

Proxecto POCTEP ES-FACTORY

Rede de aceleradoras de economía social
para impulsar e consolidar empresas en novas
economías emerxentes



Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea
Cofinanciado pela
União Europeia

Es_factory

España - Portugal

Toolkit de ferramentas práticas



XUNTA
DE GALICIA

agaca
Associação Galega de
Cooperativas Agrarias

espazo coop
unión de cooperativas galegas

Aesgal
Asociación Española de
Galerías de Arte

USC
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE
COMPOSTELA

utad
UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES
E ALTO DOURO

TECMINHO
Tecnologia e Inovação

incubo
Instituto Galego de
Iniciativas e Innovación

Índice

Introdución.....	5
1. Ficha: Identifica a oportunidade de negocio.....	5
1.1. Para que serve esta ficha?.....	5
1.2. Exemplo práctico.....	5
2. Ficha: Idea Emprendedora / Modelo de negocio.....	7
2.1. Para que serve esta ficha?.....	7
2.2. Exemplo práctico.....	7
3. Ficha: Canvas.....	9
3.1. Para que serve esta ficha?.....	9
3.2. Exemplo práctico.....	9
4. Ficha: Desenvolver a idea de negocio.....	10
4.1. Para que serve esta ficha?.....	10
4.2. Exemplo práctico.....	10
5. Ficha: Plan de acción / Lanzamento Mínimo Viable (PMV).....	11
5.1. Para que serve esta ficha?.....	11
5.2. Exemplo práctico.....	11
6. Ficha: <i>Benchmarking</i> de iniciativas inspiradoras.....	12
6.1. Para que serve o <i>Benchmarking</i> ?.....	12
6.2. Como construír un <i>Benchmarking</i> ?.....	13
7. Ficha: <i>Benchmarking</i> comparativo.....	15
7.1. Como usar o <i>Benchmarking</i> comparativo?.....	15
7.2. Recomendacións para o seu uso.....	15
8. Ficha: Marketing / Plan Comercial.....	17
8.1. Para que serve esta ficha?.....	17
8.2. Exemplo práctico.....	17
9. Ficha: Público obxectivo.....	17
9.1. Para que serve esta ficha?.....	17
9.2. Exemplo práctico.....	18
10. Ficha: Gobernanza.....	19
10.1. Para que serve esta ficha?.....	19
10.2. Exemplo práctico:.....	19
11. Ficha: Matriz de avaliación e seguimento de proxectos na Economía Laranxa.....	21
11.1. Para que serve esta ficha?.....	21
11.2. Exemplo práctico.....	22

11.3. Matriz editable para a túa avaliación.....	23
--	----

Introdución

Este documento recolle unha serie de fichas prácticas elaboradas como parte da Guía para o Emprendemento na Economía Social e Laranxa. O seu obxectivo é poñer a disposición das persoas emprendedoras ferramentas sinxelas, estruturadas e adaptables que as acompañen ao longo de todo o proceso: desde a identificación da oportunidade e a definición da idea, ata o lanzamento, a consolidación e a avaliación dos proxectos.

Cada ficha inclúe unha explicación sobre a súa utilidade, instrucións paso a paso e exemplos prácticos que facilitan a súa aplicación inmediata. Deste xeito, foméntase unha aprendizaxe baseada na práctica, que permite avanzar con máis seguridade e eficacia.

As fichas poden cubrirse de maneira individual ou en grupo, favorecendo a reflexión compartida e a toma de decisións colectivas. Ademais, poden empregarse tanto de forma independente (segundo a fase na que se atope o proxecto) como seguindo un itinerario completo que percorre todas as etapas do proceso emprendedor.

Este Toolkit de ferramentas prácticas preséntase, así, como un recurso vivo e dinámico que busca impulsar proxectos culturais e creativos con impacto social positivo, sostibles no tempo e enraizados no territorio.

