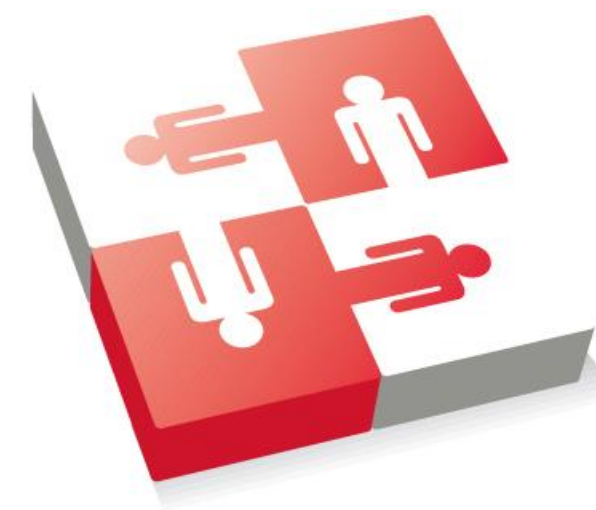


L'impacte social dels projectes culturals com a proposta de valor.

Identificació i conceptualització



PART 1 - CONCEPTUAL

LA CULTURA

TRANSFORMA VIDES!



mtn®
by MONTANA COLORS





Hapi Hapi (Colectivo Drag King España)

< PONENTES

S

u nombre es Sara Rodríguez, aunque a veces Hapi Hapi se apodera de su cuerpo. Es periodista y organizadora de eventos, especializada en eventos queer y comunicación transmedia. Actualmente trabajo en Madrid, aunque mis raíces se encuentran en Zaragoza. Hace dos años fundó Colectivo Drag King España para conseguir crear una comunidad y hacer visible un arte maravilloso. Lo que en un principio comenzó como un proyecto universitario, poco a poco se convirtió en el inicio de una revolución artística, cultural y social.

Passenger Tales

FOTOGRAFÍA PARTICIPATIVA

PASSENGER TALES

“Passenger Tales” es un proyecto de Mediación Artística que utiliza la fotografía participativa como medio de expresión, en sus dos primeras ediciones se ha trabajado con el colectivo de personas migrantes y solicitantes de asilo por LGTBIQ+.

Ademas, estamos preparando la tercera edición con el colectivo de mujeres migrantes y víctimas de violencia de género.

¿QUÉ ES LO QUE HACEMOS? Fomentamos una transformación individual y colectiva.

Durante 7 meses nos encontramos en una vez la semana donde trabajamos a través de la fotografía temas como la identidad, la memoria, el cuerpo y el viaje migratorio, con el fin de que cada participante desarrolle un ensayo fotográfico que culmina en una exposición fotográfica, ante la sociedad para trabajar la visibilidad del colectivo y una mejor inclusión social.

En sus ensayos fotográficos los participantes, recuperan emociones y fragmentos de su historia personal, reconstruyendo una narración visual.

El proyecto participativo se realiza a través de 25 talleres presenciales semanales de 3 horas. Y concluye con una última fase de exposición y difusión de sus resultados en una muestra fotográfica, acompañada de un entramado de visitas guiadas.

CARACTERÍSTICAS DEL COLECTIVO

- HUIDA FORZOSA PAÍS DE ORIGEN
- VIOLENCIA / DISCRIMINACIÓN ESTRUCTURAL
- RUPTURA “YO” PASADO
- PROBLEMAS EN EL ASILO
- EXCLUSIÓN SOCIAL
- PERDIDA DE IDENTIDAD
- BAJA AUTOESTIMA
- FALTA DE REDES DE APOYO
- INVISIBILIDAD

EL REPTA LITERARI PER A ALUMNES D'ESO



Com es fan els
escriptors del futur?

RAÍCES MURALES

PROYECTO DE EMPODERAMIENTO CULTURAL A TRAVÉS DE LA CREACIÓN ARTÍSTICA Y LA TRANSFORMACIÓN CREATIVA DEL ESPACIO.

DIRIGIDO A JÓVENES INMIGRANTES CUYO IDIOMA VEHICULAR NO ES EL ESPAÑOL.



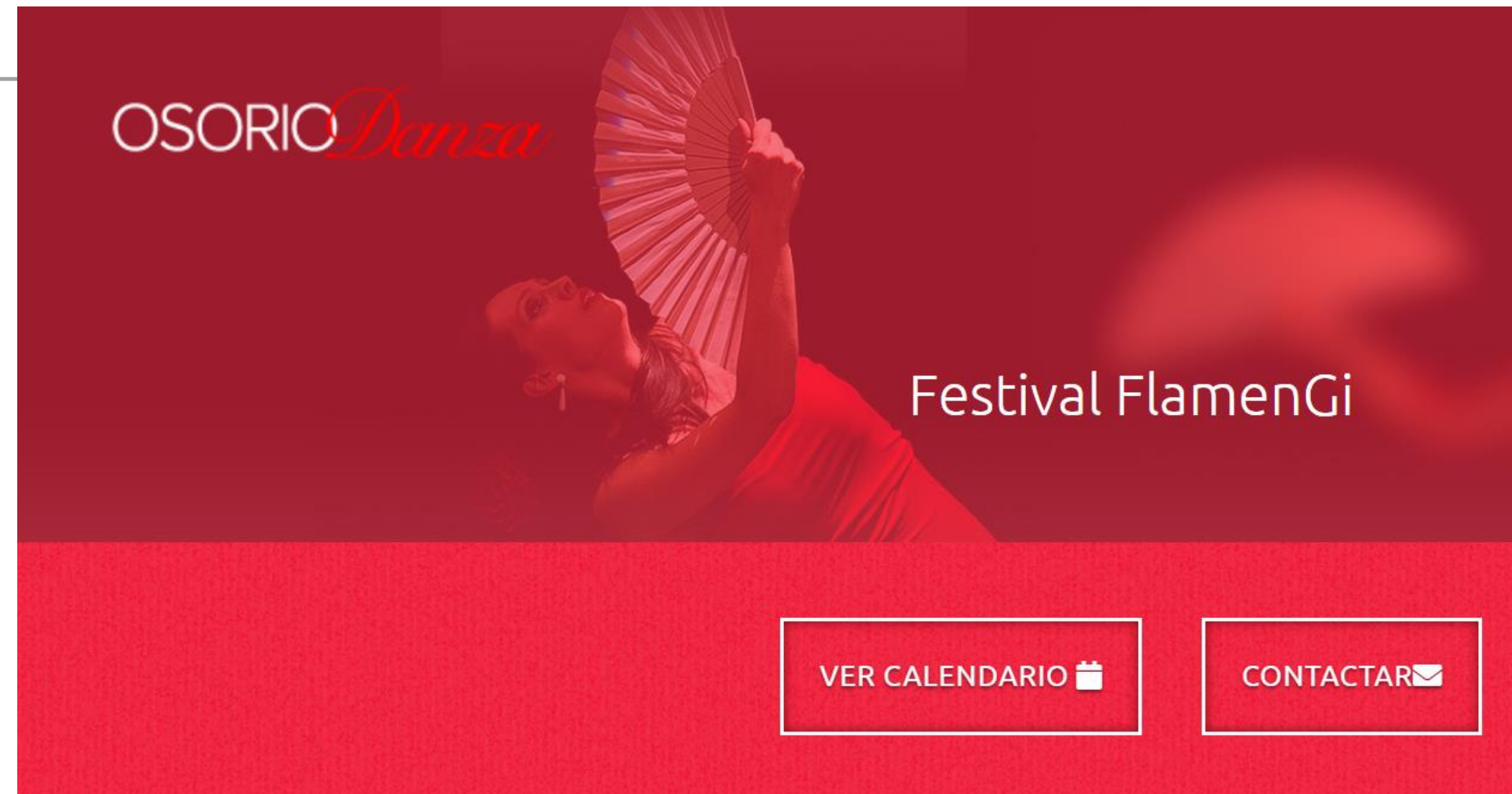
Enero - Febrero 2022
Harinera ZGZ - IES Pablo Gargallo



