



sustainable young entrepreneurs

**Programa de Emprendimiento Social y Sostenible para
Jóvenes (SUSE)**

Manual de pitching para trabajadores juveniles



**Co-funded by
the European Union**

Proyecto nº: 2022-2-RO01-KA220-YOU-000102027

Documento de identidad

Destinatarios	Emprendimiento sostenible y social para los jóvenes socios
Estado de confidencialidad	Público

Versiones del documento

Versión	Fecha	Autores
V1	Junio 2024	Sofia Tsiortou and Dimitrios Mylonas
V2	16 de Septiembre de 2024	Sofia Tsiortou and Dimitrios Mylonas
V3		
V4		

Este documento puede sufrir modificaciones sin previo aviso.

Todos los derechos reservados. Copyright

Copyright 2023 Espíritu empresarial sostenible y social para los jóvenes

Miembros asociados:


Financiado por la Unión Europea. No obstante, los puntos de vista y opiniones expresados son exclusivamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva en el Ámbito Educativo y Cultural Europeo (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser consideradas responsables de las mismas.



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

Introducción	4
Objetivos	5
Experiencia en la organización de eventos de competencias y pitching	5
Preparar un terreno de juego	7
Habilidades necesarias para organizar un acto de pitching	7
Proceso en tres etapas: la metodología	8
Metodología de SUSE Pitching: organización de un acto de presentación	8
Selección de los participantes	9
Participantes de SUSE	9
Organización del acto	10
Marketing de eventos	10
El grupo de expertos externos	11



Introducción

En este momento, frente a las devastadoras consecuencias del COVID, está claro que el aumento de las tasas de desempleo juvenil requiere nuestra atención. En Grecia, la tasa de desempleo juvenil era del 28,6% (ago'22). El gobierno ha bajado los impuestos a los emprendedores a partir de 2021 para fomentar el empleo en los próximos años y promover el espíritu emprendedor, motivando así a los jóvenes a crear nuevas empresas. En agosto del 22, España también registró una de las tasas de desempleo juvenil más altas de la UE: 26,6%. Malta ha registrado un 9,8% (ago'22) de jóvenes desempleados, Rumanía un 22,8% y en los Países Bajos la cifra es del 8,6% en agosto 2022. En todos los países se ha producido una tendencia negativa, las cifras están bajando. Sin embargo, aún no han alcanzado los niveles anteriores a la crisis de la covarianza, lo que requiere nuestra atención.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la pandemia tuvo un impacto «devastador y desproporcionado» en el empleo juvenil, mientras que las cifras más recientes muestran que los jóvenes se enfrentan a grandes obstáculos para continuar su formación y educación, cambiar de empleo e incorporarse al mercado laboral. Además, los jóvenes son más fácilmente despedidos si el ciclo económico es débil (CE). Para subrayar la importancia del bienestar de los jóvenes en el futuro, la CE desarrolló la Garantía Juvenil, que es un compromiso de todos los Estados miembros para garantizar que todos los jóvenes menores de 25 años reciban una oferta de empleo y formación continua de calidad. Para fomentar el empleo y el espíritu empresarial de los jóvenes, la UE quiere invertir en las cualificaciones que buscan los empresarios y desarrollar un servicio de orientación y asesoramiento profesional. Este proyecto puede tener una gran repercusión para animar a los jóvenes a ser creativos e innovadores y crear una empresa (social), y aprovechar esta oportunidad para volver a conectar con sus compañeros y su comunidad. Aunque se dispone de mucho material de formación relacionado con la ES para jóvenes, no se presta suficiente atención a la parte digital, innovadora y práctica de estos planes de estudios. Especialmente en este momento, en el que el aprendizaje a distancia se ha convertido en la nueva norma, es importante que los jóvenes aprendan sobre la economía colaborativa y adquieran las competencias digitales necesarias.

El emprendimiento juvenil es una herramienta valiosa para combatir el desempleo juvenil y la exclusión social, así como para estimular la innovación entre los jóvenes (CE). Como jóvenes líderes del mañana, es fundamental que los jóvenes estén informados y comprometidos con la visión global del futuro (Naciones Unidas). Por lo tanto, estamos combinando la enseñanza de SE con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la participación de la comunidad para animar a los jóvenes a aplicar directamente sus ideas de negocio en la comunidad local. Según Eurostat en 2021, NL (87%), EL (87%), MT (92%) y ES (84%) están a la cabeza de los jóvenes (16-29 años) que tienen la mayor proporción de competencias digitales básicas globales.