1. Ficha: Identifica a oportunidade de negocio

1.1. Para que serve esta ficha?

Esta ferramenta axúdanos a detectar e estruturar oportunidades de negocio no ámbito da Economía Social e Laranxa. Permite analizar as motivacións iniciais, as necesidades culturais do territorio, as tendencias do sector, as opinións da comunidade e o impacto social ou cultural que podería xerar o proxecto. Ademais, serve para identificar aliados clave e definir pasos iniciais de actuación.

Pretendemos priorizar oportunidades con maior potencial e planificar a acción de maneira máis consciente e estratéxica.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

1.2. Exemplo práctico

- a. **Motivación inicial:** *Indica que levou a pensar neste proxecto. Marca unha ou varias opcións e especifica se é outra.*

- ☒ Paixón persoal
- ☒ Demanda social ou cultural

b. Necesidades culturais do territorio: *Que falta na túa contorna? Describe espazos baleiros, oferta inexistente ou públicos non atendidos.*

Falta un espazo cultural para música en directo e talleres creativos para xuventude.

c. Tendencias do sector cultural e creativo: *Identifica cambios sociais, tecnolóxicos ou culturais que poidan ser aproveitados.*

- ☒ Dixitalización: transmisión en streaming de concertos
- ☒ Experiencias híbridas: talleres de música e creación dixital
- ☒ Novos públicos: enfoque en adolescentes e familias

d. escoita á comunidade: *Que nos di a veciñanza, colectivos ou persoas usuarias? Anota as súas demandas, suxestións ou ideas:*

As asociacións de veciños piden actividades para xuventude que combinen aprendizaxe e ocio.

e. Posible impacto social ou cultural: *Marca aqueles efectos que o proxecto podería xerar:*

- ☒ Creación de emprego xuvenil
- ☒ Educación e transmisión cultural
- ☒ Sensibilización ambiental (uso de materiais sustentables nos talleres)

f. Aliados e actores clave: *Recole as persoas, institucións ou colectivos que poderían apoiar ou colaborar.*

- Institucións: Concello e axencia local de cultura
- Asociacións / colectivos: Asociación Xuventude Creativa
- Empresas ou cooperativas: Tenda de instrumentos musicais local
- Persoas referentes: Músicos e artistas do territorio

- g. **Primeiras conclusións:** *Resume a oportunidade prioritaria detectada e os pasos iniciais que imos dar.*
- Oportunidade prioritaria detectada: Crear un espazo cultural híbrido para xuventude con actividades presenciais e en liña.
 - Pasos iniciais: Contactar con institucións para financiamento, buscar artistas para colaboración e deseñar calendario de talleres.

2. Ficha: Idea Emprendedora / Modelo de negocio

2.1. Para que serve esta ficha?

Esta ferramenta permite estruturar a túa idea de negocio ou proxecto na Economía Social e Laranxa de forma clara e detallada.

Axuda a definir a actividade principal, os públicos obxectivo, os obxectivos económicos, sociais e culturais, os recursos dispoñibles e a proposta de valor diferenciadora. Ademais, facilita anticipar retos e riscos, permitindo planificar de forma máis estratéxica e coherente.

Deste xeito, conseguimos ter un documento de referencia que guía o desenvolvemento do proxecto e serve para comunicar a idea a persoas socias, aliadas ou financiadoras.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

2.2. Exemplo práctico

Nome do proxecto: Aromas da Terra

Descrición breve da idea: Producción e venda de cosmética natural feita con plantas e aceites locais, fomentando emprego xuvenil e consumo sostible.

a. Que queremos facer?

Actividade principal: Elaboración de cremas, xabóns e aceites naturais con produtos locais.

Outras actividades complementarias: Talleres de cosmética artesanal e rutas culturais de herbas medicinais.

b. Para quen?

Público directo: Persoas adultas interesados en produtos naturais e sostibles, residentes e turistas.

Público aliado: Asociacións ecoloxistas, cooperativas agrícolas, tendas locais.

Comunidade territorial: Xeración de emprego, dinamización económica e difusión de coñecementos tradicionais.

c. Con que obxectivos?