ARTEBRIJE CREATIVE STUDIO



PROJECTES IMPULSA:



Llegir abans de curar

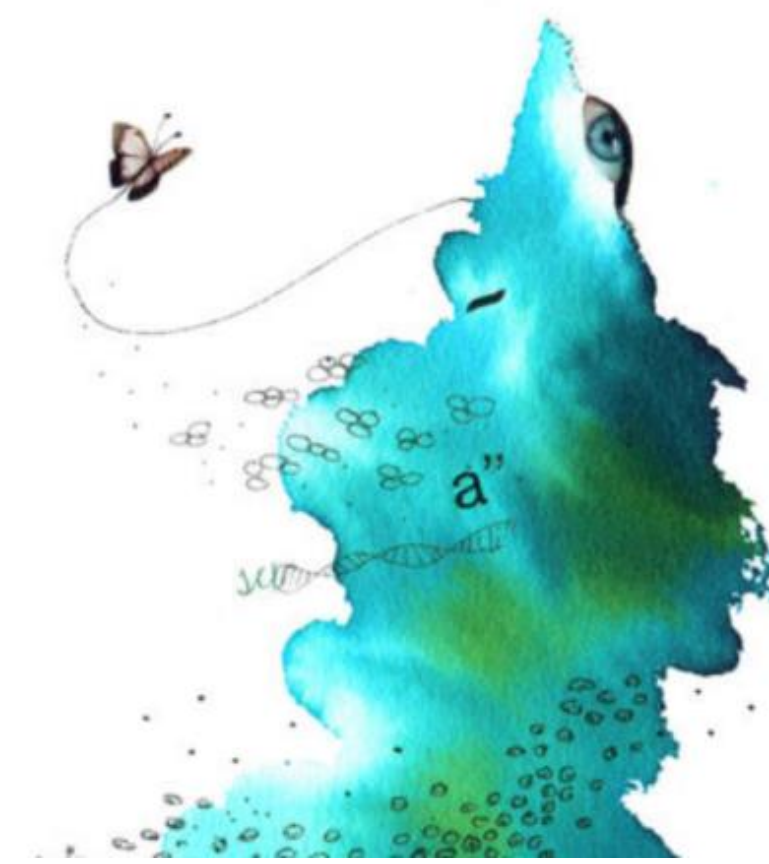
PROJECTE LECTURES RECURSOS ESPAIS EXPERIÈNCIES

Club de lectura

per a professionals sanitaris

Vols posar en marxa un club de lectura al teu centre sanitari?

+ informació



PROJECTES IMPULSA:



GARGAR

[INICI/HOME](#)

[PÀRQUING/ASSISTÈNCIA 2021](#)

[GARGAR 2021](#) ▾

[INFORMACIÓ D'INTERÈS](#) ▾

[MURALS](#) ▾

[CONTACTE/CONTACT](#)

FESTIVAL DE MURALS
I ART RURAL
PENELLES, LLEIDA

05 2021



la selva

[qui som](#) [laboratori](#) [acceleradora](#) [producció](#) [serveis](#) [move](#) [català](#) ▾



HORAGAI



UNA IMMERSIÓ AL CINEMA
DES DE LA CREACIÓ
I L'EXPERIMENTACIÓ

UN PROJECTE FORMATIU PER A
JOVES DE 16 A 18 ANYS SOTA
TUTELA DE LA DGAIA.





📞 93 481 36 96

✉ info@fundaciosetba.org

👤 El meu compte ▾

Català ▾



La fundació

Projectes

Botiga

Notícies



Creiem en l'art com a poder transformador de la societat



Dues preguntes inicials



- En l'ADN del vostre projecte, hi ha hagut la voluntat de dur a terme alguna transformació en l'entorn? Quina transformació?
- Si la resposta és sí... com podeu saber si aquesta transformació ha tingut lloc? Amb quina intensitat? En quina direcció?
- Si la resposta és no, quin és l'impacte cultural del meu projecte?

Dues preguntes més... per situar-nos



- Coneixeu experiències, en el vostre sector, que siguin testimoni de transformació a través del projecte cultural desenvolupat?**
- Què és l'impacte?**

¿Què és l'impacte?



impacto.

(Del lat. tardío *impactus*).

1. m. Choque de un proyectil o de otro objeto contra algo.
2. m. Huella o señal que deja.
3. m. Efecto de una fuerza aplicada bruscamente.
4. m. Golpe emocional producido por una noticia desconcertante.



RESULTATS
VS
IMPACTE

Quins beneficis pot aportar mesurar l'impacte?



saber

presa de decisions

comunicar

eina per a la millora **constant**

- Es un **segell de garantia**

recaptar fons

planificar



IMPACTE CULTURAL

CAPACITAT QUE TÉ UN PROJECTE PER A ACOSTAR LA CULTURA A UN COL·LECTIU DETERMINAT

CANVIS A NIVELL D'AQUISICIÓ DE CULTURA EN ELS DESTINATARI DEL PROJECTE

LA CULTURA ÉS FI I MITJÀ

INDICADORS PROPIS

IMPACTE SOCIAL

CAPACITAT QUE TÉ EL PROJECTE PER A MILLORAR LA QUALITAT DE VIDA DE LES PERSONES

ASSUMEIX LA CULTURA COM A UNA EINA DE COHESIÓ I INCLUSIÓ SOCIAL

LA CULTURA ÉS EINA, LA MILLORA SOCIAL ÉS EL FI

INDICADORS PROPIS



INDICADORES CULTURALS

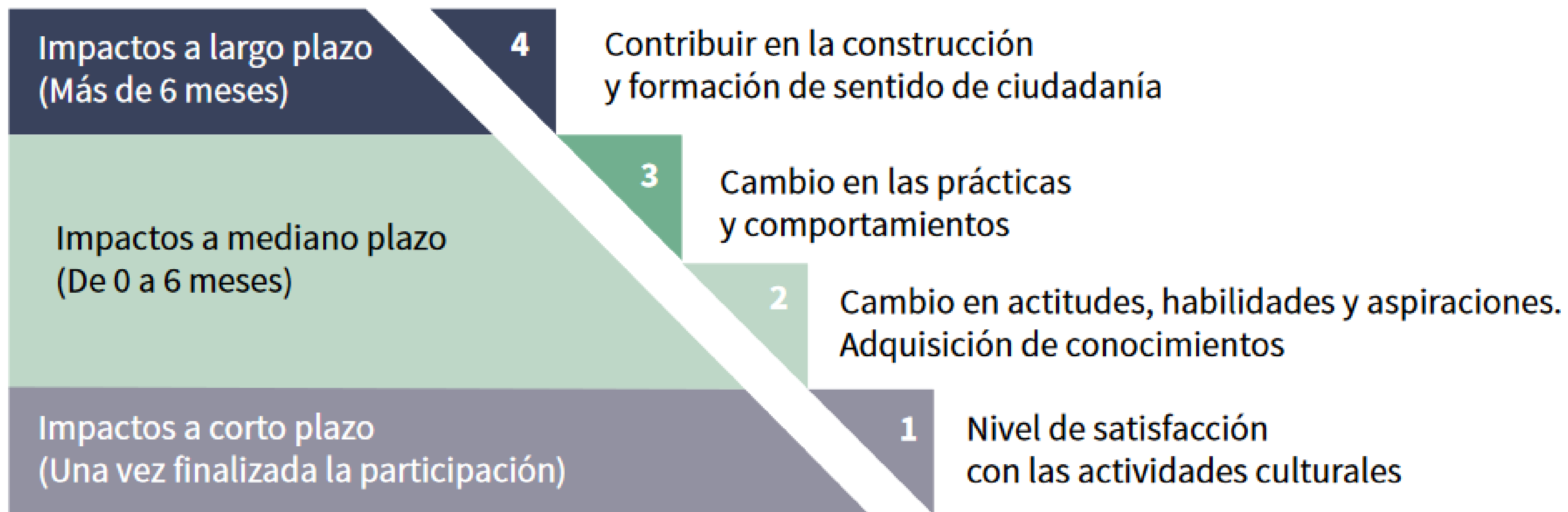


Gráfico 1: Modelo de impacto jerárquico

Font: Barona, F; Cuéllar, EJ (2014): Índices de impacto cultural. Antecedentes, metodología y resultados. Borradores de gestión cultural.