Por otro lado, Rumanía se encuentra en el otro extremo de la escala: El 46% de los jóvenes tienen al menos competencias digitales generales básicas. El desarrollo de competencias y conocimientos empresariales es una prioridad para los gobiernos que quieren fomentar una sociedad innovadora y emprendedora. Se ha comprobado que los concursos de planes de empresa (es decir, los concursos de pitching), aunque están dirigidos principalmente a la creación de start-ups, aportan una serie de beneficios a los participantes, siendo los más importantes el desarrollo de habilidades empresariales, el acceso a mentores, la oportunidad de establecer contactos y el aumento de la confianza en uno mismo y de la propensión a asumir riesgos. Es una forma estupenda de recibir feedback del público, encontrar contactos de socios, conseguir financiación para ideas empresariales y aprender a lidiar con el estrés.

El grupo objetivo de este paquete de trabajo son los profesionales trabajadores en el ámbito de la juventud y otras partes interesadas en organizar un concurso relacionado con el espíritu empresarial



(social) y los modelos de negocio. El grupo objetivo indirecto serán los jóvenes, los empresarios y la comunidad local, ya que también contribuirán y participarán en la competición. La organización de este tipo de eventos empodera tanto a los jóvenes como a las organizaciones organizadoras. Los beneficios que se obtienen son los siguientes

- Concienciar a los jóvenes sobre la economía social y el espíritu empresarial social como una oportunidad de autoempleo para su futuro y aumentar la empleabilidad a corto y largo plazo.
- Desarrollar ideas innovadoras complementadas con material de formación relacionado utilizando los ODS como hilo conductor y permitir la conexión de los jóvenes con sus comunidades locales.
- Ofrecer un enfoque más práctico para aprender sobre economía social y emprendimiento social.
- En general, la asociación SUSE pretende crear directrices y recomendaciones prácticas sobre la organización de eventos similares en cualquier tipo de organización que trabaje con jóvenes.
- Esta guía está dirigida a los trabajadores en el ámbito de la juventud, las partes interesadas y otros representantes de organizaciones que deseen organizar un acto de pitching.

Objetivos

Los objetivos de este paquete de trabajo son múltiples y abarcan desde la recopilación de experiencias pasadas de los socios en la organización de eventos y actividades similares, hasta la oferta de directrices y orientaciones sobre cómo poner en marcha este tipo de acciones a nivel interno. La metodología utilizada consistió principalmente en recopilar, a través de un cuestionario en línea, información de los socios sobre su trabajo previo, investigar sobre los enfoques más comunes adoptados en general para organizar un evento de pitching en línea, debatir y recoger aportaciones de otros expertos y mentores que hayan apoyado este tipo de eventos.

Los principales objetivos son que los socios de SUSE utilicen este documento como complemento del PPT y diseñen eventos de pitching en línea o eventos híbridos para jóvenes. Los jóvenes:

- **Fomentar** sus aptitudes empresariales y mejorar sus oportunidades emprendedoras,
- La actividad capacitará a los jóvenes para **actuar** como intraemprendedores,
- **Ayudará a las organizaciones** a luchar contra el desempleo juvenil en toda Europa estimulando el emprendimiento social y la creación de nuevas empresas,
- **Activar** a los jóvenes implicándolos en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales de la comunidad local centradas en la sostenibilidad, integrando también información sobre los ODS,
- **Llamar la atención sobre la necesidad de inspirar** activamente a los jóvenes para que se conviertan en emprendedores sociales mediante la organización de un concurso de habilidades y pitch.
- Por último, **tender un puente entre los jóvenes y las empresas** poniendo en contacto a jóvenes y empresarios en una fase temprana de sus vidas, promoviendo así la colaboración.

