



Cofinanciado por
la Unión Europea



CREASSE

**MANUAL PRÁCTICO SOBRE «CÓMO
ORIENTAR EL EMPRENDIMIENTO
COLECTIVO: EL PAPEL DE LA
FACILITACIÓN SOCIAL»**

**GUÍA PARA ORGANIZAR EVENTOS Y
MERCADOS COMUNITARIOS EXITOSOS**

ÍNDICE DE CONTENIDO

Guía para organizar eventos y mercados comunitarios exitosos 1

- Breve resumen 1
- Evento comunitario de presentación de proyectos 2
- Mercado (Market Place) 4
- Organización de eventos 12
- Enfoques transversales 20
- Recursos adicionales y lecturas recomendadas 22

GUÍA PARA ORGANIZAR EVENTOS Y MERCADOS COMUNITARIOS EXITOSOS

Breve resumen

El objetivo de este manual es proporcionar una guía técnica para la organización de eventos como parte de los programas de emprendimiento.

El primer paso para planificar un evento es establecer metas y objetivos claros, es decir, identificar la razón que subyace a la organización del evento.

Antes de continuar, le recomendamos que escriba una lista de todas las metas y objetivos que le gustaría alcanzar con su evento. Esto le ayudará a definir el formato de su evento.

El manual abarca dos tipos de eventos: «Evento de presentación a la comunidad» y «Mercado». Estos dos tipos de eventos se han desarrollado para que se adapten fácilmente a las necesidades específicas de cada programa y región

- El **«evento comunitario de presentación de proyectos»** es un evento competitivo de un día de duración con talleres prácticos relacionados con el tema. Se premian las mejores ideas compartidas en forma de presentaciones breves.

- El evento «**Mercado**» es también un evento competitivo de un día de duración, como el anterior. La diferencia radica en las ferias de emprendimiento presentadas por antiguos participantes. El objetivo es inspirar y motivar a los nuevos emprendedores que llevan a cabo sus proyectos y los presentan al concurso.



Evento comunitario de presentación de proyectos (Community Pitching)

Duración: 1 mañana o 1 día completo (mañana y tarde).

Tipo de evento: concurso.

Formato del evento: presencial u online.

El Community Pitching Event es un evento competitivo en el que los participantes buscan **mejorar sus modelos de negocio utilizando una metodología innovadora**. También aprenden a comunicarse mejor con sus clientes objetivo. Los mejores proyectos pueden ser premiados en una serie de categorías que determinará el equipo técnico (véase la sección Premios) para fomentar la puesta en marcha de sus actividades emprendedoras.

El Community Pitching Event será el paso final tras una serie de talleres prácticos centrados en el diseño de modelos de negocio y las habilidades de comunicación (narración y elevator pitch) celebrados anteriormente como parte del proyecto. Se organizarán actividades de networking para ayudar a los participantes a conectar entre sí. Los participantes podrán consultar en todo momento al personal técnico de la organización.

El evento puede ser online o presencial, privado y reservado solo a los participantes del programa o abierto a cualquier persona interesada. Dependerá de los objetivos y metas del evento.

Para participar en el concurso, los participantes deben presentar a tiempo todas las plantillas de los documentos solicitados. Dichos documentos incluyen la presentación de proyectos empresariales, normalmente una plantilla visual para el plan de negocio (PowerPoint) y una hoja de cálculo con el plan económico/financiero (Excel).

Los participantes en el programa tendrán la oportunidad de participar en el concurso y presentar su proyecto con un discurso de ascensor (2-4 minutos para cada proyecto).

A continuación, encontrará un ejemplo de agenda del evento:

- Discurso de bienvenida y presentación institucional.
- Taller de formación sobre estrategias de comunicación.
- Pausa.
- Presentación de los proyectos finalistas.
- Las actividades paralelas pueden incluir:
 1. Para participantes: testimonios de personas emprendedoras, tiempo musical, escape room, actividades para romper el hielo, actividades para reducir el estrés, etc.
 2. Para el jurado institucional: se reunirán en una sala privada para deliberar sobre los proyectos ganadores.
- Entrega de premios y clausura.
- Networking.

MERCADO (Market Place)

Duración: 1 mañana o 1 día completo (mañana y tarde).

Tipo de evento: competición.

Formato del evento: presencial u online.

