

5.1.2. ΓΙΑΤΙ Η ΜΕΤΡΗΣΗ ΕΧΕΙ ΣΗΜΑΣΙΑ: ΒΗΜΑΤΑ ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Teresa Hernández Alcalá
La Cultora

Photographs: Isabel Muñoz. ARCO art fair. www.blancaberlingaleria.com
<https://isabelmunoz.es/>. Teresa Hernández Alcalá. www.tetepinta.com

Code n. M5 Unit1 SU1.2



Περίληψη

Ξεκινώντας

Σκοπός και στόχοι
Λέξεις-κλειδιά &
όροι
Υπόβαθρο
State of the art

Ενότητα 3

ΓΙΑΤΙ μετράμε;
Η σημασία της
διαδικασίας για όλους
όσους είναι **υπεύθυνοι**
για την αλλαγή

Ενότητα 1

Νέα οικονομικά για τη βιώσιμη
ανάπτυξη, εναλλακτικά οικονομικά
μοντέλα και έννοιες.
Τα **χρώματα της οικονομίας**. Η
δημιουργική οικονομία της
πολιτιστικής κληρονομιάς και του
τουρισμού

Ενότητα 4

Αποστολή και όραμα στην
κοινωνική επιχειρηματικότητα
Η μέτρηση του αντίκτυπου
στην **επιχειρηματική ατζέντα**

Ενότητα 2

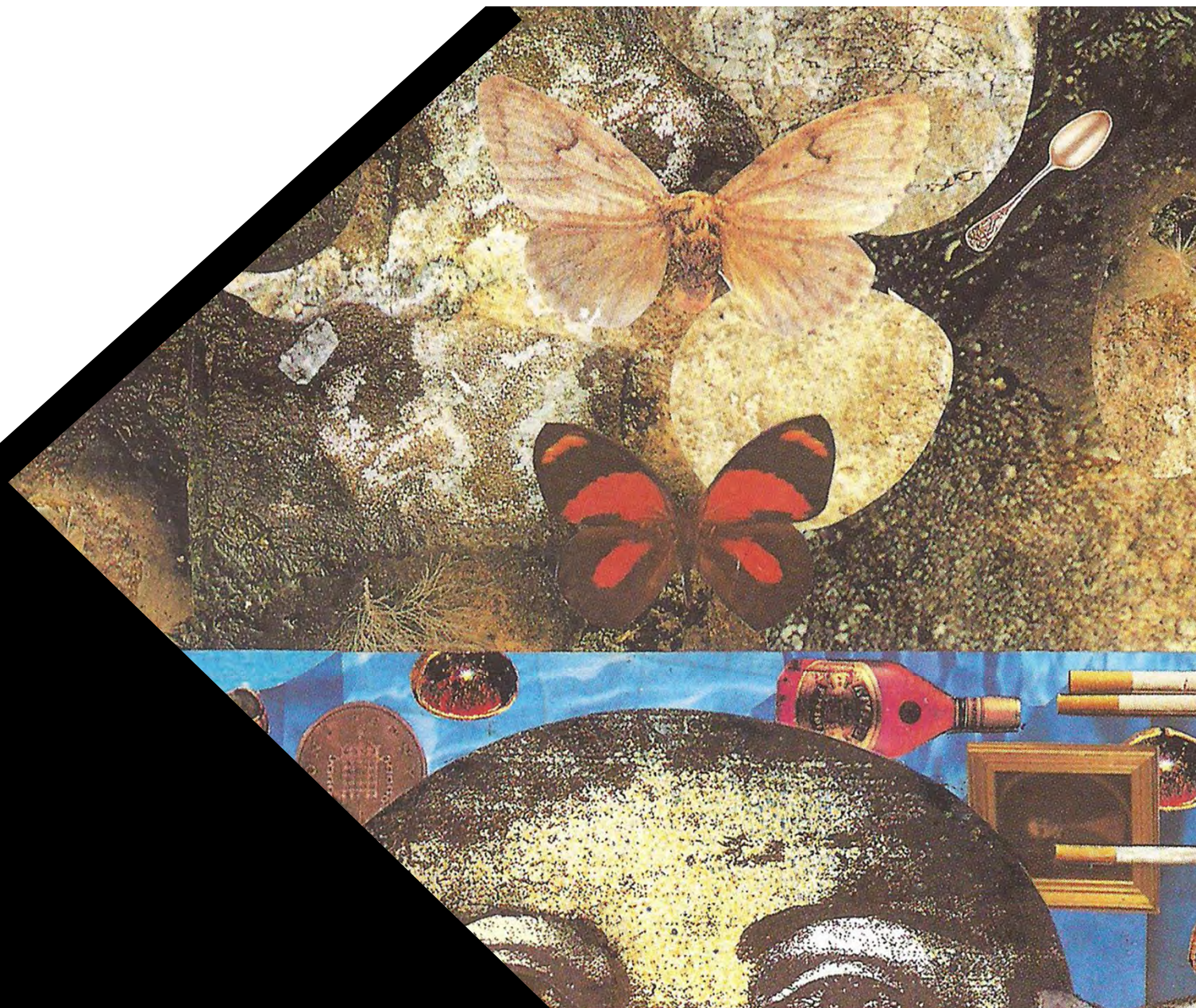
Χάρτης_Όρων μέτρησης
του κοινωνικού αντίκτυπου
Βιωσιμότητα στην
κοινωνική
επιχειρηματικότητα