Económicos: Venda de produtos e talleres para garantir sostibilidade financeira.

Sociais: Crear emprego para mocidade e promover hábitos sostibles.

Culturais: Recuperar e difundir tradicións de herbas e cosmética natural local.

d. Como o imos facer?

Metodoloxía: Elaboración artesanal, procesos certificados, venda directa e en liña.

Recursos dispoñibles: Materias primas locais, taller equipado, coñecementos de herboristería.

Tecnoloxías ou canles: Redes sociais, plataforma de venda online, colaboración con tendas locais.

e. Con quen?

Equipo promotor:

- o Socia 1: Ana López – botánica e elaboración artesanal
- o Socia 2: Marta Pérez – marketing e comunicación
- o Socia 3: Xoán Rodríguez – xestión financeira

Aliados e entidades clave: Cooperativa agrícola local, Concello, asociación de turismo rural.

f. Valor diferencial – proposta de valor

Produtos totalmente naturais, feitos con recursos locais, con impacto social positivo e enfoque sustentable.

Posibles riscos e desafíos: Escasa capacidade produtiva inicial, competencia en cosmética ecolóxica, adaptación á demanda turística estacional.

3. Ficha: Canvas

3.1. Para que serve esta ficha?

O Canvas é unha ferramenta visual que permite estruturar e resumir de forma clara os principais compoñentes do teu proxecto ou modelo de negocio. Axuda a identificar a proposta de valor, recursos, socios, segmentos de mercado, canles, relación cos clientes, fontes de ingresos, actividades clave e estrutura de custos.

Así, teremos unha visión global do proxecto: detectar fortalezas, identificar necesidades e planificar estratexias de forma máis eficaz.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

3.2. Exemplo práctico

Data: 19/09/2025

Nome do proxecto: Concertos Urbanos

- a. **Proposta de valor:** Experiencias musicais en directo en espazos urbanos, combinando artistas locais e transmisión en streaming.
- b. **Segmentos do mercado:** Mozas e mozos de 18-30 anos de zonas urbanas interesados en música alternativa e experiencias culturais innovadoras.
- c. **Canles:** Redes sociais, app de venda de entradas, colaboración con bares e centros culturais.
- d. **Relación cos clientes:** Comunicación continua por redes, newsletter mensual, programas de fidelización con descontos e acceso preferente.
- e. **Fonte de ingresos:** Venta de entradas, merchandising, patrocinio de marcas locais.
- f. **Actividades clave:** Organización de concertos, contratación de artistas, promoción en redes sociais, xestión de entradas e streaming.
- g. **Recursos clave:** Sala de concertos, equipamento de son e iluminación, equipo de produción, coñecementos de xestión de eventos.
- h. **Socios clave** (*En quen me apoio?*): Asociacións culturais locais, axencias de música, bares e cafeterías, músicos e bandas.
- i. **Estructura de custos** (*Canto me custa comezar?*): Aluguer de sala, equipo técnico, cachés dos artistas, promoción e publicidade, seguros e licenzas.

4. Ficha: Desenvolver a idea de negocio

4.1. Para que serve esta ficha?

Esta ferramenta permite afondar na túa idea de negocio antes de pasar á acción. Axuda a definir con claridade a proposta de valor, o público obxectivo, as estratexias de marketing e colaboración, os recursos necesarios e os indicadores de éxito.

Con isto, conseguimos ter unha base sólida que guía as accións posteriores e minimiza riscos.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

4.2. Exemplo práctico

Proxecto: Aromas da Terra

a. A miña proposta de valor

- Problema: Escaseza de produtos cosméticos naturais feitos con recursos locais.
- Beneficio: Produtos sustentables e naturais, con valor social e ambiental.
- Diferenciación: Combina tradición local e innovación, talleres educativos e venda en liña.

b. Público obxectivo

- Clientes: Persoas adultas de 25-45 anos interesados en produtos naturais e sostibles.
- Beneficiarios: Comunidade local (xeración de emprego xuvenil e dinamización económica).

c. Estratexias de negocio

- Marketing: Redes sociais, colaboración con influenciadores locais.
- Canles: Venda directa en tenda física e online, talleres presenciais.
- Colaboracións: Cooperativa agrícola, asociacións locais de turismo.
- Sostibilidade financeira: Venda de produtos, talleres, pequenas subvencións culturais.

d. Recursos necesarios

- Formación: Marketing dixital e xestión de taller.