Categoría 1. Apropiación

Variable 1.1 Apropiación a nivel personal

ATRIBUTOS

- 1.1.1 Estudiar nuevos temas
- 1.1.2 Hacerse nuevas preguntas
- 1.1.3 Encontrar nuevas posibilidades
- 1.1.4 Ser una persona cada vez más feliz
- 1.1.5 Ser una persona cada vez más importante
- 1.1.6 Transmitir a otras personas sus conocimientos
- 1.1.7 Interés en que otras personas despierten nuevas inquietudes

Variable 1.2 Apropiación a nivel organizacional

ATRIBUTOS

- 1.2.1 Desempeñar sus funciones en el grupo u organización a que pertenece.
- 1.2.2 Implementar en su grupo-organización nuevas metodologías pertinentes con su entorno geográfico y cultural.

Categoría 2. Bienestar

Variable 2.1 Satisfacción

ATRIBUTOS

- 2.1.1 Disfrute de consumos culturales.
- 2.1.2 Sentirse mejor acerca del sitio donde se vive.

Variable 2.2 Ocio productivo

ATRIBUTOS

- 2.2.1 Manejo de tiempo libre.
- 2.2.2 Aumento de la participación en actividades culturales.
- 2.2.3 Consideración de las actividades culturales como fuente de entretenimiento.

Font: Barona, F; Cuéllar, EJ (2014): *Índices de impacto cultural. Antecedentes, metodología y resultados. Borradores de gestión cultural.*

Categoría 3.
Capital social

Variable 3.1
Autoestima

ATRIBUTOS

- 3.1.1 Valoración de sí mismo.
- 3.1.2 Carácter crítico.
- 3.1.3 Capacidad de decidir.

Variable 3.2
Confianza

ATRIBUTOS

- 3.2.1 Aumento de la confianza en sí mismo.
- 3.2.2 Comunicación con otras personas.
- 3.2.3 Construcción de visiones comunes con otras personas.

Variable 3.3
Empoderamiento

ATRIBUTOS

- 3.3.1 Utilización oportuna y pertinente de la información.
- 3.3.2 Participación en los espacios públicos sobre lo público.

Categoría 4.
Identidad

Variable 4.1
Autonomía

ATRIBUTOS

- 4.1.1 Toma de decisiones en forma independiente.
- 4.1.2 Desarrollo de autocontrol.

Variable 4.2
Cohesión

ATRIBUTOS

- 4.2.1 Promoción de estrategias que mantengan el grupo y la organización integrados entre sí y con otros grupos.
- 4.2.2 Toma de decisiones para conservar el grupo y la organización.
- 4.2.3 Construcción de sentido colectivo.
- 4.2.4 Construcción de lazos inter-generacionales.

Variable 4.3
Pertenencia

ATRIBUTOS

- 4.3.1 Conciencia del capital cultural del grupo y la región.
- 4.3.2 Capacidad de cuidar el patrimonio colectivo.
- 4.3.3 Capacidad de sentirse parte de un territorio-grupo.

**Categoría 5.
Sostenibilidad**

**Variable 5.1
Participación**

ATRIBUTOS

- 5.1.1 Toma de decisiones desde y para la comunidad.
- 5.1.2 Promoción y exigencia de los derechos propios y de otras personas.
- 5.1.3 Reflexión en lo público sobre lo público.
- 5.1.4 Promoción de estrategias incluyentes que asuman la pluralidad y la diversidad.
- 5.1.5 Capacidad argumentativa.

**Variable 5.2
Convivencia**

ATRIBUTOS

- 5.2.1 Resolución de conflictos en forma no violenta.
- 5.2.2 Respeto de las reglas mínimas comunes que median las relaciones de ciudadanos entre sí.
- 5.2.3 Respeto de las otras personas (respeto a la diferencia).
- 5.2.4 Reconocimiento y aceptación de las diferencias en personas de otros grupos culturales.

**Variable 5.3
Ambiente sano**

ATRIBUTOS

- 5.3.1 Respeto de las reglas comunes que median las relaciones de ciudadanos y ciudadanas con su entorno.
- 5.3.2 Protección del conocimiento tradicional ancestral.
- 5.3.3 Conservación de la naturaleza.
- 5.3.4 Práctica de un estilo de vida saludable.



**Per què és poc comú,
sobretot en la nostra cultura?**

ÉS NECESSARI DESENVOLUPAR UNA CULTURA DE L'ERROR





PER QUÈ MESURAR?

PER A QUÈ?

PER A QUI?