Ενότητα κλεισίματος

Για να συνεχίσετε τη μελέτη
σας
Κατάλογος παραπομπών
Συγγραφέας και συντελεστές

ΕΚΚΙΝΗΣΗ

State of the art

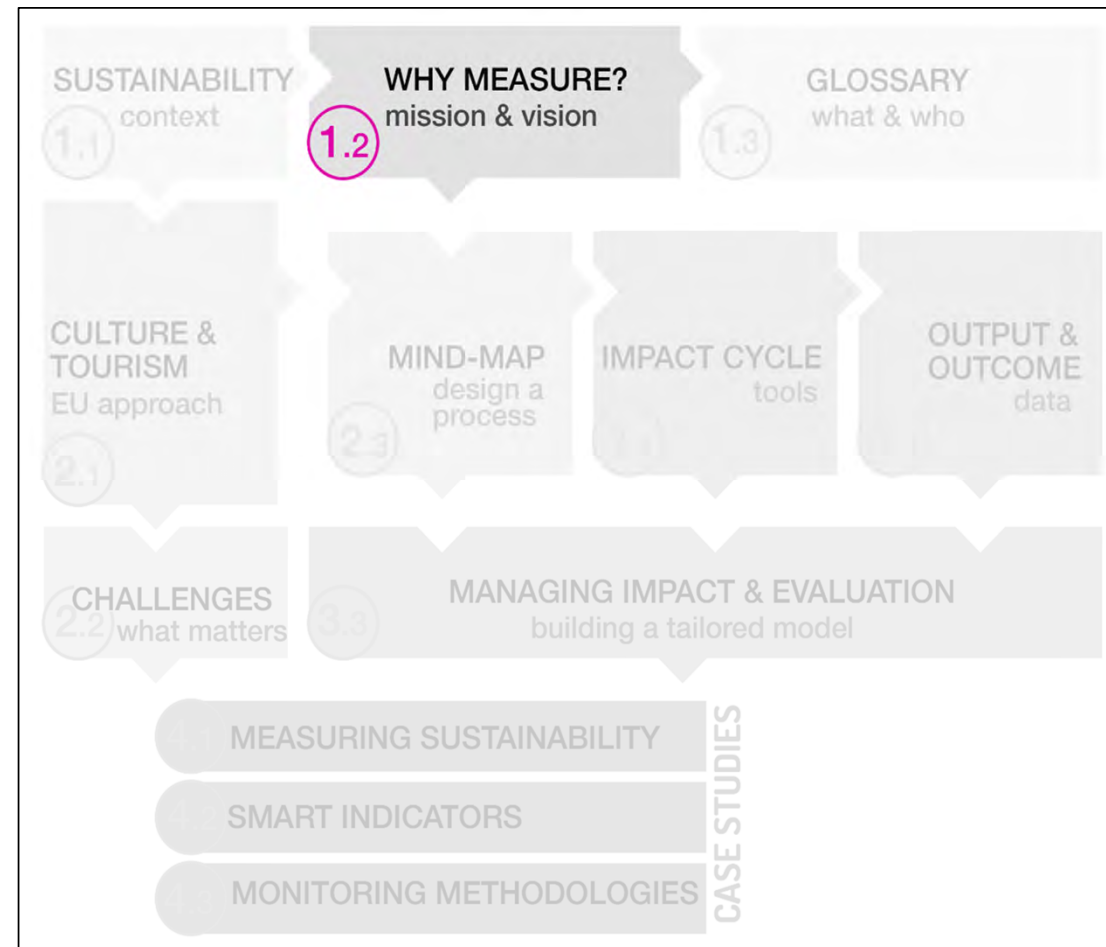


ΕΚΚΙΝΗΣΗ.

- Η μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου είναι της **μόδας και αποτελεί τάση** στη διαχείριση των επιχειρήσεων.
- Αντιμετωπίστε τον κοινωνικό αντίκτυπο με τον ίδιο τρόπο που αντιμετωπίζουμε τη χρηματοδότηση: **μετρώντας τον.**
- Μπορούν να μας βοηθήσουν να δημιουργήσουμε πιο **συστημική και βιώσιμη αλλαγή.**
- είναι απαραίτητο να μετράμε για να ελέγξουμε αν πραγματοποιείται **η αλλαγή** στην οποία στοχεύουμε.
- Η επιχειρηματική αξιοπιστία **διακυβεύεται**

Aim & objectives

- Το όραμα της **πορτοκαλί οικονομίας**. Ένα πλαίσιο βιωσιμότητας για την πολιτιστική κληρονομιά και τον τουρισμό
- Να γνωρίζει την **επισκόπηση του ΧΑΡΤΗ** για τη βιωσιμότητα της κοινωνικής επιχείρησης. Ένα μοντέλο που εφαρμόζεται στην πολιτιστική κληρονομιά.
- **Λόγοι** ή κίνητρα για τους ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς να μετρούν τον κοινωνικό αντίκτυπο των δράσεών τους.
- Αξιολογήστε την **αποστολή και το όραμα της κοινωνικής επιχείρησης** ως σημείο εκκίνησης στην αρχή ενός κύκλου μέτρησης και ως τρόπο εφαρμογής της θεωρίας της αλλαγής. Τα βήματα πέρα από την παρακολούθηση και την αξιολόγηση.