Experiencia en la organización de eventos de competencias y pitching

A través del cuestionario en línea elaborado por el responsable del grupo de trabajo, se recogieron un total de 10 experiencias. A continuación se ofrece un resumen de la información recopilada:

1. Todos los socios tienen experiencia en la organización de eventos de pitching, ya sea internamente, colaborando con terceros u organizando un evento como parte de un evento global (una cumbre).
2. Los objetivos de los actos varían:



- a. La mayoría estaban relacionados con la presentación de ideas empresariales generales o la mejora de las habilidades necesarias para una perspectiva empresarial,
 - b. Otros estaban relacionados con la obtención de un premio o de capital inicial.
3. La mayoría de los actos se organizaron físicamente, salvo dos. Uno se organizó totalmente en línea debido a las restricciones de Covid y otro en formato de vídeo, es decir, se enviaron vídeos de las ideas presentadas para su evaluación.
4. En relación con la pregunta de qué hizo que los concursos de pitching tuvieran éxito, se recibieron los siguientes comentarios:
 - a. El evento en línea permitió la participación de múltiples participantes de todo el país, con participantes de tan sólo 15 años presentando ideas.
 - b. Una buena preparación de los participantes, con instrucciones claras sobre el contenido de su presentación, el tiempo de que disponían y los puntos principales y mensajes que debían transmitir.
 - c. Organizar el concurso de pitching como parte de un acto más amplio de emprendimiento social e invitar a ponentes expertos. Por ejemplo, uno de los fundadores de Tony Choclonely, una de las mayores marcas de chocolate de los Países Bajos. Eso ayudó a atraer público.
 - d. Organizarlo conjuntamente con todos los centros locales de formación profesional y universidades de ciencias aplicadas, que colaboran con el ecosistema de empresas emergentes en general, y con el banco como patrocinador. Así pues, la capacidad de organización es muy fuerte, al igual que la red.
 - e. El éxito del concurso de pitching se atribuye a características como la formación profesional en pitching, un proceso de selección estructurado por jueces, la participación del público con un «People 's Choice Award», y recompensas claras que incluyen premios en metálico y oportunidades de exposición.
 - f. El concurso, organizado para estudiantes de la Universidad Politécnica de Bucarest, se inició hace varios años, lo que da continuidad y perspectiva a las futuras iniciativas de los participantes. El evento de pitching incluyó varias fases, presentación de la idea de negocio en términos más amplios, presentación de vídeo en 1 minuto y presentación final con participación activa de estudiantes y evaluadores. También se ofreció una subvención a las mejores ideas empresariales.
 - g. El concurso implicó una formación previa de los estudiantes centrada en el desarrollo de conocimientos empresariales, habilidades de presentación, marketing, hablar en público, etc. También incluyó una estrecha colaboración, tutoría por parte de un empresario. Por último, se organizó un gran concurso en el que participaron empresarios conocidos que ofrecieron becas a los estudiantes.
5. En relación con la pregunta de qué tipo de profesionales participaron en la puesta en marcha, se recogió la siguiente información:
 - a. Un moderador experimentado y un gestor de proyectos, a ser posible con conocimientos en el ámbito de la gestión de eventos,
 - b. Un panel de expertos participantes procedentes de diversas áreas de especialización, o de los sectores público y privado, o jueces que evalúen los pitches en función de la innovación, la viabilidad financiera, la solidez del equipo y el uso de la tecnología,
 - c. Mentores para apoyar a los participantes y ayudarles con sus ideas y presentaciones,
 - d. Administradores para ayudar a las organizaciones, por ejemplo, recepción de inscripciones, profesionales de marketing,

- e. Expertos en el campo de la innovación social, el espíritu empresarial, así como profesores/formadores y sus compañeros estudiantes que fueran relevantes para el evento específico y las ideas presentadas (es decir, el campo objetivo),
 - f. Participantes capaces de seguir y aplicar la evaluación en tres fases. En primer lugar, las ideas debían presentarse siguiendo los criterios y formalidades establecidos en la guía de participantes. Tras una primera selección, las ideas de negocio seleccionadas debían presentarse en un vídeo creativo y convincente. En una tercera fase, las ideas seleccionadas debían presentarse en línea en la gran final, donde cada equipo clasificado en la última ronda podía defender su idea de negocio y responder a las preguntas del jurado.
6. El contexto de financiación en el que se organizaron los actos: los actos se financiaron a través de un proyecto financiado por la UE, es decir, como parte de sus actividades, o se promovieron y financiaron a través de una universidad o institución pública.

