrollar ideas y justificar los motivos por los que deberían implementarse.	😊	😊😊	😊😊😊
Soy capaz de identificar y aprovechar las oportunidades y soy consciente de los riesgos.	😊	😊😊	😊😊😊
Soy capaz de fijar objetivos e implementar un proyecto bajo supervisión.	😊	😊😊	😊😊😊
Soy capaz de concebir ideas de marketing efectivas.	😊	😊😊	😊😊😊
Me gustaría contribuir con mis ideas a un futuro ecológico y a que se instale una conducta sensible en el mundo de los negocios y en la sociedad.	😊	😊😊	😊😊😊
Soy capaz de analizar si mi idea será o no beneficiosa, y soy capaz de describir cómo financiar mi idea.	😊	😊😊	😊😊😊
Soy capaz de presentar un resumen de las distintas posibilidades de ahorro y escoger la más adecuada.	😊	😊😊	😊😊😊
Sé como sacar el máximo provecho de los recursos limitados mediante un presupuesto reducido.	😊	😊😊	😊😊😊



Hoja de ejercicios 10

Autoevaluación - Reflexión

Responde individualmente a las siguientes preguntas para finalizar este reto:

1. ¿Qué objetivos te has podido marcar? ¿Los has conseguido? ¿Por qué, o por qué no?

2. Enumera tres cosas que hayas aprendido de este reto.

3. ¿Piensas que eres un/a mejor vendedor/a después de este reto? ¿Por qué?

4. ¿Si tuvieras que dar tres consejos relacionados con las técnicas de venta al dependiente de una tienda de ropa, qué le dirías?

5. ¿Cuáles son para ti las tres cosas más importantes para llevar un negocio?

Lemonade Stand Challenge B1

Youth Start Entrepreneurial Challenges