Λέξεις-κλειδιά & όροι

Αναδυόμενες οικονομίες

Πορτοκαλί οικονομία

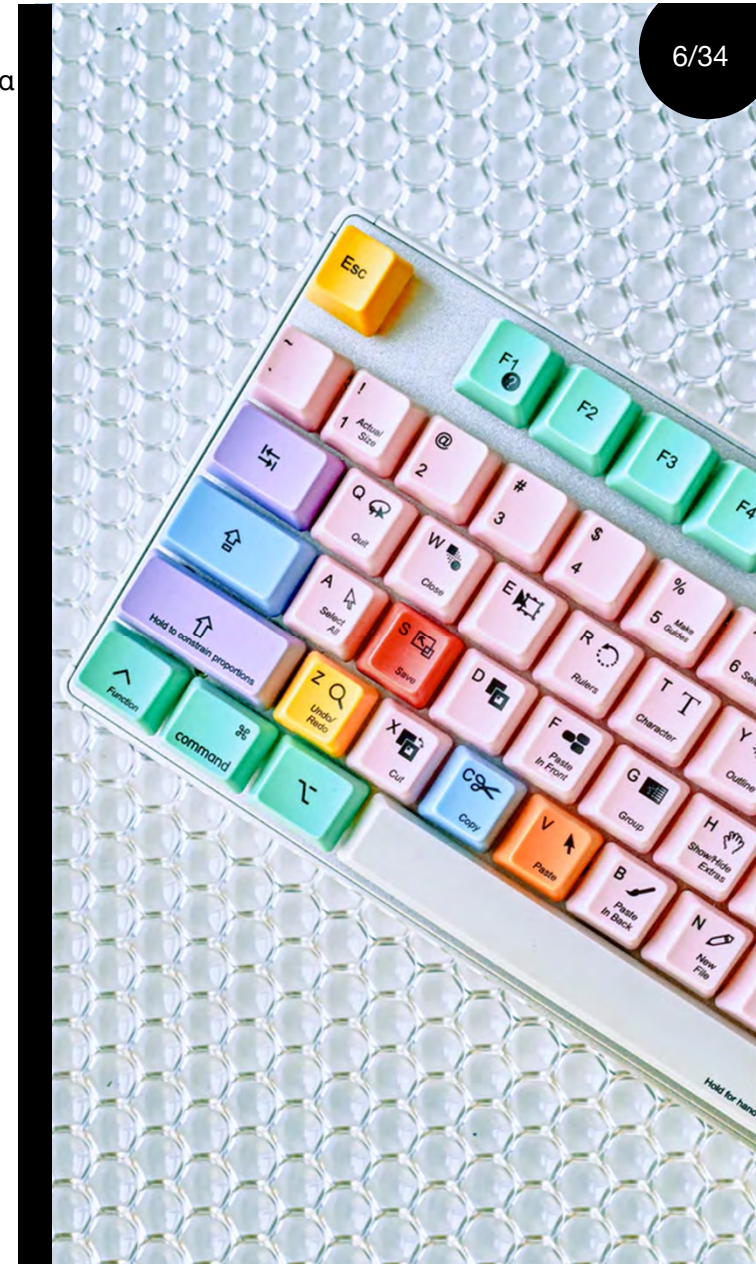
Θεωρία της αλλαγής

Πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες

Βιωσιμότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων

(SIM) Μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου

Αποστολή και όραμα



Υπόβαθρο

Η εξοικείωση με τον όρο "πορτοκαλί οικονομία", η σύγκριση με άλλες οικονομίες και οι εμπλεκόμενοι τομείς. Η σημασία του 2021 ως Διεθνές Έτος της Δημιουργικής Οικονομίας (πορτοκαλί οικονομία) για τη βιώσιμη ανάπτυξη, όπως αυτό ανακηρύχθηκε στην 74η Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών.

Θα περιγραφούν τα βασικά στοιχεία της μέτρησης των επιπτώσεων, οι οικονομικοί και κοινωνικοί λόγοι για την έναρξη μιας έγκυρης διαδικασίας προσαρμοσμένης στην αποστολή και το όραμα της επιχείρησης.

Γιατί μέτρηση; Επιτυγχάνονται οι στόχοι που δικαιολογούν τη μέτρηση του αντίκτυπου;

Θα κατανοήσουμε, από μια περιγραφική εικόνα, τις κατευθυντήριες γραμμές της βιώσιμης κοινωνικής επιχειρηματικότητας με μια πιο κατάλληλη γλώσσα και σημαντική παρουσία σε όλη την ενότητα.

Τέλος, ο προβληματισμός σχετικά με τη μέτρηση του αντίκτυπου και την ένταξή της στην επιχειρηματική ατζέντα.





Τι θα μάθετε. Μαθησιακά αποτελέσματα.

Στο τέλος αυτής της παρουσίασης (ή της ενότητας), θα είστε σε θέση να:

- Μαθησιακό αποτέλεσμα 1: Σαφής προοπτική για τις διάφορες οικονομίες, την **πορτοκαλί ή τη δημιουργική οικονομία** ως κινητήρια δύναμη της βιώσιμης οικονομίας
- Μαθησιακό αποτέλεσμα 2: Αναγνώριση της διαδικασίας, των μεθοδολογιών και των υπεύθυνων παραγόντων που εμπλέκονται στον κύκλο της **βιώσιμης επιχειρηματικότητας**
- Μαθησιακό αποτέλεσμα 3: Εμβάθυνση στους **παράγοντες** που δικαιολογούν τη μέτρηση του αντίκτυπου. **Γιατί μέτρηση;**
- Μαθησιακό αποτέλεσμα 4: Κατανόηση της αποστολής και του **οράματος ως στόχων** που πρέπει να επιτευχθούν από τα ιδρύματα σε κάθε οικονομικό τομέα και, συνεπώς, αιτιολόγηση μιας μεθοδολογίας μέτρησης σύμφωνα με τους στόχους και με έναν ευρύτερο σκοπό: τη δημιουργία επιχειρηματικής αξίας για τους δικαιούχους φορείς.

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Τα χρώματα της οικονομίας



ΤΑ ΧΡΩΜΑΤΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

βιώσιμη ανάπτυξη και κίνητρα για επενδύσεις



Τα Ηνωμένα Έθνη ανακηρύσσουν το 2021 ως "Διεθνές Έτος της δημιουργικής οικονομίας ("πορτοκαλί οικονομία") για τη βιώσιμη ανάπτυξη".