En cuanto a los objetivos, este evento es similar al Pitchin Event. La diferencia radica en la feria/mercado que **presenta los proyectos empresariales completados, o aquellos apoyados por la entidad organizadora que se encuentran en las etapas finales del proceso de desarrollo empresarial**. El mercado ofrece un espacio donde los proyectos pueden ser aprobados y/o vendidos, y también es un ejemplo inspirador para personas emprendedoras que presentan sus ideas durante la competición.

El objetivo del concurso es ayudar a participantes a implementar sus modelos de negocio y proporcionarles herramientas para comunicarse de manera eficaz con sus grupos objetivo. Los proyectos mejor presentados pueden ser premiados en una serie de categorías que determinará el equipo técnico (véase la sección Premios, p. 7) para fomentar la implementación de sus actividades empresariales.

Se llevarán a cabo actividades de networking para ayudar a los participantes a conectarse entre sí. Los participantes podrán consultar en todo momento al personal técnico de la organización.

El evento puede ser en línea o presencial, privado y reservado solo a los participantes del programa, o abierto a cualquier persona interesada. Dependerá de los objetivos y metas del evento.

Para participar en el concurso, los participantes deben presentar a tiempo todas las plantillas de los documentos solicitados. Dichos documentos incluyen la presentación de proyectos empresariales, normalmente una plantilla visual para el plan de negocio (PowerPoint) y una hoja de cálculo con el plan económico/financiero (Excel). Las personas participantes tendrán la oportunidad de participar en el concurso y presentar su proyecto con un discurso de ascensor (2-4 minutos para cada proyecto).

A continuación, encontrará un ejemplo del programa del evento:

- Discurso de bienvenida y presentación institucional.
- Casos de éxito de proyectos empresariales apoyados por la entidad organizadora.
- Pausa.
- Taller de formación sobre estrategias de comunicación.
- Presentación de los proyectos finalistas.
- Las actividades paralelas pueden incluir:
 1. Para los participantes: testimonios de emprendedores, tiempo musical, escape room, actividades para romper el hielo, actividades para reducir el estrés, etc.
 2. Para el jurado institucional: se reunirán en una sala privada para deliberar sobre los proyectos ganadores
- Entrega de premios y clausura.
- Networking.

Objetivos

Durante la fase de desarrollo del diseño, el facilitador social debe definir **objetivos claros y alcanzables**. A la hora de definir las características del evento (actividades, formato, duración, tipología, etc.), es fundamental tener en cuenta el objetivo principal del mismo, ya que determinará muchos de sus aspectos.

Intentar causar impacto en un territorio reforzando la relación con las entidades financiadoras o aumentando la visibilidad de la marca es diferente a promover las iniciativas emprendedoras desarrolladas por los participantes en un programa.

Tras este paso, recomendamos establecer objetivos cuantitativos internos para un enfoque orientado a los resultados. **Después de separar a hombres y mujeres, siga los 9 elementos básicos que se indican a continuación para realizar un seguimiento:**

- Número de eventos de presentación de proyectos comunitarios organizados.
- Número de mercados organizados.
- Número total de inscripciones.
- Número total de participantes.
- Número de planes de negocio o modelos de negocio implementados.
- Número de entidades participantes (durante la bienvenida institucional, la ceremonia de clausura, etc.).
- Número de personas que compiten.
- Número de proyectos premiados.
- Número de colaboraciones generadas entre los proyectos y otros servicios comunitarios.

Formato del evento

Los eventos mencionados anteriormente pueden ser on line o presenciales. Los eventos presenciales pueden tener lugar en espacios proporcionados por las entidades colaboradoras o en un local alquilado para la ocasión si el presupuesto del programa lo permite.

Para los eventos presenciales, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos logísticos: aforo, ubicación, acceso al transporte público, equipamiento necesario (Wi-Fi, calefacción, enchufes, mesas, proyector y una superficie plana para la proyección, espacios de trabajo), una sala para la deliberación del jurado, la ceremonia de entrega de premios y el catering, si procede. La organización de eventos presenciales también implica la instalación del equipo, por lo que recomendamos solicitar acceso temprano y tardío al espacio para agilizar la instalación del equipo y el material del evento y recogerlo después.