IMPACTE SOCIAL

CAPACITAT QUE TÉ EL PROJECTE PER A MILLORAR LA QUALITAT DE VIDA DE LES PERSONES

ASSUMEIX LA CULTURA COM A UNA EINA DE COHESIÓ I INCLUSIÓ SOCIAL

LA CULTURA ÉS EINA, LA MILLORA SOCIAL ÉS EL FI

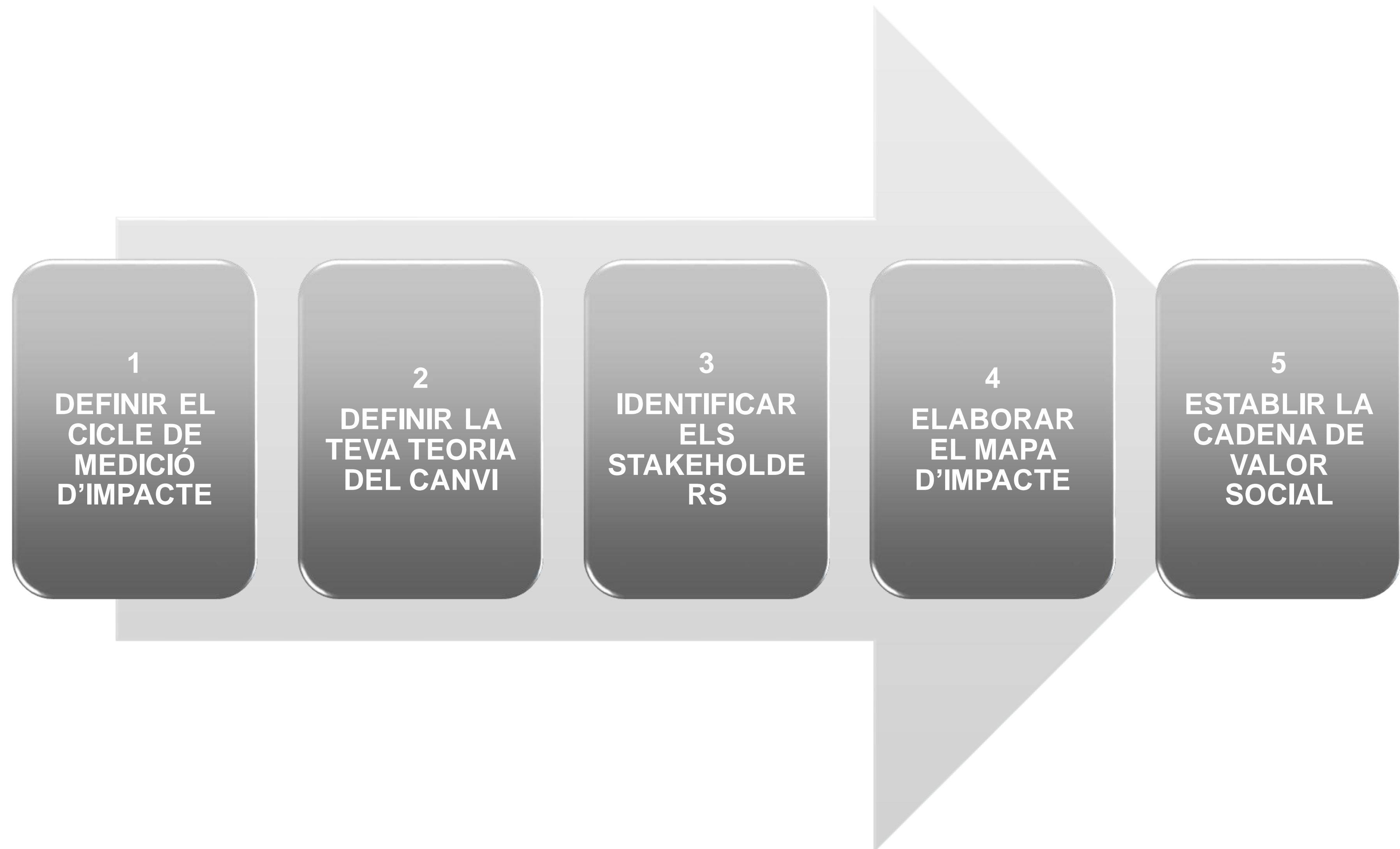
INDICADORS PROPIS



Per a definir el teu propi model de medició d'impacte social existeixen moltes metodologies. Has de triar la que et resulti més apropiada per al teu projecte.

**Una possibilitat:
TEORIA DEL CANVI + procés SROI
(sense monetitzar)
5 passes**

ACOSTAMENT A L'IMPACTE SOCIAL



PAS 1 – CICLE DE LA MEDICIÓ D'IMPACTE





MISSIÓ DE LA INICIATIVA

--

1 - PROBLEMA A RESOLDRE

--



2 . SOLUCIONS PROPOSADES

--



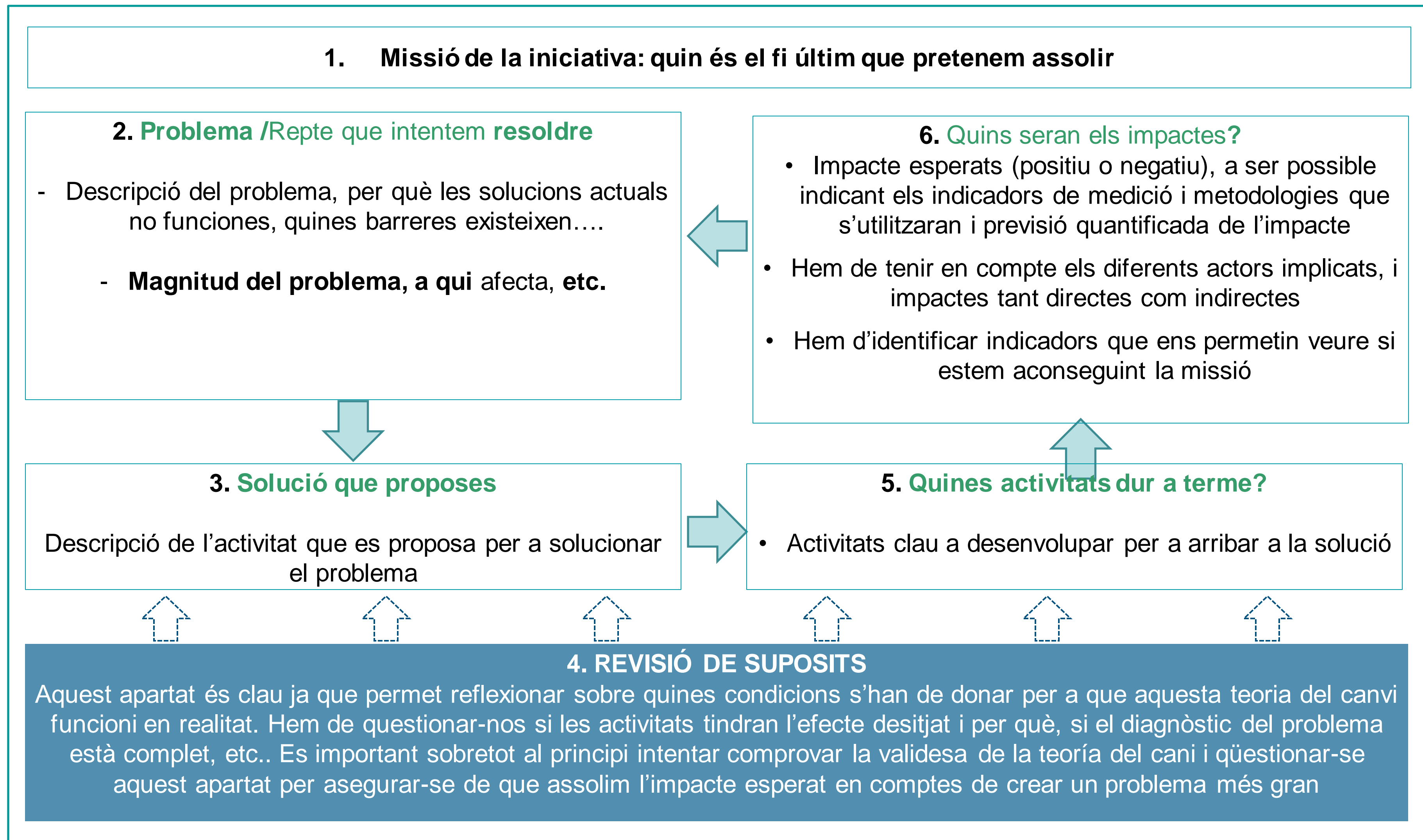
4 - IMPACTES ESPERATS

A CURT TERMINI	
A MIG TERMINI	
A LLARG TERMINI	



3 - ACTIVITATS DESENVOLUPADES

ACT 1	
ACT 2	
ACT 3	
ACT 4	





***“Cualquier parte
afectada o afectando las
actividades del
proyecto”***



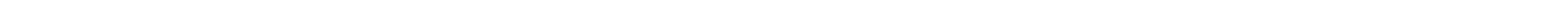
- Entendre les expectatives dels stakeholders, la seva contribució a l'impacte i/o el potencial impacte que la seva feina tindrà sobre ells
- Es treballa a 2 nivells:
 - **Identificació dels stakeholders:** mapeig, selecció, rellevància i comprensió de les seves expectatives
 - **Relació amb els stakeholders:** per anar assegurant que es van assolint els objectius d'impacte
- Recomanacions:
 - Focalitzar-se en un n^o limitat però representatiu d'stakeholders per a simplificar el procés. Estar atent a les conseqüències (resultats no esperats)
 - Els stakeholders poden contribuir a modificar substancialment la percepció de la missió social a dur a terme