"Μια οικονομία που συγκεντρώνει πολιτιστικά αγαθά και υπηρεσίες βασισμένες σε τρεις διαφορετικούς τομείς: τέχνες και πολιτιστική κληρονομιά, πολιτιστικές βιομηχανίες και νέες τεχνολογίες- και η οποία έχει μια αλυσίδα παραγωγής τόσο μεγάλη όσο και πολύπλοκη, αν και μπορεί να μη φαίνεται έτσι, αφού περιλαμβάνει δημιουργούς περιεχομένου, παραγωγούς, συνεργάτες και διανομείς (καθώς, φυσικά, και τον τελικό καταναλωτή), παρέχοντας έτσι απασχόληση και ευκαιρίες σε κοινωνικούς φορείς."

Μια βόλτα στις νέες οικονομίες|2030



Αν θέλουμε να επιτύχουμε τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης και τους στόχους της Συμφωνίας του Παρισιού για την Κλιματική Αλλαγή, πρέπει να μετασχηματίσουμε το σημερινό οικονομικό μοντέλο μέσω μιας Νέας Οικονομίας.

Μια νέα οικονομία που περιλαμβάνει νέα μοντέλα όπως η κυκλική οικονομία, η κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία, η οικονομία του κοινού καλού, η συνεργατική οικονομία και η ηθική χρηματοδότηση και οι οικονομίες των χρωμάτων, μεταξύ άλλων. Ο συνδετικός κρίκος όλων αυτών είναι η κοινωνική καινοτομία. Όλες αυτές συνιστούν μια συνεκτική και καινοτόμο πρόταση για μια νέα οικονομία στην υπηρεσία των ανθρώπων και του πλανήτη και προσαρμοσμένη στην πραγματικότητα του 21ου αιώνα.

Ο κύριος σκοπός όλων των παραπάνω είναι να εμπλέκουν ανθρώπους που παράγουν ιδέες για τη βελτίωση της ζωής των ανθρώπων, της κοινωνίας και της υγείας του πλανήτη. Ως εκ τούτου, η κοινωνική καινοτομία, ο κοινωνικός αντίκτυπος και η μέτρησή του έχουν γίνει μοχλός για τη διαχείριση της αλλαγής και τη μείωση των ανισοτήτων.

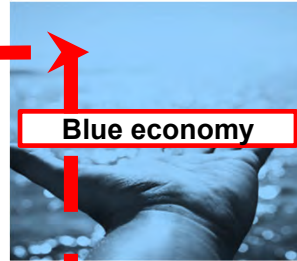
Μια βόλτα στις νέες οικονομίες|2030 Στόχοι



Circular economy



Green economy



Blue economy



cities in transition



The common good



Present economy



ecofeminism



B&B companies



collaborative economy



social and solidarity economy



pro-common economy



The ethical bank



Citizen economy



Yellow economy



violet economy



impact investors economy



social enterprises

Μια βόλτα στις νέες οικονομίες|2030 Στόχοι

αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων και ενίσχυση της καινοτομίας και της ανακύκλωσης. **Μειώνει** την εξόρυξη φυσικών πόρων καθώς και την **απώλεια υλικών** και αποβλήτων κατά τη διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης.



Green economy



Blue economy

ωκεάνιοι πόροι και αναπτυσσόμενες χώρες, **ενίσχυση της καινοτομίας και της ανακύκλωσης**, **λιγότερες απώλειες υλικών** και αποβλήτων που παράγονται κατά την παραγωγή και την κατανάλωση.



Στηρίζεται περισσότερο στο ανθρώπινο κεφάλαιο και τις ICTs, μπορεί να στηρίξει την επιχειρηματικότητα των νέων και τη **δημιουργία θέσεων εργασίας**. Η πορτοκαλί οικονομία περιλαμβάνει το εμπόριο, την εργασία και την παραγωγή CCIs: **πολιτιστική κληρονομιά και τουρισμός**, διαφήμιση, σχεδιασμός, κινηματογράφος, παραστατικές τέχνες, μουσική κ.λπ.

προσοχή είναι η δημιουργία εσόδων από την προσοχή των καταναλωτών σε πλατφόρμες όπως η Google, το Facebook, το Instagram, το Snapchat, το Twitter, το TikTok και άλλες, μέσω της **συλλογής τεράστιου όγκου πληροφοριών** για τους καταναλωτές.



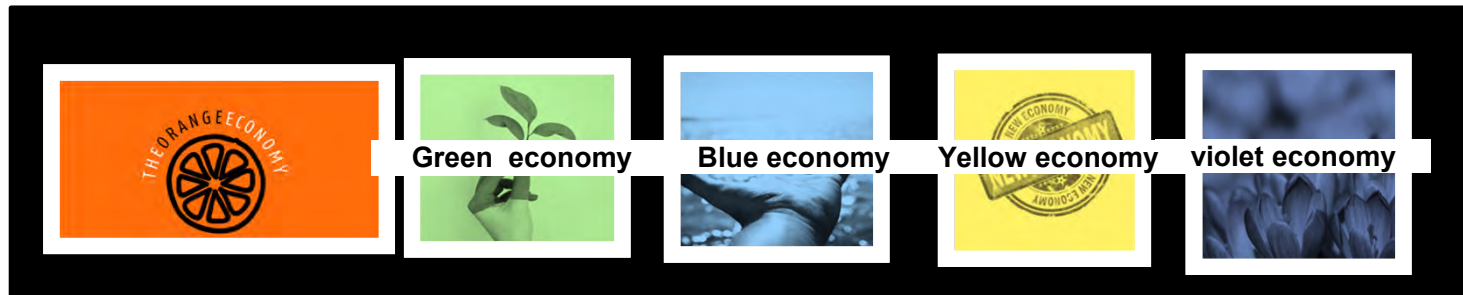
Yellow economy



violet economy

αξιοπρεπείς θέσεις εργασίας και αντιμετώπιση των ανισοτήτων μεταξύ των φύλων. περισσότερες επενδύσεις στην εκπαίδευση και την υγειονομική περίθαλψη **για τα παιδιά, τους ηλικιωμένους και τα άτομα με ειδικές ανάγκες**