En el caso de los eventos en línea, asegúrese de que la plataforma digital ofrezca las funciones adecuadas para cada evento. Recomendamos encarecidamente utilizar la herramienta Microsoft Teams, ya que permite un mayor control y cubre las necesidades básicas necesarias (grabación, control de acceso, personalización de fondos, creación de una sala separada para la deliberación del jurado, etc.). Recomendamos realizar una simulación del evento para asegurarse de que todos los participantes puedan conectarse fácilmente al mismo. A veces, las entidades colaboradoras no tienen experiencia en el uso de Microsoft Teams y pueden tener problemas para conectarse. Además, los facilitadores deben proporcionar instrucciones claras y detalladas para iniciar sesión antes del evento y ofrecer un contacto de asistencia técnica. Tenga en cuenta los diferentes niveles de conocimientos digitales de los participantes y ofrezca una breve demostración en directo o una sesión tutorial antes del evento para mejorar la confianza y reducir las dificultades técnicas.



Presupuesto

Es esencial revisar el presupuesto del programa y la estimación de los gastos. Los costes del evento empresarial pueden variar en función del formato del evento, el número de premios que se vayan a otorgar, el número estimado de participantes, etc. Durante la fase de desarrollo del diseño, es importante revisar el presupuesto disponible en cada línea financiera en la que estimamos introducir gastos. Del mismo modo, recomendamos crear una planificación de gastos, revisar si se aplica alguno de los siguientes conceptos que pueden generar gastos y estimar el importe a introducir:

- Gastos relacionados con el lugar de celebración del evento empresarial (alquiler, limpieza, etc.).
- Servicios profesionales complementarios (fotografía, iluminación, sonido, logística, etc.).
- Material de merchandising (blocs de notas, carpetas, bolígrafos, USB, bolsas de tela, etc.).
- Diseño de materiales de visibilidad (carteles, roll-ups, cheques de premios, diplomas, photocall, etc.) e impresión, si procede.
- Promoción y comunicación (publicidad de pago, campañas en redes, etc.).
- Cobertura de los gastos de viaje de los participantes, si procede.
- Catering, si procede.
- Subcontratación de profesionales externos (ponentes, expertos, moderadores, etc.).
- Dietas y gastos de viaje del equipo técnico, si procede.
- Beneficios en especie (consultoría y/o servicios profesionales subcontratados).

Puede contar con el apoyo del equipo encargado de la gestión financiera para la revisión del presupuesto.



Normativa

Cualquier evento debe cumplir con una serie de normativas públicas. Estas normativas deben estar disponibles en línea en formato PDF y facilitarse en las diferentes acciones de promoción del evento. Recomendamos incluir el enlace a las normativas en el formulario de inscripción, que se puede cargar en la nube en Google Drive, Dropbox o similar.

Las normas deben recopilar de forma coherente el conjunto de contactos que participan en el evento. La ceremonia de entrega de premios también debe cumplir con dichas normas. **El documento debe incluir el logotipo de la entidad organizadora, así como los logotipos de las entidades financiadoras y colaboradoras, si las hay.** El reglamento debe incluir las siguientes secciones:

- Objetivo del concurso: comenzar con una introducción centrada en el propósito del evento y las entidades financiadoras involucradas.
- Fechas y formato del evento: resumir las fechas importantes y el formato del evento (ubicación o plataforma digital que se utilizará).
- Perfil de participantes y documentación requerida: aquí se exponen los requisitos que deben cumplir los participantes (deben estar oficialmente inscritos en cada programa o estar dispuestos a hacerlo).
- Fases y desarrollo del concurso: detallar, paso a paso, las diferentes etapas del concurso con fechas y acciones a completar para participar.
- Criterios de evaluación: definir los criterios de evaluación en las diferentes fases del concurso (técnica de presentación de la plantilla y discursos institucionales del proyecto), deliberación y casuística en caso de empate.

- Composición del jurado: esbozar la tipología de perfiles que componen el jurado, no se deben dar nombres, solo entidades que colaboran y la entidad organizadora.
- Premios: definir las categorías de premios, importe equivalente en euros y detalles de si son en especie (en servicios y asesoramiento para el proyecto emprendedor) o colaboraciones.
- Aceptación de las bases: condiciones de las bases y protección de datos. Mencionar el derecho de la organización a revocar los premios si se detecta una actividad incongruente con el objeto del concurso o la intención de un uso indebido de los premios otorgados, o si se detecta que no se han cumplido todos los requisitos para recibir el premio.

Premios

Los premios suelen ser «en especie», lo que significa que, en lugar de premios directos en efectivo, los ganadores reciben servicios valiosos, como consultoría, tutoría o apoyo profesional. Este enfoque ayuda a controlar los gastos y proporciona una documentación financiera clara. El equipo técnico trabaja con los ganadores para adaptar estos servicios de manera eficaz a las necesidades de su proyecto.