Preparar un terreno de juego

7. En relación con los profesionales necesarios para organizar un concurso de pitching, se enumeraron como necesarios los siguientes (enumerados según su importancia):
- a. Competencias empresariales y/o formador empresarial,
 - b. Gestor de proyectos / pitching manager
 - c. Miembro del panel relacionado con las áreas presentadas,
 - d. Empresarios existentes para ofrecer asesoramiento,
 - e. Mentores y/o formadores para ofrecer apoyo,
 - f. Otros profesionales de apoyo como expertos en TI, formadores de apoyo, motivadores para hablar en público.
8. Infraestructura necesaria:
- a. Sala de conferencias o gran salón de actos,
 - b. Catering y zona para pausas café,
 - c. Infraestructura informática (micrófonos, Internet, software de reuniones en línea), zona de bienvenida para el registro, zona para que los invitados se sienten / se pongan de pie,
 - d. Soporte online / offline para compartir información, zona de preparación para que los competidores se preparen, zona separada para que se sienten los miembros del panel,
9. Marketing a través de las redes sociales: Es necesario hacer un uso estratégico de las redes sociales, como X, Instagram y Facebook, para promocionar los eventos. Otros canales de marketing utilizados fueron un sitio web específico, el envío directo de correos electrónicos y boletines informativos a las organizaciones, la creación de carteles para informar a la gente y, por último, otros tipos de promociones como la presentación del evento en otros actos, invitaciones cara a cara, etc.

Habilidades necesarias para organizar un acto de pitching

10. Los socios señalaron las siguientes competencias clave necesarias para organizar un acto de pitching:
- a. Lo más importante: tener aptitudes empresariales para comprender las ideas de negocio presentadas y poder redactar los criterios de selección y las directrices para los participantes.
 - b. En segundo lugar, aptitudes para organizar y moderar un acto de pitching,
 - c. En tercer lugar, soporte informático ofrecido para gestionar eventos en línea, habilidades de marketing para publicitar el evento y redactar los criterios de selección para los miembros del panel de evaluación.

- d. Tras lo anterior, también se señalan estas habilidades: gestión del tiempo, gestión de equipos, habilidades administrativas, organización de eventos de transmisión en directo, habilidades de presentación, habilidades de creación de redes para promocionar el evento, habilidades técnicas para gestionar plataformas de zoom/equipo.
11. En relación con la pregunta ¿Qué necesitarías, teniendo en cuenta todo lo anterior, para organizar un evento de pitching? Se recogieron las siguientes respuestas:
- Conocimientos de redes y marketing, una sala de conferencias, tiempo para organizarlo,
 - habilidades de gestión de eventos y la red para atraer a los participantes y al público,
 - Red para encontrar a los participantes y al público,
 - Conocimientos profesionales necesarios para evaluar los lanzamientos (mayor importancia),
 - Acceso a empresarios con experiencia y éxito a los que invitar a hablar,
 - Si se organiza en un espacio en línea, experto en TI para proporcionar apoyo técnico, habilidades de moderación en línea

La conclusión del análisis del cuestionario es que la mayoría de los socios tienen experiencia en la organización de eventos y se sienten seguros a la hora de organizar un evento en línea o híbrido como parte del proyecto SUSE.

Proceso en tres etapas: la metodología

La metodología de preparación es fundamental para que todos los socios comprendan cómo se organizan los actos de presentación de SUSE. Contiene el aspecto temporal y la información relacionada con el tiempo, además de dividir el proceso en pasos manejables. Además, la metodología permitirá a los socios prepararse internamente de forma individual y organizar sus recursos. ¿Qué espera el proyecto SUSE de los candidatos?

- **Relevancia de la necesidad identificada:** deben ser capaces de explicar por qué esta necesidad es un problema y asegurarse de que su objetivo es resolver un problema social o medioambiental.
- **Solución:** ¿la idea descrita es original y reflexiva?
- **¿Es un producto o un servicio?** En qué consiste la innovación: diferenciación de la competencia existente, ¿por qué su idea es mejor y más fuerte?
- **Equipo:** la capacidad del equipo para ejecutar la idea propuesta. Deben ofrecer una breve descripción de su experiencia y conocimientos, o los de su equipo.
- **Impacto social** - ¿Qué impacto social quieren crear? Define tu misión. ¿Cuál es el cambio que pretenden implantar?