Η ΠΟΡΤΟΚΑΛΛΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ| Δημιουργική οικονομία



Είναι η οικονομία ένας κόσμος με χρώμα; Προφανώς όχι. Αν και ορισμένοι θεωρητικοί συνδυάζουν την οικονομία με ένα συγκεκριμένο χρώμα, για να της δώσουν ένα σημάδι ταυτότητας, για να οριοθετήσουν μια συγκεκριμένη οικονομική δραστηριότητα, για να ορίσουν έναν εξειδικευμένο κλάδο της οικονομίας. Στην περίπτωσή μας, κάναμε μια σύντομη περιήγηση σε όλα αυτά για να επικεντρωθούμε τελικά στην πορτοκαλί, δημιουργική οικονομία, ως κινητήρια δύναμη της βιώσιμης οικονομίας.

Ο John Howkins, ειδικός στο θέμα των "δημιουργικών βιομηχανιών", ορίζει την πορτοκαλί οικονομία

"που περιλαμβάνει τομείς στους οποίους η αξία των αγαθών και των υπηρεσιών βασίζεται στην πνευματική ιδιοκτησία. Τομείς που κυμαίνονται από την αρχιτεκτονική, την πολιτιστική κληρονομιά, τις οπτικές και παραστατικές τέχνες, τον κινηματογράφο, τη μουσική, το σχεδιασμό, τις εκδόσεις, τη χειροτεχνία και τη μόδα".

Η ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ| αξία της δημιουργικότητας

ΑΡΙΘΜΟΙ

συμβολή στην οικονομία

6,1% του παγκόσμιου ΑΕΠ **2% και 7%** του ΑΕΠ των εθνικών οικονομιών.

Η παγκόσμια οικονομία παράγει ΑΕΠ ύψους **4.300 δισεκατομμυρίων** δολαρίων και οι εξαγωγές δημιουργικών και πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών φθάνουν τα **646 δισεκατομμύρια** δολάρια, το **82%** των οποίων ανήκει στις ανεπτυγμένες χώρες.

ΑΞΙΕΣ

Η στρατηγική σημασία της δημιουργικής οικονομίας στηρίζεται σε τέσσερις θεμελιώδεις αξίες:

- Οικονομική αξία
- Αξία της καινοτομίας
- Κοινωνική αξία
- Βιώσιμη αξία

<https://empresason.com/art/833/economias-verde-azul-naranja>



Η πορτοκαλί οικονομία θεωρείται ως η **ατμομηχανή** της οικονομίας των χωρών που έχουν την ικανότητα να μετατρέπουν μια **δημιουργική ιδέα σε επιχείρηση**. Αυτή η ομάδα δραστηριοτήτων αρχίζει να αναπτύσσεται και να εδραιώνεται ως μια νέα μορφή επιχειρηματικότητας και επιχειρηματικής δραστηριότητας.

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

Γενικός χάρτης



<https://themuseumofthefuture.com/author/jaspervisser/>

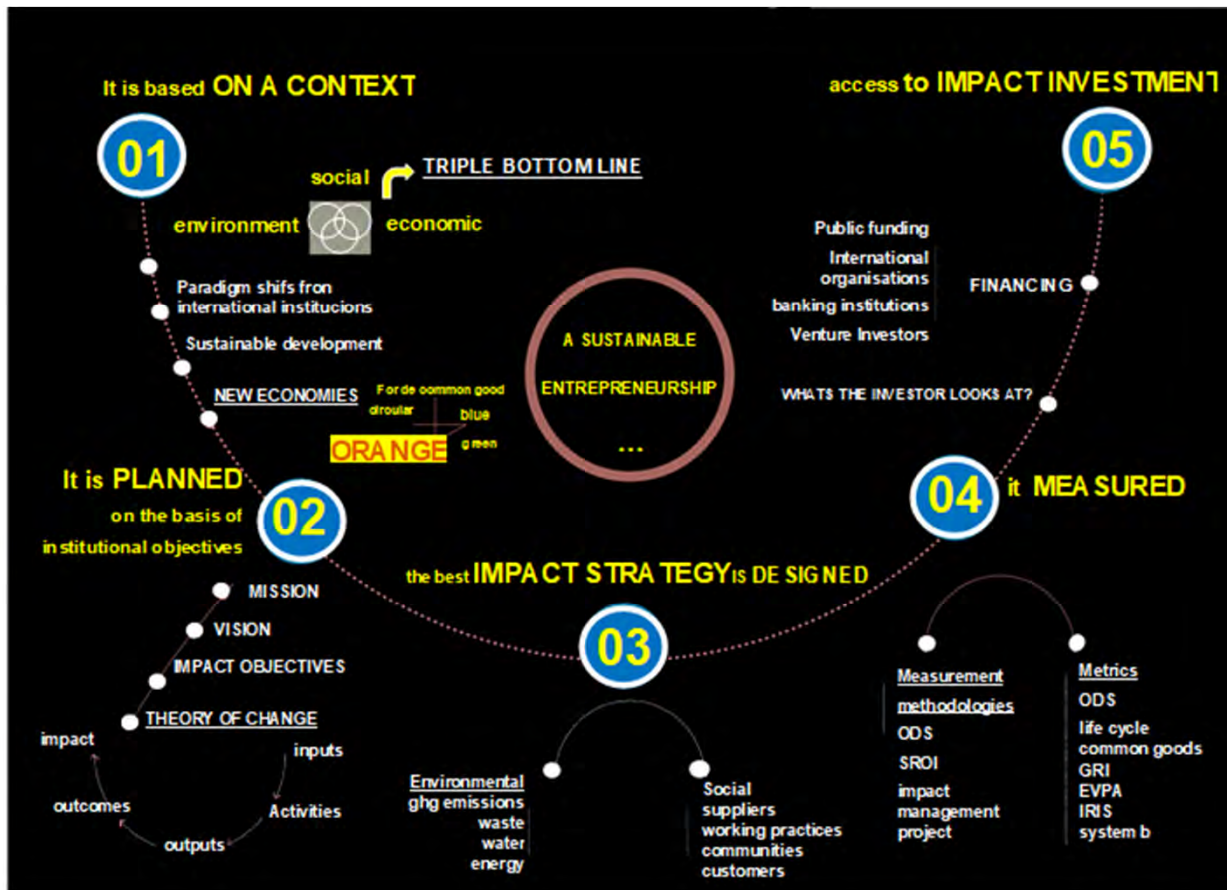
Γενικός ΧΑΡΤΗΣ_ μέτρο πέραν της παρακολούθησης και αξιολόγησης

ΓΕΝΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ_

Μετράμε τον αντίκτυπο επειδή μας ενθαρρύνει να παραμείνουμε πιστοί στο ποιοι είμαστε και γιατί κάνουμε αυτό που κάνουμε, έτσι ώστε το ταξίδι του αντίκτυπου να αντικατοπτρίζει τα χαρακτηριστικά της ταυτότητάς μας και την κοινωνική αξία των δράσεων. Το γιατί κάνουμε τη διαδικασία καθορίζει τη φύση του ταξιδιού μας και, τελικά, την ποιότητα του προορισμού μας



Γενικός ΧΑΡΤΗΣ_ Όροι που εφαρμόζονται σε μια βιώσιμη πολιτιστική επιχείρηση



Λογική διαδικασία

Μια **βιώσιμη κοινωνική** επιχείρηση θα πρέπει να εξετάζει :

- Με βάση το επιχειρηματικό πλαίσιο και τις νέες οικονομίες.
- Ο σχεδιασμός θα πρέπει να βασίζεται σε θεσμικούς στόχους για την έναρξη μιας διαδικασίας θεωρίας της αλλαγής.
- Το σχεδιασμό της καλύτερης στρατηγικής αντίκτυπου, περιβαλλοντικού ή κοινωνικού
- Τη μέτρηση αυτού του αντίκτυπου με μεθοδολογίες και μετρήσεις που εφαρμόζονται στους στόχους.
- Την πρόσβαση σε χώρο χρηματοδότησης από διάφορους διεθνείς οργανισμούς.

Γενικός ΧΑΡΤΗΣ_Όροι μέτρησης του κοινωνικού αντίκτυπου



<https://open.lib.umn.edu/principlesmanagement/chapter/4-3-the-roles-of-mission-vision-and-values>

<https://www.futurelearn.com/info/courses/social-innovation/0/steps/87013>

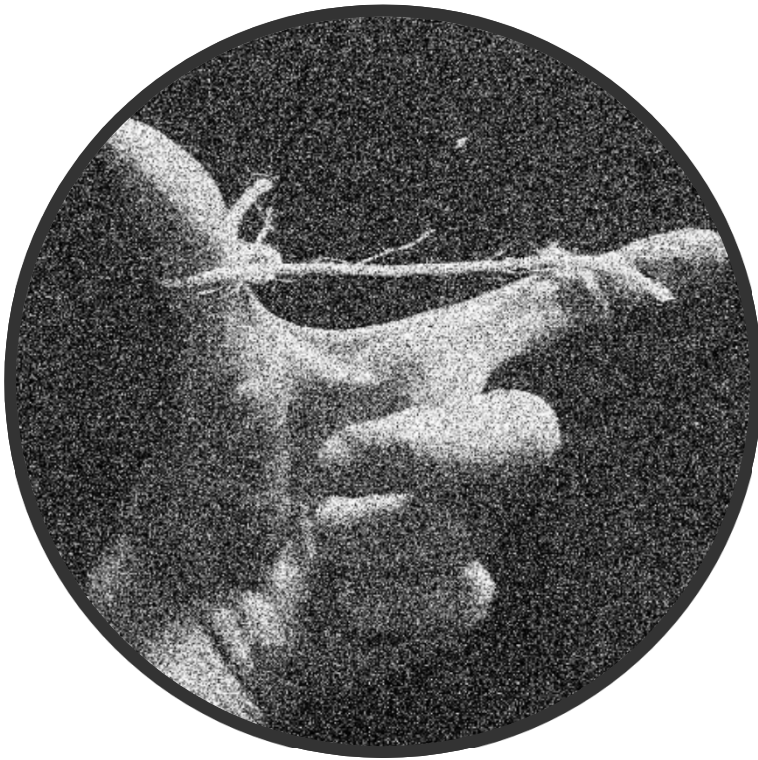
/

ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Γιατί μέτρηση;