El importe y la evaluación de los premios pueden variar para adaptarse mejor a la realidad del proyecto ganador. Los premios de los proyectos que no cumplan los requisitos de calidad técnica serán declarados nulos.

El equipo técnico de la organización se reunirá con los proyectos ganadores para especificar los servicios y/o el asesoramiento más adecuado que se les proporcionarán, en función de la fase en la que se encuentre el proyecto. Llegarán a un acuerdo con el participante sobre la mejor manera de proporcionar el premio no monetario.

Los premios pueden dividirse en diferentes categorías, ya sea según la cuantía económica (primer premio, segundo premio y tercer premio), el objetivo, la innovación o el enfoque de los proyectos. Por ejemplo, algunas categorías específicas de premios pueden ser las siguientes:

- Premio al proyecto con mayor enfoque medioambiental.
- Premio al proyecto con mayor perspectiva de género.
- Premio al proyecto con mayor impacto social.
- Premio al proyecto más innovador.
- Premio al mejor proyecto basado en la tecnología.
- Premio al proyecto con mayor enfoque triple (económico, social y medioambiental).
- Premio al mejor proyecto liderado por mujeres (para promover el emprendimiento femenino).

Los premios y los criterios de evaluación técnica e institucional (véanse las secciones sobre evaluación técnica del proyecto y evaluación institucional del proyecto) deben ser coherentes. Por ejemplo, si hay un premio para el proyecto más inclusivo, este aspecto debe incluirse en los criterios de evaluación, ya sea en la evaluación técnica, en la evaluación institucional o ambas.

Todos los premios deben indicar el importe en especie. Además de los premios habituales, también se pueden otorgar premios especiales y premios de consolación. Pueden ser premios en especie de menor cuantía o menciones honoríficas que promuevan el proyecto ganador por su especial dedicación.

Se aceptan como premios las donaciones de entidades colaboradoras, empresas o profesionales. Sin embargo, se debe notificar al equipo metodológico de la sede central durante la fase de desarrollo del diseño para que proporcione la evidencia financiera adecuada de las entidades externas.

Organización de eventos

Las siguientes secciones proporcionan más detalles sobre los pasos a seguir para organizar un evento. Por encima de esta sección, esta guía proporciona más información sobre el diseño y la planificación de eventos. Si actualmente está trabajando en la fase de desarrollo del diseño de su proyecto, le recomendamos que lea las secciones anteriores de antemano.

1. PROMOCIÓN

- La promoción de los eventos debe comenzar **al menos un mes antes de la celebración del evento**, para disponer de tiempo suficiente para llevar a cabo diferentes estrategias de comunicación.
- Los materiales de comunicación necesarios para promocionar el evento pueden incluir carteles (digitales y/o imprimibles), roll-ups, cheques de premios, photocall, diplomas, acreditaciones u otras solicitudes de material de merchandising (cuadernos, carpetas, bolígrafos, USB, bolsas de tela, etc.).
- El equipo técnico debe crear un formulario de inscripción en línea para el evento utilizando Microsoft Forms o una herramienta similar. Recomendamos utilizar un acortador de URL de confianza, como <https://app.bitly.com>, para que la dirección web del formulario sea más fácil de recordar y de copiar por parte de los participantes. La URL acortada se utilizará en los materiales de promoción (carteles, banners, etc.), en las publicaciones en redes sociales, en los envíos a las bases de datos de las entidades colaboradoras o en otras acciones de promoción que se lleven a cabo.

2. ACTIVIDADES PREVIAS AL EVENTO

Talleres de formación grupales previos al evento

Para ayudar a los participantes y responder a cualquier pregunta relacionada con el evento, se recomienda organizar una o varias sesiones previas al evento, ya sea presenciales u online, para guiar a los participantes a través de los conceptos, fases y plantillas de los documentos que deben presentar para participar.

Hay que tener en cuenta que para la gran mayoría de los participantes será la primera vez que diseñen un modelo de negocio o un plan de negocio. Recomendamos guiarlos a través de sesiones previas, como talleres de formación en grupo o sesiones de asesoramiento individual.