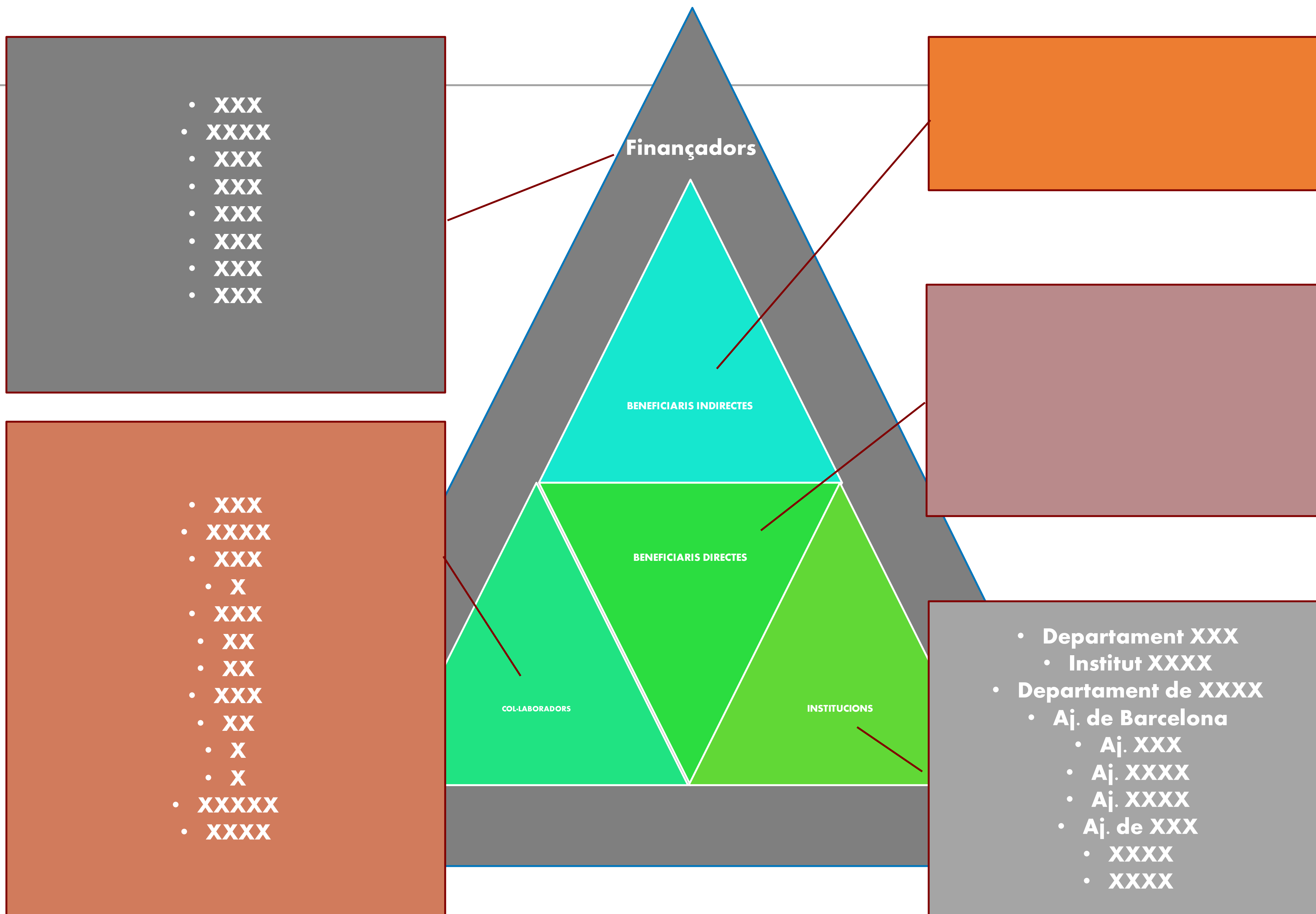


“Qualsevol part afectada a afectant a les activitats del projecte”

- ✓ Entendre les expectatives dels stakeholders
- ✓ **Identificació:**
 - Mapeig: Qui són
 - Quin paper juguen
 - Selecció
- ✓ **Relació** amb els stakeholders i entre ells









2. población beneficiaria, de alguna forma, del uso del evaluando.

incluyen:

- Beneficiarias directas o grupo diana: personas para las que fue diseñado el evaluando.
- Beneficiarias indirectas: personas cuya relación con las personas beneficiarias directas se ve mediatizada, facilitada, fomentada o positivamente influida.
- Las personas que ganan algo por el hecho de que el evaluando esté en uso, como por ejemplo, las editoriales de materiales o textos, las empresas proveedoras de servicios, etc.

3. víctimas, personas o grupos afectados negativamente por el uso del evaluando (y que pueden incluir, debido a los fallos del evaluando, a grupos supuestamente beneficiarios).

incluyen:

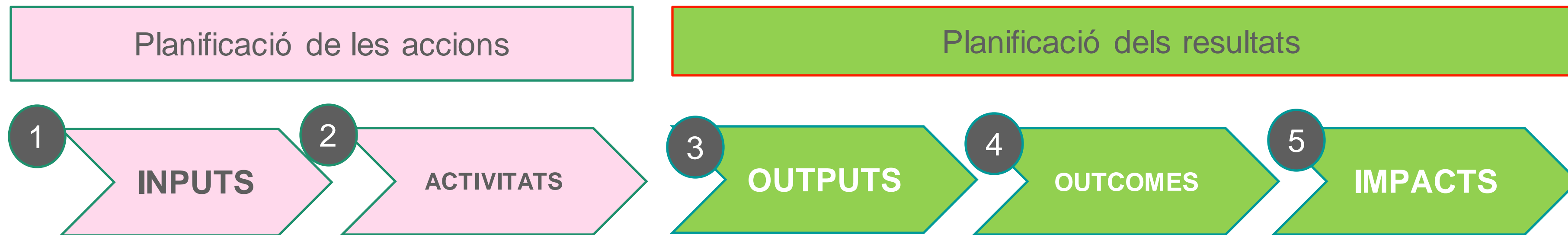
- Los grupos sistemáticamente excluidos del uso del evaluando, como por ejemplo, los jóvenes “normales” excluidos de programas para superdotados.
- Colectivos que sufren efectos colaterales negativos, como por ejemplo, estudiantes y sus familias, que son trasladados a un colegio distante de forma que alumnado con necesidades especiales ocupa sus puestos en el colegio cercano.
- Las personas que se ven en desventaja política, con pérdidas de poder, influencia o prestigio por el uso del evaluando.
- Las personas o entidades que sufren costes de oportunidad: personas que hubieran preferido dedicar ese dinero a otras cuestiones, empresas de servicios rivales...



5. Els beneficiaris de la cultura

La cerca d'un nou model de finançament dels projectes culturals d'iniciativa privada ha de partir de la consideració de **qui són els beneficiaris de les pràctiques i infraestructures culturals**. Proposem considerar tres grups de beneficiaris:

- a. **Els beneficiaris directes:** les persones que obtenen un benefici personal directa pel fet de participar en les pràctiques culturals. És el que s'anomena el valor d'ús de la cultura.
- b. **Els beneficiaris particulars indirectes:** les persones i organitzacions socials (empreses i ONL) que es beneficien de l'impacte dels béns i serveis culturals sense participar-hi directament.
- c. **La comunitat com a beneficiari genèric:** Els estudis d'impacte parlen tant dels beneficis socials (identitat i cohesió social) com econòmics (retorn de les inversions culturals). És el que s'anomena valor d'existència de la cultura.