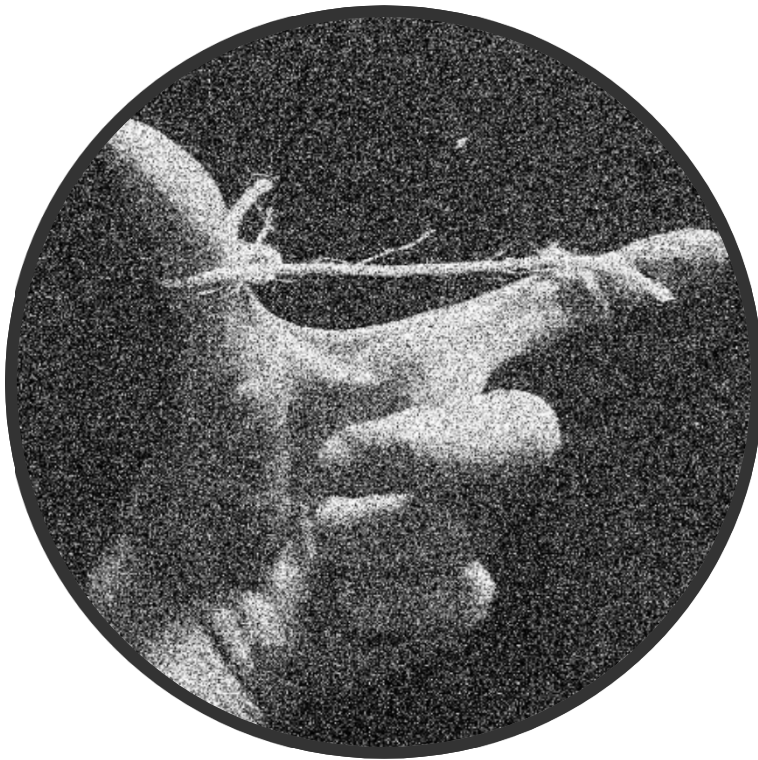


ΓΙΑΤΙ μετράμε;



Η μέτρηση είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για την επανεξέταση των στρατηγικών και την ενσωμάτωση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν, πιο τεκμηριωμένων και έγκυρων πρακτικών, καθώς και για την επικέντρωση του ενδιαφέροντος των επενδυτών με αντίκτυπο σε πιο κοινωνικά κερδοφόρες δράσεις.

ΓΙΑΤΙ μετράμε;

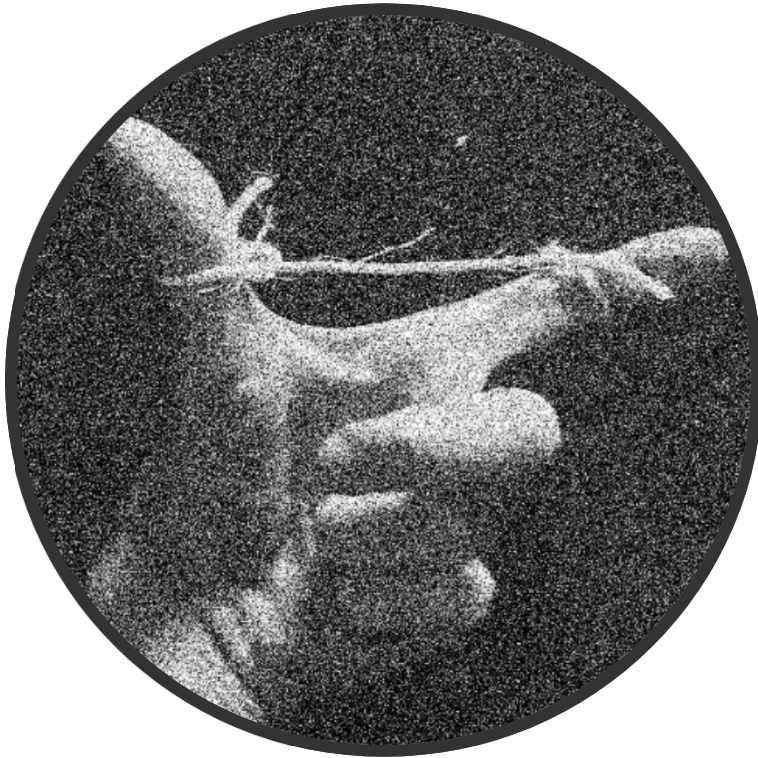


Εισαγωγή στο θέμα

Οι οργανισμοί, κυρίως του **τρίτου και τέταρτου τομέα**, που επιδιώκουν κοινωνικό σκοπό αντιμετωπίζουν αυξημένη πίεση όχι μόνο για να δημιουργήσουν θετική αλλαγή στον κόσμο, αλλά και για να την αποδείξουν. Και ο μόνος τρόπος για να αποδείξετε πραγματικά το μέγεθος του κοινωνικού καλού που δημιουργείτε είναι να το μετρήσετε- αλλά γιατί είναι τόσο σημαντικό;

Έξι λόγοι για τους οποίους η μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου (SIM) έχει μεγάλη σημασία

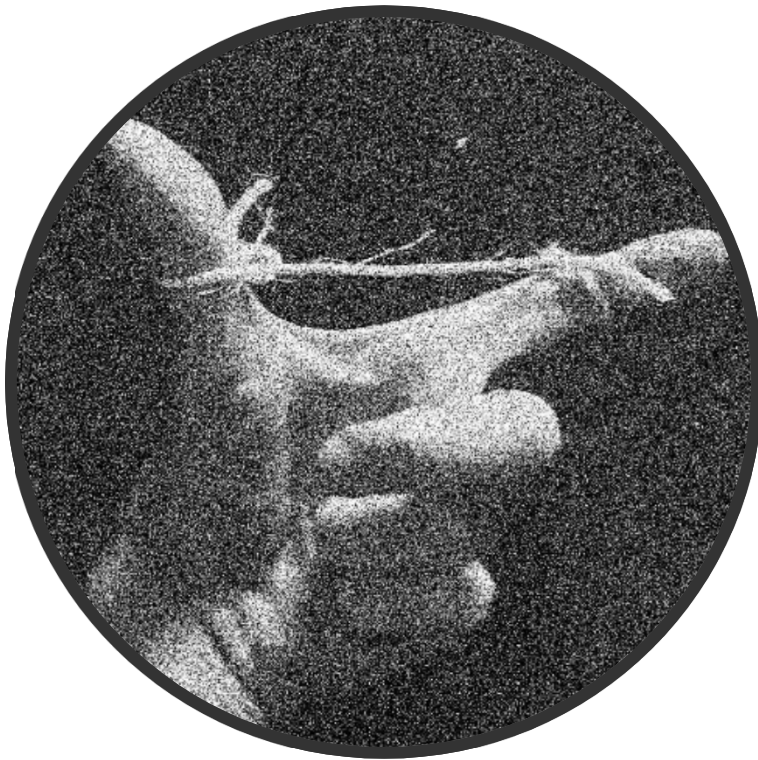
ΓΙΑΤΙ μετράμε;