- Recursos técnicos: Taller equipado, materias primas locais.
- Apoios institucionais: EspazoCoop, AGADIC.

e. Indicadores de éxito

- Curto prazo: 50 produtos vendidos no primeiro mes.
- Medio prazo: 3 talleres realizados con éxito.
- Longo prazo: Xeración de emprego e fidelización de clientes.

5. Ficha: Plan de acción / Lanzamento Mínimo Viable (PMV)

5.1. Para que serve esta ficha?

Esta ferramenta transforma a idea conceptual da ficha anterior nun plan práctico e testable. Permite definir accións concretas, responsables, prazos, recursos e indicadores de éxito, permitindo validar a proposta de valor do proxecto con recursos mínimos antes de escalar.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

5.2. Exemplo práctico

Obxectivo: Validar a proposta de valor de Aromas da Terra con venda piloto e talleres.

Accións ou tarefas principais:

- Preparar 50 produtos para venda inicial.
- Realizar 2 talleres presenciais de cosmética natural.
- Promocionar en redes sociais e newsletter.
- Establecer venda online mediante plataforma sinxela.

Responsable(s):

- Ana López: preparación de produtos e talleres.
- Marta Pérez: comunicación e redes sociais.
- Xoán Rodríguez: xestión de vendas e plataforma online.

Recursos necesarios:

- Materias primas, taller equipado, conexión internet, orzamento de promoción.

Prazo / Cronograma:

- Preparación produtos: semana 1
- Talleres presenciais: semanas 2 e 3
- Venda online e promoción: semanas 1-4

Indicadores de éxito / resultados esperados:

- 50 produtos vendidos.
- 20 participantes nos talleres.
- Incremento de 15% seguidores en redes.

Riscos ou obstáculos:

- Cancelación de asistentes: manter lista de reserva.
- Limitación de materiais: prever stock mínimo.

6. Ficha: *Benchmarking* de iniciativas inspiradoras

6.1. Para que serve o *Benchmarking*?

O *Benchmarking* é unha ferramenta que nos permite identificar e analizar iniciativas ou entidades similares á nosa, co obxectivo de coñecer como funcionan, que estratexias lles deron resultado e que aprendizaxes poden ser útiles para o noso propio proxecto.

Esta técnica axúdanos a detectar boas prácticas, puntos fortes, retos e oportunidades noutras experiencias do ámbito cultural e creativo, permitindo adaptar ideas valiosas ao noso contexto.

Deste xeito, conseguimos ir máis alá da inspiración puntual, realizando unha análise estruturada que pode reforzar a proposta de valor, afinar a planificación e mesmo mellorar a toma de decisións.

6.2. Como construír un Benchmarking?

a. Información básica da entidade: *Cal é a entidade?*

Recole os datos principais para situar o caso que vas analizar.

- Nome da entidade:
- Ano de fundación:
- Localización (*lugar, ámbito territorial*):
- Fórmula xurídica / tipo de entidade (*cooperativa, asociación, sociedade laboral...*):
- Sector principal (*artes escénicas, deseño, audiovisual, patrimonio...*):

b. Que fan?: *Descrición das actividades principais*

Fai unha breve descrición das principais accións ou proxectos que desenvolve a entidade. Pensa nas súas liñas de traballo, metodoloxías, públicos ou produtos.

c. Boas prácticas inspiradoras: *En que destacan e poden inspirar ao teu proxecto?*

Indica entre 2 e 3 boas prácticas ou aspectos nos que esta entidade sobresaia e que poidan servir de inspiración. Exemplos: uso de metodoloxías participativas, deseño innovador, impacto comunitario, modelo sostible, etc.