Metodología de SUSE Pitching: organización de un acto de presentación

Según las respuestas del cuestionario anterior, es necesaria una metodología de pitching. La metodología de pitching de SUSE propuesta consta de los siguientes pasos:

1. **Determina la estructura y la plataforma de su evento de pitching en línea.** Si tiene previsto organizar un evento totalmente en línea o un evento híbrido, es necesario decidir qué plataforma va a utilizar. La elección debe hacerse entre plataformas como Zoom o MS Teams, que ofrecen una gran variedad de servicios, como las salas de breakout. Además, admiten el modo de varios presentadores, la posibilidad de chatear, compartir documentación y sesiones de

preguntas y respuestas. Asegúrate de que su evento de pitching se divide en distintas sesiones visibles en su agenda:

- a. **Sesión de apertura:** en la que presenta su evento, los participantes, el panel, el objetivo, la estructura y el proceso de evaluación. No olvides mencionar cómo funciona la plataforma en línea y dónde deben enviar un correo electrónico en caso de problemas técnicos, así como los principios del GDPR. Considera la posibilidad de delegar en una persona para que responda a las preguntas que se formulen en el chat. Asegúrate de compartir tu agenda en línea mientras hablas.
- b. **Presentaciones individuales o en grupo:** La parte principal del evento. Asegúrate de que las normas, especialmente las relativas a la distribución del tiempo, están claras y son comprendidas por los participantes. Pregúntales si están preparados para empezar y si pueden compartir sus presentaciones. Cosas a tener en cuenta: Permitir el modo de varios presentadores, recibir sus presentaciones antes del evento para tener una copia, asegurarse de que el panel está presente y puede oír a través de sus altavoces, asegurarse de que el sonido es correcto, grabar las sesiones y almacenarlas para su uso posterior, permitir preguntas y respuestas después de cada presentación por parte de los miembros del panel, dar las gracias a los participantes por sus presentaciones. Informe a los participantes de que pueden levantar la mano si desean hablar o hacer algún comentario.
- c. **Repite las reglas y la metodología una vez finalizados los lanzamientos:** asegúrate de repetir el proceso de evaluación y el tiempo relacionado con la evaluación por parte del panel. Puedes separar a los miembros del panel en una sala aparte para debatir durante un tiempo determinado. Consejos: No dediques más tiempo del previsto a la discusión del panel, asegúrate de que el panel ha recibido los criterios necesarios antes del evento y ha tenido tiempo de formular posibles preguntas sobre los criterios, asegúrate de que el panel anota cada evaluación para poder enviarla a los presentadores después del evento con el fin de mejorar sus lanzamientos, cuando todas las partes hayan regresado a la sala de conferencias principal, asegúrate de que todo el mundo está allí.
- d. **Premio:** los miembros del jurado presentan el pitch ganador y su justificación. Asegúrate de repetir quién es el ganador y lo que ha ganado. Asegúrate de mencionar que los lanzamientos perdedores recibirán una carta de evaluación específica del panel. Échale un vistazo más abajo a la sección específica para la selección del panel. Escríbalo todo en el chat para que también puedan leer esta información.
- e. **Cierre:** permite un posible turno de preguntas y respuestas de todos los participantes. Asegúrese de mencionar que el evento se ha grabado y que los participantes interesados pueden recibir una copia sólo de sus lanzamientos si así lo desean. Da las gracias a todos (participantes, panel, administradores, personal informático y otras personas que te hayan ayudado) y cierra la sesión. Si quieres, puedes pedir una captura de pantalla para publicarla en tus redes sociales. Asegúrate de que todos los que hayan accedido a tener sus cámaras encendidas, lo hagan. Guarda la grabación en tu ordenador con un nombre original.

Selección de los participantes

2. **Selección de participantes:** Antes de su acto, debes seleccionar a los participantes y, por tanto, disponer de un proceso de solicitud claro con criterios de participación claros. Puedes crear un sitio web específico en el que informe a los posibles participantes en su propio idioma. El sitio web, las redes sociales o cualquier otro medio que elija debe contener: un formulario de inscripción, el objetivo del evento, el resumen y el público al que va dirigido, el premio, información general relacionada con el calendario y los plazos, el formato del pitching, los elementos clave que deben incluirse, como la declaración de objetivos, su público objetivo, su solución, su estrategia financiera y/o su potencial de mercado, etc.). Los socios pueden añadir (si lo desean) que revisarán las primeras versiones de las solicitudes para mejorarlas y permitir su participación en el acto de presentación. El sitio web también debe tener una sección dedicada para que los miembros del panel localicen la información necesaria y la información y formularios de inscripción. Todos los participantes y miembros del jurado deben aceptar la declaración GDPR que permite grabar el evento, compartir nombres y direcciones de correo electrónico con las partes interesadas, tomar fotografías, etc. Discute internamente lo que debes escribir en tu declaración GDPR. La página de FB de SUSE y el sitio web del proyecto también deben incluir información nacional sobre los ganadores.