Recursos (capital, humans) invertits en l'activitat	Accions concretes de l'organització	- RESULTATS - Productes tangibles de l'activitat	- EFECTES - Canvis que resulten de l'activitat	- IMPACTES - Resultats a mig i llarg termini
€, n° persones, etc.	Implementació del projecte	N° persones participant a les activitats, n° d'activitats realitzades, etc	Efectes immediats sobre el grup de beneficiaris	Atribució dels canvis a l'acció del projecte



		OUTPUTS (Resultats)	OUTCOMES (Conseqüències resultats)	IMPACTS (Canvis a llarg termini)
BENEFICIARI/ES DIRECTES	<ul style="list-style-type: none">• xxxx	<ul style="list-style-type: none">• Millora xxxx	<ul style="list-style-type: none">• Millora xxxx	xxxxx
BENEFICIARI/ES INDIRECTES	<ul style="list-style-type: none">• xxxx	<ul style="list-style-type: none">• Alta xxxx	<ul style="list-style-type: none">• xxxx	xxxxxa

MAPA D'IMPACTES - 1



		OUTPUTS (Resultats)	OUTCOMES (Conseqüències resultats)	IMPACTS (Canvis a llarg termini)
BENEFICIARIES DIRECTES	• xxxx	<ul style="list-style-type: none"> Nº assistents als cursos / jornades / etc Nª hores de formació Nº cursos / especialització Nº visites a empreses Nº convenis de col·laboració signats Nº concerts realitzats Km construïts de carreteres 	<ul style="list-style-type: none"> Nº entrevistes selecció Taxa inserció (contractes) Llista d'espera generada Nº contractes aconseguits amb orquestres no programades Satisfacció amb la formació rebuda Aprenentatge de la competència Notes (qualificacions) 	<ul style="list-style-type: none"> Taxa d'ocupació mantinguda a 6-9-12 mesos vista Nº contractes indefinits Nº professionals contractats un cop acabada la formació al marge del projecte Nº negocis creats al territori Volum de facturació al cap d'un any Persones que deixen d'anar a Serveis Socials respecte l'inici del projecte Compres no imprescindibles realitzades (cotxes, telèfons...) Activitats fetes amb autonomia
BENEFICIARIES INDIRECTES	• xxxx	<ul style="list-style-type: none"> Alta xxxx 	<ul style="list-style-type: none"> xxxx 	xxxxa



	INDIVIDU	ENTORN PROPER	ENTORN SOCIAL	MUNICIPI	CIUTADANIA
POLÍTIQUES				polítiques municipals	Incidència
RELACIONS	Menys... Menys... Millor...	Millora	Millora	Interès	Interès
CAPACITATS	Més Millor	Competències	Comprensió	Comprensió	
PERCEPCIONS	Millora Millora Millora Millora	Menys	Menys	Menys	Empoderament



			OBJECTIUS				OBJECTIUS
ACT 1	Benef directes	xxx	▪ xxxxx	ACT 2	Benef directes	xxx	▪ xxxxx
	Benef indirectes	xxx			Benef indirectes	xxx	
	Col·laboradors	xxx			Col·laboradors	xxx	
	Patrocinadors	xxx			Patrocinadors	xxx	
	Institucions	xxx			Institucions	xxxxx	

			OBJECTIUS				OBJECTIUS
ACT 3	Benef directes	xxx	▪ xxxxx	ACT 4	Benef directes	xxx	▪ xxx
	Benef indirectes	xx			Benef indirectes	xxx	
	Col·laboradors	xxx			Col·laboradors	xxx	
	Patrocinadors	xxx			Patrocinadors	xxx	
	Institucions	xxx			Institucions	xxx	



Un bon sistema d'indicadors ha de reunir les següents característiques:

- No excessius en número
- Clarament definits
- Específics i independents uns dels altres
- Significatius
- Valors constants en tant es recopilen en condicions idèntiques
- Sensibles als canvis en la situació del projecte
- Mesurar condicions específiques que el projecte aspira a canviar
- Reflectir els objectius del projecte
- Participats
- Costos inclosos en el disseny
- L'ús d'un indicador o altre en l'avaluació haurà de ser decidit per l'equip en funció de:
 - Allò que es vol observar
 - Dades disponibles
 - acords a la capacidad y los recursos para conseguir la información necesaria

Per tal de possibilitar l'agregació i el tractament de les dades, el sistema de seguiment ha de tenir un suport informàtic (base de dades i full de càlcul) que permeti detectar les relacions causals que han donat lloc a un determinat resultat i faciliti la seva anàlisi estadística



	Inputs	Activities	Outputs	Outcomes	Impacts
Stakeholder 1					
Stakeholder 2					
Stakeholder 3					
Stakeholder 4					



Els nostres **objectius** són clars?

Estan basats en un **diagnòstic** del problema?

Sabem quins **impactes** volem provocar (a la població objectiu / a la societat)?

Sabem el que els nostres **stakeholders** esperen de nosaltres?

Hem construït els **indicadors** que ens permetran concloure que estem avançant cap a la consecució dels nostres objectius?

Sabem a **on trobar aquests indicadors**?

MOLTES GRÀCIES!!



ISA CUSTODIO

www.indeedconsulting.net



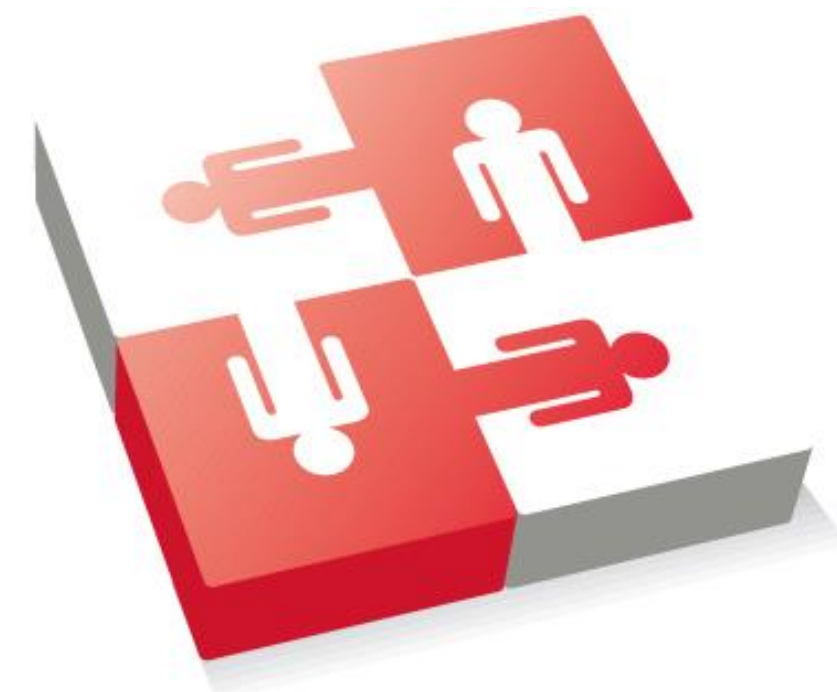
icustodio@indeedconsulting.net



www.linkedin.com/in/isacustodio/



Tel: +34 625 666 070



indeed
SOCIAL CONSULTING

PART 2 – TALLER PRÀCTIC



Què hem de fer?

Com ho hem de fer?

Com usem el que tenim?



- **Identificar el cicle d'impacte**
- **Identificar la nostra Teoria del Canvi**
- **Anàlisi de la participació: mapa d'stakeholders**
- **Elaborar el mapa d'impacte**
- **Entendre l'ecosistema**
- **PRENDRE DECISIONS**



- **Entrevistes amb tothom**
- **Sessions de treball amb els equips**
- **Dissenyar un pla de registre**
- **Dissenyar un pla de marketing per l'impacte**



- **2 possibilitats:**
 - **SENSE** mesurar l'impacte
 - **MESURANT** l'impacte



Exercici 1: TEORIA DEL CANVI

Identificació de projectes: TEORIA CANVI



MISSIÓ DE LA INICIATIVA

--

1 - PROBLEMA A RESOLDRE

--

4 - IMPACTES ESPERATS

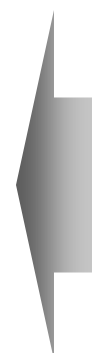
A CURT TERMINI	
A MIG TERMINI	
A LLARG TERMINI	