- Boa práctica 1:
- Boa práctica 2:
- Boa práctica 3:

d. Oportunidades e retos: *Que espazos de mellora ou aprendizaxe se detectan?*

Identifica ata 3 oportunidades e 3 retos relevantes observados nesta entidade, tanto internos como externos.

Exemplos de oportunidades: expansión a novos públicos, colaboracións, dixitalización...
Exemplos de retos: financiamento, fidelización de públicos, recursos limitados...

Oportunidades	Retos

e. Avaliación dos criterios clave

Reflexiona sobre o valor desta entidade en aspectos estratéxicos que poden ser útiles para o teu proxecto.

Criterio	Puntuación (1-5)
Diversidade de actividades/servizos (Ten unha oferta variada e adaptada a diferentes públicos?)	
Nivel de innovación (Emprega enfoques, formatos ou tecnoloxías novidosas?)	
Visibilidade e recoñecemento (É coñecida no sector? Ten presenza en redes ou medios?)	
Impacto social (Consegue mellorar a vida das persoas ou comunidades coas que traballa?)	
Contribución ao territorio (Axuda a dinamizar a contorna a nivel cultural, económico ou social?)	

Usa unha escala do 1 ao 5, onde 1 = moi baixo e 5 = moi alto*.

Lenda para as puntuacións*	
1	Moi baixo / case inexistente
2	Baixo / limitado
3	Medio / aceptable
4	Alto / destacable
5	Moi alto / exemplar

f. Xustificación

Explica brevemente as puntuacións dadas no punto anterior e calquera outro aspecto relevante que consideres interesante destacar.

g. Que podes aprender desta entidade?

Resume nunha ou dúas frases o valor principal que pode inspirar o teu proxecto. Pensa nunha idea ou enfoque que poidas adaptar.

h. Web / contacto

Inclúe ligazóns ou datos de contacto para ampliar a información ou seguir o traballo da entidade.

- Sitio web:
- Correo electrónico:
- Redes sociais / outros enlaces:

7. Ficha: Benchmarking comparativo.

7.1. Como usar o Benchmarking comparativo?

Esta ferramenta permite comparar de forma visual e sinxela as características principais de varias entidades ou iniciativas culturais e creativas que analizaches *Benchmarking* de iniciativas inspiradoras. Así, poderás identificar similitudes, diferenzas, puntos fortes e áreas de mellora en cada unha, facilitando a selección das aprendizaxes máis útiles para o teu proxecto.

7.2. Recomendacións para o seu uso

- Completa esta ficha despois de ter analizado individualmente cada entidade.
- Utiliza a comparación para detectar tendencias comúns e prácticas innovadoras.
- Reflexiona sobre como aplicar os aprendizaxes máis relevantes ao teu proxecto.
- Non esquezas xustificar as túas valoracións e anotacións nas fichas individuais para un uso máis rigoroso.

Táboa comparativa

Entidade	Boas prácticas destacadas	Oportunidades observadas	Diversidade de actividades / servizos	Nivel de innovación	Visibilidade e recoñecemento	Impacto social	Contribución ao territorio	Notas xustificativas

Usa unha escala do 1 ao 5, onde 1 = moi baixo e 5 = moi alto*.

Lenda para as puntuacións*

1	Moi baixo / case inexistente
2	Baixo / limitado
3	Medio / aceptable
4	Alto / destacable
5	Moi alto / exemplar

8. Ficha: Marketing / Plan Comercial

8.1. Para que serve esta ficha?

Esta ferramenta permite planificar de forma estruturada as propostas comerciais e de marketing para cada segmento de clientela. Axuda a definir que ofrecemos, cales son os obxectivos cualitativos e cuantitativos, e que accións concretas imos levar a cabo para chegar aos clientes.