Posibles preguntas en el formulario de inscripción/solicitud en línea:

- Nombre / apellidos, o nombre del grupo, edad, información de contacto
- Título de la solicitud / idea,
- Área de negocio social en la que se centra / problema social a resolver en su comunidad
- Solución ofrecida
- Breve descripción de su idea de negocio / servicios o productos a ofrecer,
- Qué les diferencia de sus competidores,
- Opción de presentar un documento, logotipo, etc.

Participantes de SUSE

Según la solicitud de SUSE, los participantes invitados a participar en las sesiones de pitching deben cumplir los siguientes criterios:

- Jóvenes de entre 16 y 25 años,
- Jóvenes emprendedores.
- Los participantes serán convocados para completar un pitch con las siguientes características:

FORMATO: 5 minutos de presentación, 5 minutos de preguntas y respuestas de los miembros del panel

La presentación final debe incluir

- o **Título:** indica tu nombre y el de tu empresa.
- o **Problema** - describa las necesidades que desea satisfacer
- o **Solución/Oportunidad** - ¿cómo va a resolver el problema identificado?
- o **Impacto social:** ¿qué cambio pretende implantar en la sociedad?
- o **Plan de comercialización:** ¿quién es tu cliente, precios, información financiera y madurez?
- o **Análisis de la competencia:** en qué se diferencia de sus competidores.



3. **Posible preparación previa al evento:** Si tienes la posibilidad, puede ofrecer una preparación previa al evento con el apoyo de sus formadores. Esto permitirá a los participantes ensayar y familiarizarse con la tecnología en línea que se utilizará. De nuevo, se puede utilizar una plataforma Zoom o Teams. Asegúrate de dejar tiempo suficiente para ello. Asegúrate de que se organizan comprobaciones tecnológicas tanto con los participantes como con los miembros del panel antes del evento real. Es importante que los participantes repasen los materiales de formación creados como parte del proyecto SUSE. Tendrán la oportunidad de debatir e interactuar con mentores y formadores nacionales, que forman parte de la asociación SUSE, para ayudarles a prepararse. Asegúrate de haber compartido el enlace al programa formativo, así como de haber programado una sesión de seguimiento o un correo electrónico.

Organización del acto

4. **El evento:** Comienza el evento al menos 15 minutos antes de la hora de inicio real. Mantén activa una diapositiva con la organización del evento durante este periodo de 15 minutos para que los participantes sepan que han entrado en el enlace correcto. Durante este tiempo, debes comprobar periódicamente el correo electrónico en busca de mensajes relacionados con posibles problemas técnicos de los participantes o miembros del panel que les impiden unirse al evento en línea. Otro miembro de su personal deberá ponerse en contacto con estos participantes y ayudarles a unirse. Como ya se ha dicho, debes presentarte y seguir un orden del día claro. El orden del día puede incluir información y enlaces adicionales, como enlaces a encuestas en directo e información general sobre el evento. Una persona puede encargarse de las sesiones de preguntas y respuestas, las encuestas en directo y su presentación, la gestión del tiempo, la transición fluida entre las sesiones y la organización de las salas de descanso. Consejos: asegúrate de que has alquilado un espacio o reservado la sala interna que vas a utilizar. Seleccione la hora más adecuada para su evento (mañana, mediodía o tarde) para asegurarse una asistencia óptima.