Algunos de los temas que se pueden abordar en las sesiones previas al evento son:

- Diseño de modelos de negocio con Business Model Canvas.
- Propuesta de valor sostenible.
- Análisis económico-financiero.
- Plan de marketing.
- Técnicas de comunicación eficaz.
- Explicación de las plantillas de documentos para participar en el concurso: normalmente se solicita una serie de documentos. Los documentos deben ser proporcionados por el equipo técnico para homogeneizar la información solicitada a los proyectos y ayudar a evaluarlos. Las plantillas pueden ser:
 1. Modelo de negocio Canvas o plan de negocio en formato breve y visual (PowerPoint).
 2. Plan económico-financiero, utilizando una herramienta de análisis.
 3. Breve presentación en vídeo o discurso en directo sobre la idea de negocio.

Evaluación técnica de los proyectos

Todos los proyectos presentados correctamente y en el plazo establecido serán evaluados en función de los criterios técnicos establecidos por el equipo técnico de la organización.

Esta evaluación se llevará a cabo los días previos al evento y las plantillas presentadas se evaluarán con una ponderación de esta evaluación técnica del 60 al 70 % del total de la competición. Por lo tanto, la evaluación institucional tendrá una ponderación del 30 al 40 % del total de la competición.

Recomendamos basar los criterios de evaluación técnica en lo siguiente:

a. Idea de negocio. Coherencia, ajuste de la idea a las necesidades de los clientes, adecuación del perfil del emprendedor a los requisitos del negocio (de 1 a 20 puntos).

b. Viabilidad económica y financiera. Capacidad para llevar a cabo y poner en marcha el negocio (de 1 a 20 puntos).

c. Presentación en vídeo. Comunicación eficaz, capacidad de sintetizar el modelo de negocio, coherencia con la idea de negocio y viabilidad económica (de 1 a 15 puntos).

d. Impacto social. Ideas que tienen un impacto social positivo o contemplan medidas de este tipo en sus diferentes procesos y actividades (de 1 a 5 puntos).

e. Impacto medioambiental. Ideas de economía circular, estrategias de circularización o medidas con un impacto medioambiental positivo (de 1 a 5 puntos).

f. Perspectiva de género. Lenguaje inclusivo, promoción de la igualdad en su estructura y medidas específicas con perspectiva de género (de 1 a 5 puntos).

3. ACTIVIDADES DEL EVENTO

Las actividades que se enumeran a continuación son una guía para llevar a cabo algunas actividades del evento. Cualquier otra actividad innovadora de valor añadido que sea coherente con los objetivos previstos en la fase de desarrollo del diseño del evento es bienvenida. En cuanto a la presentación del evento, un profesional con un presupuesto específico para el programa o el equipo de la organización puede dirigir todo el evento.

Bienvenida y presentación institucional

Necesario: un espacio específico para la inauguración del evento, una contextualización de los objetivos y la asistencia al evento. Destacar el valor de la red de contactos de la entidad organizadora con las entidades financiadoras y colaboradoras. En esta actividad, se invita a los representantes de las entidades financiadoras y colaboradoras, junto con los representantes de la entidad organizadora, a llevar a cabo la inauguración institucional del evento.

Talleres de formación en grupo (opcional)

Las sesiones de formación en grupo tienen como objetivo abordar temas relacionados con los objetivos del evento, como el diseño del modelo de negocio, la propuesta de valor, el plan económico y financiero, el plan de marketing y el discurso de ascensor.

Recomendamos que el equipo técnico de la entidad organizadora dirija estas sesiones de formación para asegurarse de que sus instrucciones se ajustan a los objetivos. Si la sesión la dirigen profesionales externos, el equipo técnico debe concertar reuniones previas con ellos para definir el contenido y los objetivos.

Estas sesiones deben ser prácticas para ayudar a los participantes a trabajar en su propio proyecto y preparar su presentación para la competición.

Mercado de proyectos emprendedores

El mercado de proyectos emprendedores es una feria de proyectos para promover proyectos emprendedores que cuentan con apoyo, que están totalmente finalizados o se encuentran en las etapas finales de su creación empresarial. Se trata de un espacio para que las organizaciones participantes promocionen, vendan y validen sus productos o servicios. También es una fuente de inspiración para los emprendedores que participan en el concurso.

Cada empresa tiene su propio stand, donde muestra sus soluciones. Recomendamos que aprovechen esta oportunidad para compartir encuestas de opinión y poner a prueba sus ideas de negocio.