2 . SOLUCIONS PROPOSADES

--

3 - ACTIVITATS A DESENVOLUPAR

ACT 1	
ACT 2	
ACT 3	
ACT 4	



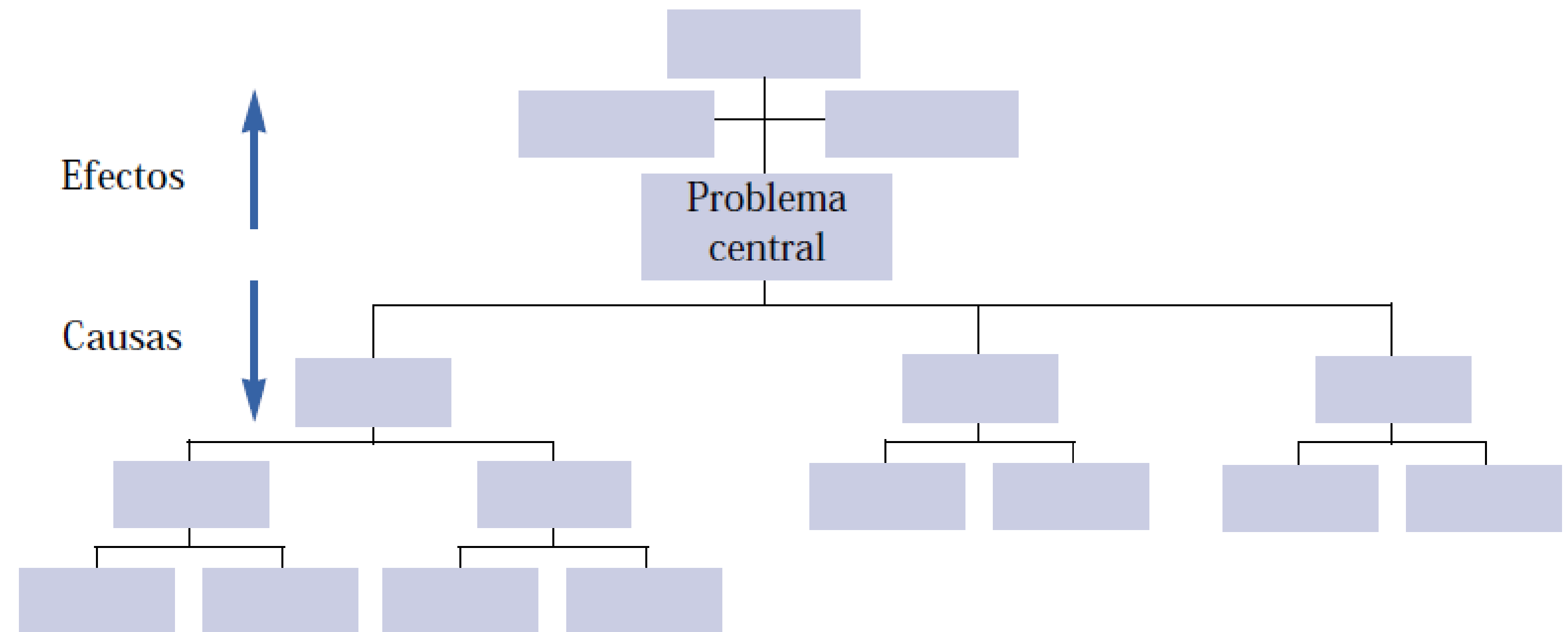


Exercici 2: Arbre problemes i arbre solucions

EXERCICICI 2: Arbre problemes / solucions



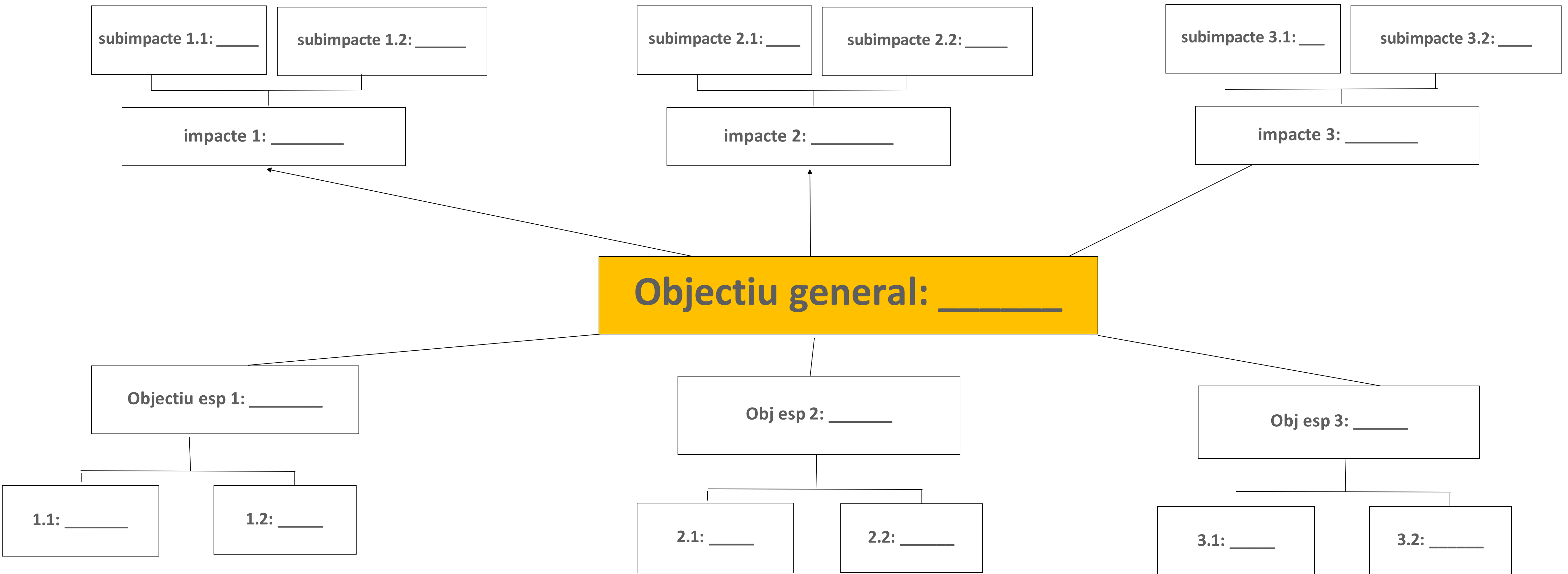
Seguint aquest esquema, plantegeu en les dues pàgines següents l'ordre jeràrquic dels problemes identificats (abaix causes, adalt conseqüències), i en la següent, les solucions proposades, que es convertiran en objectius