Marketing de eventos

5. **Comercialización del evento:** es esencial que tu evento se haya comercializado adecuadamente para garantizar las solicitudes, los participantes invitados, los ponentes, las candidaturas de los miembros del jurado, etc. Crea una estrategia que abarque un mes antes del evento con información como las fechas del evento, información sobre las solicitudes, información sobre los premios e información general sobre el evento, como el lugar de celebración o la plataforma en línea utilizada. Utilice las redes sociales, sitios web, carteles, campañas pagadas en las redes sociales, correos electrónicos y boletines y, en general, utilice toda su red para promocionar el evento. En lo que respecta a los jóvenes, considere la posibilidad de ponerse en contacto con organizaciones juveniles locales, regionales y nacionales, universidades y otras asociaciones que puedan promocionarlo entre grupos y audiencias afines. ¡Crea expectación! Si es posible, utiliza extractos de las candidaturas presentadas a modo de teaser (por supuesto, de acuerdo con los candidatos). Utiliza hashtags para aumentar la visibilidad y la participación del público.
 - **Marketing en Facebook:** utiliza la página de FB (ya sea su página o crea una dedicada al evento) y configure una campaña de pago para promocionar el evento. Puedes seleccionar el público, la duración, el presupuesto y los resultados que quieres conseguir. Necesitas haber creado un post específico para la campaña. Asegúrate de que tienes el contenido correcto (fecha, lugar, enlace al formulario, premio, etc.), así como imágenes de apoyo para añadir a tu anuncio.

- **Instagram:** utiliza la versión empresarial de Instagram y configura una campaña de pago. Necesitarás una dirección de correo electrónico de la empresa, así como la información indicada anteriormente.
- **TikTok:** crea un vídeo corto y publícalo, envía el enlace a organizaciones juveniles, universidades y a tu red de contactos para atraer posibles candidaturas.
- **X:** crea un tuit con un enlace al sitio web / página dedicada con la información del evento.

No olvides publicar la idea ganadora una vez finalizado el evento. También puedes optar por obtener entrevistas breves de los candidatos durante el evento (1-2 minutos) sobre su experiencia y publicarlas en tus redes sociales y en la página de FB de SUSE.

6. **Colaboración con el público y las partes interesadas:** es importante colaborar con el público y organizar breves encuestas en directo para estimular la interacción. Puede utilizar Mentimeter para obtener comentarios en directo. Esto hará que el acto sea más animado. Mentimeter también se puede utilizar durante un acto híbrido o presencial, y los resultados se muestran en línea directamente en las presentaciones. Si participan partes interesadas, jóvenes influyentes u otras personas, se sumarán al evento y ofrecerán tanto su experiencia como posibles oportunidades futuras.

El grupo de expertos externos

El panel de expertos al que invites debe estar relacionado con el espíritu empresarial, ya sea como empresarios experimentados o como formadores. Deben ser capaces de ofrecer una evaluación de calidad, valorar los lanzamientos y puntuar en función de la mejor solución ofrecida.

1. Crea una convocatoria de panel de expertos para su evento de pitching en línea. Debe ser un número impar 3 o 5.
2. Crea un formulario en línea y recoge información sobre: Nombre, profesión, años de experiencia en emprendimiento, experiencia previa en participación en paneles de evaluación, posible experiencia como formadores, experiencia como mentores y motivación para participar,
3. Conecta con los que mejor se adapten a tus criterios. No olvides buscar también entre su personal interno miembros para los paneles.
4. Firma acuerdos informales para su trabajo si su administración interna así lo requiere. Recuerda que las actividades del panel no son un servicio remunerado del proyecto SUSE.
5. Organiza una breve sesión en línea para presentar el proyecto SUSE y el evento de pitching. Presente los criterios de evaluación. Pueden ser parecidos a los siguientes

Criterio	Definición	Puntos				
		1	2	3	4	5
Problema/Necesidad	¿Qué necesidades de los clientes satisface?					
Solución	¿Cuál es la calidad de la solución?					
Mercado objetivo	¿Cómo está definido el mercado? ¿Cuál es el espacio empresarial? ¿Quiénes son los clientes?					
Gestión del equipo	¿Capacidad de ejecución del equipo? ¿Cómo está equilibrado? ¿Pericia?					
Competición	Diferencia con los competidores (característica de innovación)					
Finanzas	¿Pruebas de los ingresos? ¿Son sólidas las finanzas?					

Impacto social	¿Cambios a realizar en la sociedad?					
Calidad de la presentación	¿Cómo de estructurada y fluida es la presentación?					

Asegúrate de que comprenden los criterios y tienen acceso a la plataforma en línea que has seleccionado. No olvides hacer una comprobación técnica antes del acto.