Muestra de proyectos emprendedores

Los participantes presentarán su proyecto empresarial con un breve discurso (de 2 a 4 minutos de duración) ante el jurado institucional y el resto de participantes. Se permite a los participantes traer productos o material físico para la presentación, pero recomendamos no utilizar diapositivas para enfatizar sus habilidades de expresión oral y comunicación.

Para aprovechar al máximo el tiempo, recomendamos no dar al jurado institucional la opción de hacer preguntas. Si el moderador desea dedicar tiempo a las preguntas, recomendamos establecer un límite de tiempo en aras de la igualdad entre todos los proyectos.

Evaluación institucional de los proyectos

Los proyectos realizarán su presentación y serán evaluados por un jurado institucional compuesto por expertos en emprendimiento, representantes de las entidades organizadoras, colaboradoras y patrocinadoras del evento, o representantes del ecosistema emprendedor. Este jurado debe ser un grupo de pares con al menos una persona del equipo de la entidad organizadora.

La evaluación se llevará a cabo en tiempo real con plantillas en papel o digitales que incluyan los criterios de evaluación. Para no influir en el jurado institucional, el equipo técnico no revelará información previa sobre el análisis técnico de los proyectos ni su grado de desarrollo. El peso de la evaluación institucional será del 30 al 40 % del total de la competición y será la media de las diferentes personas o entidades que participen en la evaluación de cada proyecto.

Recomendamos aplicar los siguientes criterios de evaluación para la evaluación institucional de los proyectos:

1. La capacidad de comunicar eficazmente el modelo de negocio (1 a 10 puntos).
2. El valor añadido de la idea de negocio. Este puede estar relacionado con: género, impacto social y medioambiental o innovación (de 1 a 10 puntos).
3. La originalidad de la presentación, el grado de preparación, la motivación y la confianza que transmite el proyecto de los emprendedores (de 1 a 10 puntos).

Deliberación del jurado institucional

Simultanea a la actividad que se explica a continuación (véase Actividades para romper el hielo).

La deliberación es una reunión privada entre las personas que integran el jurado institucional y que cuentan con representación del equipo técnico de la entidad organizadora. Esta reunión es la oportunidad para dar a conocer la puntuación de la fase técnica en la que se analizaron las plantillas presentadas por los participantes (con un peso del 60-70 % del total) y se calcula la media de las evaluaciones realizadas por el jurado institucional a cada proyecto (con un peso del 30-40 % del total).

Para un cálculo rápido de las puntuaciones, se recomienda utilizar una hoja de cálculo Excel con las fórmulas que ayudarán a calcular las puntuaciones finales.

Actividades para romper el hielo

Las actividades para romper el hielo se llevarán a cabo al mismo tiempo que la anterior.

Recomendamos organizar actividades para romper el hielo que ayuden a los participantes a relajarse y divertirse mientras el jurado delibera tras sus presentaciones.

A continuación se presentan algunos ejemplos de actividades que se pueden organizar:

- Actividades para romper el hielo y liberar el estrés, trabajo en equipo, desarrollo personal, improvisación, networking, etc.
- Mesa redonda con emprendedores que crearon su negocio con el apoyo de la entidad organizadora.
- Escape room o juegos relacionados con el emprendimiento o el desarrollo de habilidades emprendedoras.
- Actuación de una banda, solista o artista emergente que haya surgido de nuestros programas o que encaje con el concepto del evento.

Ceremonia de entrega de premios

En la ceremonia de entrega de premios pueden participar representantes del jurado institucional, entidades financiadoras y colaboradoras, así como representantes de la entidad organizadora. El premio puede ser un cheque de cartón, un diploma o un soporte online, dependiendo de la imagen de marca de cada evento.

Pausa para café o cóctel de despedida

En eventos presenciales y dependiendo de la duración y las características del lugar, se recomienda contratar un servicio de catering para ofrecer un café o un cóctel de despedida.

Para ello, evalúe primero el presupuesto disponible y el tipo de empresa proveedora, dando prioridad a una empresa cuyos valores estén en consonancia con los de su organización. Considere los servicios ofrecidos por personas que hayan iniciado un negocio con el apoyo de la organización en su provincia.

4. ACTIVIDADES POSTERIORES AL EVENTO

Obtención de comentarios y opiniones sobre la satisfacción

En los días posteriores al evento, recuerde enviar a todos los participantes un correo electrónico agradeciéndoles su participación en el evento y pidiéndoles que den su opinión en una encuesta de satisfacción anónima en línea.