Arbre PROBLEMES



Arbre SOLUCIONS



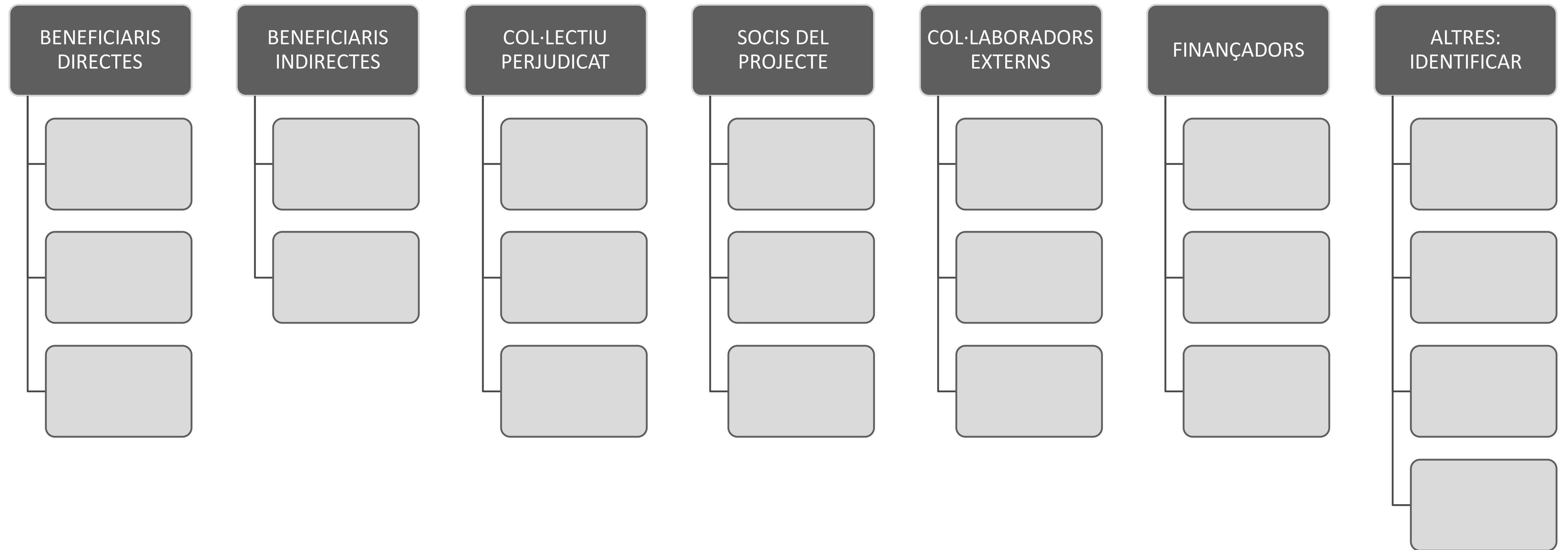
Anàlisi de la Participació: mapa Stakeholders

EXERCICI 3: Anàlisi participació



- Identifica, en un full en blanc, TOTS els actors que intervenen en el vostre projecte, sense CAP excepció
- Classifica els actors identificats en:
 - Beneficiaris directes
 - Beneficiaris indirectes
 - Col·lectiu perjudicat
 - Socis del projecte
 - Col·laboradors externs
 - Finançadors
 - Altres: identificar

EXERCICI 3: Anàlisi participació





Exercici 4: Anàlisi d'alternatives

EXERCICI 4: Anàlisi d'alternatives



Puntua de l'1 al 3 cada aspecte per a cadascuna de les alternatives, sent 1 el menor ajustament i 3 el major. Suma les puntuacions i valora si l'alternativa que ha puntuat més alt és la que escolliries com a projecte i per què

ASPECTES A VALORAR	Alternativa 1 (Causa 1 Arbre Problemes)	Alternativa 2 (Causa 2 Arbre Problemes)	Alternativa 3 (Causa 3 Arbre Problemes)
Recursos			
Temps			
Adequació a prioritats			
Riscos identificats			
Probabilitats d'assoliment dels objectius			
Vinculació entre les diferents alternatives i els col·lectius seleccionats com a beneficiaris prioritaris			
Possibilitats de viabilitat de cadascuna de les alternatives			
TOTAL			

Valoració del resultat:

XXXXX



Exercici 5: Matriu de planificació

EXERCICI 5: Matriu de planificació



LÓGICA VERTICAL (FILES)

- Objectiu general
- OE1 (Objectiu Específic 1)
- RE 1 (Resultat Específic 1)
- Activitats vinculades a objectiu 1 seguint numeració A1.1, A1.2....
- OE2 (Objectiu Específic 2)
- RE 2 (Resultat Específic 2)
- Activitats vinculades a objectiu 2 seguint numeració A2.1, A2.2....
- OE3 (Objectiu Específic 1)
- RE 3 (Resultat Específic 1)
- Activitats vinculades a objectiu 2 seguint numeració A3.1, A3.2....

LÓGICA HORIZONTAL (COLUMNES)

- Indicadors vinculats al RE1 (Resultat Específic 1) – Ind mpacte
- Indicadors Activitats A1.1, A1.2.... – Indicadors activitats
- Indicadors vinculats al RE2 (Resultat Específic 1) – Ind mpacte
- Indicadors Activitats A2.1, A2.2.... – Indicadors activitats
- Indicadors vinculats al RE3 (Resultat Específic 1) – Ind mpacte
- Indicadors Activitats A3.1, A3.2.... – Indicadors activitats

- Fonts de verificació per als indicadors



Exercici 6: Mapa d'impacte -1

Mapa d'impactes -1

Completa el mapa d'impactes amb els outputs, outcomes i impactes estratègics que evidenciïn de la manera més directa possible l'assoliment dels objectius del teu projecte



		OUTPUTS (Resultats)	OUTCOMES (Conseqüències resultats)	IMPACTS (Canvis a llarg termini)
BENEFICIARIES DIRECTES	• xxxx			
BENEFICIARIES INDIRECTES	• xxxx			



Exercici 7: Mapa d'impacte -2

Mapa d'impactes -2

Marca en gama de verds a on se situen els impactes identificats al mapa anterior i col·loca'ls en les caselles corresponents. Deixa les altres caselles en blanc



	INDIVIDU	ENTORN PROPER	ENTORN SOCIAL	MUNICIPI	CIUTADANIA
POLÍTIQUES					
RELACIONS					
CAPACITATS					
PERCEPCIONS					



Links per trobar informació de potencials col-laboradors als projectes

LINKS A WEBS



- **Exemple Empreses Privades amb RSC:**
 - ✓ [AGBAR](#)
 - ✓ [Estrella DAMM](#)
 - ✓ [Desigual](#)
- **Exemple Administració Pública:**
 - ✓ [Institut Català de les Dones](#)
 - ✓ [ICEC – Institut Empreses Culturals](#)
- **Exemple Fundacions amb línies d'ajut:**
 - ✓ [Fundació IKEA](#)
 - ✓ [Fundació Carrefour](#)

MOLTES GRÀCIES!!



ISA CUSTODIO

www.indeedconsulting.net



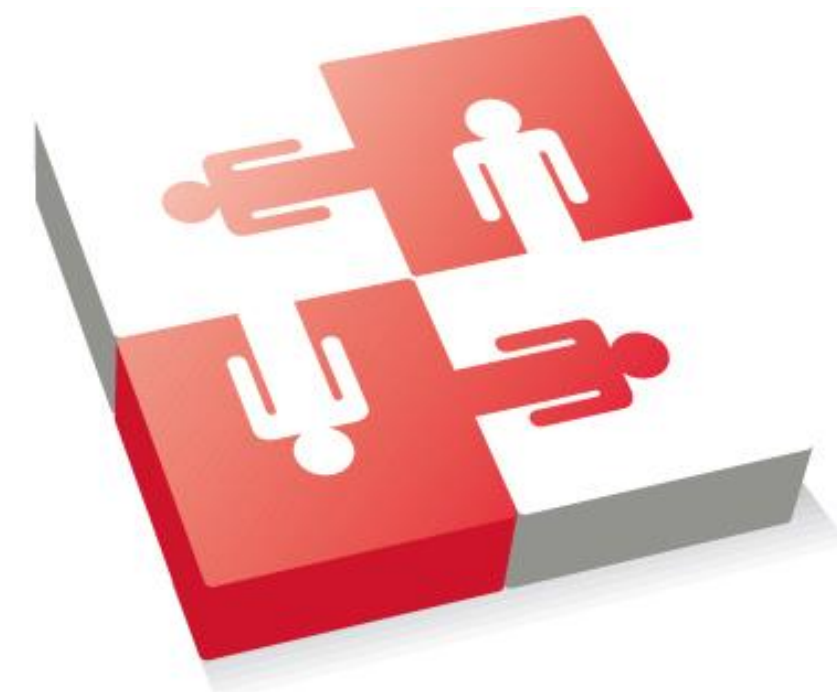
icustodio@indeedconsulting.net



www.linkedin.com/in/isacustodio/



Tel: +34 625 666 070



indeed
SOCIAL CONSULTING