Deste xeito, conseguimos orientar as estratexias comerciais, priorizar recursos e medir resultados.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

8.2. Exemplo práctico

Segmento de clientela	Que ofrecemos?	Obxectivos cualitativos	Obxectivos cuantitativos	Accións comerciais
Mozos/as de 18-30 anos de zonas urbanas interesados en música alternativa	Experiencias musicais en directo + streaming + merchandising	Xeración de comunidade e fidelización de público	3 concertos piloto, 100 entradas vendidas por evento, ingresos de 2.000€	Promoción en redes sociais, newsletter, colaboración con bares locais, venda online de entradas
Empresas e asociacións culturais locais	Espazos para eventos corporativos ou culturais	Reforzar a imaxe de marca e ampliar a rede de contactos	2 eventos corporativos ao trimestre, ingresos 1.500€ cada un	Contacto directo con empresas, presentación de oferta personalizada, seguimento por email e reunións

9. Ficha: Público obxectivo

9.1. Para que serve esta ficha?

Esta ferramenta permite definir con precisión o público ou segmento ao que vai dirixido o teu proxecto. Axuda a entender quen son, que necesitan, como se comportan, cales son as súas motivacións e barreiras, e que esperan do produto ou servizo.

Deste xeito, conseguimos deseñar propostas de valor máis axustadas, campañas de comunicación efectivas e unha mellor experiencia para os usuarios.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

9.2. Exemplo práctico

Descrición xeral

- **Nome ou etiqueta do segmento:** Mozas e mozos urbanos amantes da música alternativa
- **Tamaño estimado:** 5.000-8.000 persoas na cidade
- **Localización:** Urbana, grandes cidades galegas

Perfil sociodemográfico

- **Idade media:** 18-30 anos
- **Xénero:** Indiferente
- **Nivel educativo:** Ensino medio e universitario
- **Situación profesional:** Estudantes ou primeiros empregos
- **Ingresos aproximados:** 800-1.500€/mes

Perfil cultural e social

- **Intereses principais:** Música, eventos culturais, tendencias urbanas
- **Valores compartidos:** Sustentabilidade, innovación, experiencias únicas
- **Canles de consumo cultural:** Concertos, festivais, plataformas de streaming, redes sociais
- **Participación comunitaria:** Redes de música, grupos de amigos, colectivos culturais

Necesidades e motivacións

- **Problema:** Pouca oferta de experiencias culturais alternativas e accesibles
- **Beneficios buscados:** Entretenemento, conexión social, descubrimento de novos artistas
- **Barreiras / medos:** Prezos elevados, falta de tempo, descoñecemento das propostas

Comportamento de consumo

- **Como se informan:** Redes sociais, recomendacións de amigos, mailing list de eventos

- **Canto dispuestos a pagar:** 10-20€ por evento.
- **Frecuencia:** 1-2 eventos ao mes.

Mapa de empatía

- **Que pensa e sente:** Busca experiencias auténticas e divertidas.
- **Que escoita do seu entorno:** Recomendacións de amigos e influencers locais.
- **Que ve no seu día a día:** Poucas ofertas culturais novas e accesibles.
- **Que di e fai:** Comenta eventos en redes sociais, busca información online.
- **Dores / frustracións:** Prezos altos, eventos repetitivos.
- **Expectativas / ganancias:** Pasalo ben, descubrir artistas, socializar.

10. Ficha: Gobernanza

10.1. Para que serve esta ficha?

Esta ferramenta permite definir claramente a estrutura de gobernanza dunha organización ou proxecto, asignar roles e responsabilidades, establecer canles de comunicación e asegurar boas prácticas de xestión e toma de decisións.

Deste xeito, conseguimos aumentar a transparencia, claridade e eficiencia na xestión, reducindo conflitos e garantindo a continuidade do proxecto.