Aquí compartimos plantillas de encuestas de satisfacción creadas en Microsoft Forms que pueden duplicarse y adaptarse a cada tipo de evento. El envío de una encuesta de satisfacción es obligatorio y sus respuestas se analizarán posteriormente para mejorar futuros eventos.

Plantilla de encuesta de satisfacción para eventos en línea.

Plantilla de encuesta de satisfacción para eventos presenciales.

Agradecimiento a las entidades

En los días posteriores, se recomienda enviar un correo electrónico para agradecer a las entidades que han colaborado, ya sea en la inauguración, en el jurado institucional o en la organización, en el caso de un evento presencial. Recomendamos adjuntar al correo electrónico un diploma de participación y fotografías (en el caso de ser presencial, o capturas de pantalla, en el caso de ser online).

Enfoques transversales

Los eventos son herramientas poderosas que ayudan a la organización a mostrar su compromiso real con los enfoques transversales alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recomendamos considerar estos enfoques e integrarlos para tener un impacto positivo, tanto a nivel interno (con los participantes) como externo (en la comunicación y el posicionamiento con las entidades colaboradoras).

Enfoque de género

Todos los eventos deben incorporar la perspectiva de género en las diferentes fases y actividades previstas, antes, durante y después del evento: atención a personas participantes, lenguaje inclusivo e imágenes utilizadas en la difusión y los medios audiovisuales.

Algunos detalles a evaluar:

- Considerar la opción de otorgar un premio a la mujer emprendedora y/o al proyecto con mayor perspectiva de género.
- Considerar la posibilidad de organizar un taller de formación sobre emprendimiento y género.
- Considerar la posibilidad de ofrecer servicios de guardería durante el evento, si lo permiten los financiadores, para apoyar a los participantes con responsabilidades familiares y promover la igualdad de acceso.

Enfoque medioambiental

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (un evento sostenible «es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades»).

Para la organización de un evento sostenible, se recomienda crear un plan de sostenibilidad, es decir, una herramienta básica que se centre en los objetivos y acciones para organizar el evento de la forma más sostenible posible en función de cada evento. La elaboración del plan tiene como objetivo documentar las diferentes acciones para facilitar su seguimiento, elaborar el informe posterior al evento y el cumplimiento del plan.

En este sentido, recomendamos organizar eventos sostenibles, ya que adquieren mayor notoriedad y presencia, ofreciendo un valor añadido humano y medioambiental en el que destacan:

- Reducción del impacto ambiental negativo.
- Promoción de la economía local mediante la contratación de proveedores y empresarios locales de los programas de la entidad organizadora.
- Concienciación social a través de la educación y el ejemplo.
- Arraigo o retención de la población en zonas rurales o despobladas.
- Recuperación de modos de producción artesanales, ancestrales y tradicionales.
- Atención pública y mayor impacto en los medios de comunicación.
- Posicionar y mejorar la imagen de la entidad organizadora.
- Inspirar la innovación a través de una mejor gestión y el triple resultado.
- Demuestra que es posible otra forma de hacer las cosas.

Aquí hay algunos enlaces que pueden serle de utilidad:

myclimate. (s. f.). Calcule la huella de CO₂ del evento con la calculadora de CO₂ de myclimate.

https://co2.myclimate.org/en/event_calculators/new

Recursos adicionales y lecturas complementarias

- **Local Initiatives Support Corporation (LISC). (s. f.). *Guía para organizadores de eventos comunitarios*.** Consultado el 3 de junio de 2025, en <https://www.lisc.org/our-resources/resource/brief-guide-community-event-planning/>
- **Silicon Couloir. (2020). *Manual de Pitch Day/Start-Up Challenge* [PDF].** https://wyomingbusiness.org/wp-content/uploads/2021/12/Pitch-Day-Playbook_2020.02_Final.pdf
- **Cultivate Labs. (s. f.). *Formatos de eventos de presentación*** <https://www.cultivatelabs.com/support/ignite/running-a-funding-round/pitch-event-formats>
- **VentureLab. (2022). *Guía completa para la planificación de eventos de presentación*.** <https://venturelab.org/forms/download-pitch-event-planning-guide>



CREASSE.EU



Cofinanciado por
la Unión Europea



Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea a través del programa Erasmus+. El contenido de esta publicación es responsabilidad exclusiva del autor y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí contenida. Número de proyecto: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000256807.