(FICHA PARA COMPLETAR EN VERSIÓN EDITABLE – ANEXOS)

10.2. Exemplo práctico:

a. Estructura de gobernanza

- **Órganos principais de decisión:** Asemblea Xeral, Consello Reitor, Comisións de Comunicación e Programación
- **Frecuencia de reunións:** Asemblea Xeral trimestral; Consello Reitor mensual; Comisións según proxecto
- **Canles de comunicación interna:** Correo electrónico, WhatsApp de coordinación, reunións por videoconferencia

b. Roles e responsabilidades

Rol / Cargo	Persoa(s) responsable(s)	Funcións principais
Presidencia Coordinación	/ Ana López	Coordinar proxectos, liderar reunións, supervisar planificación xeral
Secretaría	Marta Pérez	Xestión de documentación, actas de reunións, comunicación interna
Tesouraría	Xoán Rodríguez	Control financeiro, elaboración de presupostos, pagamento de facturas
Comisións específicas	Equipo (Comunicación, Programación)	mixto Deseño de campañas, organización de actividades, seguimento de indicadores

c. Checklist de boa gobernanza

- Normas de decisión colectiva: Si
- Claridade en roles: Si
- Información transparente: Si
- Mecanismos de resolución de conflitos: Si
- Relevo xeracional previsto: Si

11. Ficha: Matriz de avaliación e seguimento de proxectos na Economía Laranxa

11.1. Para que serve esta ficha?

Esta matriz axúdanos a organizar, xestionar e avaliar as accións e proxectos. Para completala, segue as indicacións seguintes:

Columna	Descrición	Exemplo
Obxectivo	Define o propósito ou meta da acción que queres avaliar.	Promover a participación en eventos culturais.
Indicador	Mide o grao de cumprimento do obxectivo con datos cuantitativos ou cualitativos.	Número de asistentes a eventos.
Responsable	Persoa ou equipa encargada de recoller e analizar os datos.	Marta López, coordinadora de comunicación.
Ferramenta de recollida	Método empregado para recoller os datos: enquisas, rexistros, entrevistas, plataformas dixitais, etc.	Rexistro de asistencia, enquisas online.
Periodicidade	Frecuencia coa que se actualizarán e analizarán os datos.	Trimestral.
Resultado obtido	Valor obtido tras a recollida dos datos.	150 asistentes.
Estado	Indica o grao de cumprimento mediante o sistema visual.	Cumprido En progreso Pendente   
Proposta de mellora	Suxerencias para mellorar resultados ou accións futuras.	Incrementar difusión en redes sociais.

11.2. Exemplo práctico

Obxectivo	Indicador	Responsable	Ferramenta de recollida	Periodicidade	Resultado obtido	Estado	Proposta de mellora
Aumentar a visibilidade de artistas locais	Nº de mencións en medios ou redes sociais	Marta Pérez	Monitorización de redes e prensa	Trimestral	28 mencións	Cumprido	Crear unha campaña específica en redes destacando cada artista
Mellorar a participación pública	Nº medio de asistentes por evento	Equipo coordinador	Rexistro de asistencia	Mensual	38 persoas/evento	En progreso	Incorporar actividades interactivas para aumentar a implicación
Incrementar as vendas de obras de arte	% de aumento mensual nas vendas de obras	X. Rodríguez	Plataforma de vendas	Mensual	2% (obxectivo: 5%)	Pendente	Mellorar a visibilidade da tenda en liña e reforzar a publicidade segmentada

Sistema visual para a columna Estado

Cor	Significado
Verde	Cumprido: O obxectivo está cumprido ou superado.
Amarelo	En progreso: Hai progreso, pero é necesario aplicar melloras.
Vermello	Pendente: O obxectivo non se está a cumprir e require atención urxente.

11.3. Matriz editable para a túa avaliación

Podes descargar e usar esta matriz en formato editable para adaptar e aplicar a avaliación nos teus proxectos da Economía Laranxa. Esta ferramenta é totalmente personalizable, para que poidas introducir os teus obxectivos, indicadores, responsables, ferramentas de recollida, periodicidade, resultados e propostas de mellora. Así facilitarás o seguimento e a mellora continua das túas iniciativas culturais e creativas.

Obxectivo	Indicador	Responsable	Ferramenta de recollida	Periodicidade	Resultado obtido	Estado	Proposta de mellora



www.es-factory.eu



XUNTA
DE GALICIA