Έξι λόγοι

- 1- να επιτύχετε την αποστολή σας
- 2- να προσελκύσετε πρόσθετη χρηματοδότηση
- 3- να επικοινωνήσετε αποτελεσματικά τον αντίκτυπο του έργου σας
- 4- να χρησιμοποιείτε τον αντίκτυπο για τη βελτίωση του προγράμματος
- 5- να αποδείξετε την αξία των χρημάτων σας
- 6- η διαχείριση και η μέτρηση του κοινωνικού αντίκτυπου να εντάσσεται στην επιχειρηματική ατζέντα

Η μέτρηση του αντίκτυπου εντάσσεται στην επιχειρηματική ατζέντα

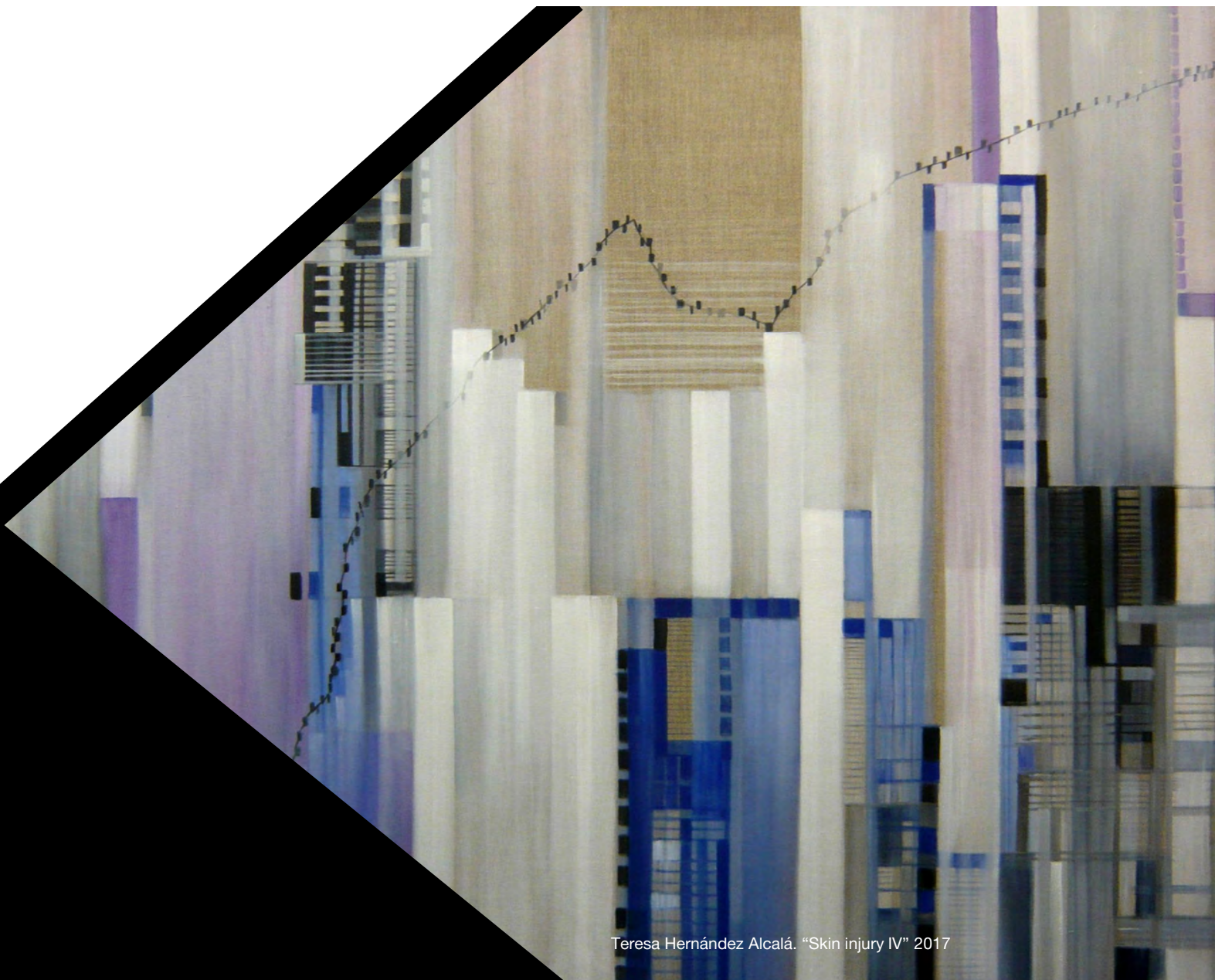


Επιχειρηματική άποψη

Το επιχειρηματικό περιβάλλον αναζητά εδώ και αρκετό καιρό στοιχεία που επιτρέπουν τη λογοδοσία για τις κοινωνικές επιδόσεις του, όχι μόνο εσωτερικά, ως τρόπο καλύτερης διαχείρισης των στρατηγικών αποφάσεων, αλλά και εξωτερικά (μη χρηματοοικονομική πληροφόρηση), ως τρόπο αποτίμησης της συμβολής του στην κοινωνία.

ΕΝΟΤΗΤΑ 4

Αποστολή & Όραμα



Teresa Hernández Alcalá. "Skin injury IV" 2017



Ο αντίκτυπος είναι αυτό που έχει σημασία: ποιοι είναι οι στρατηγικοί στόχοι που ευθυγραμμίζονται με τον σκοπό σας;

ποια είναι τα μετρήσιμα αποτελέσματα της επίτευξης του **οράματος** και ποια είναι τα αποτελέσματα της επίτευξης της **αποστολής**;

<https://www.ruth-ng.co.uk/writing-company-mission-and-vision-statements/>

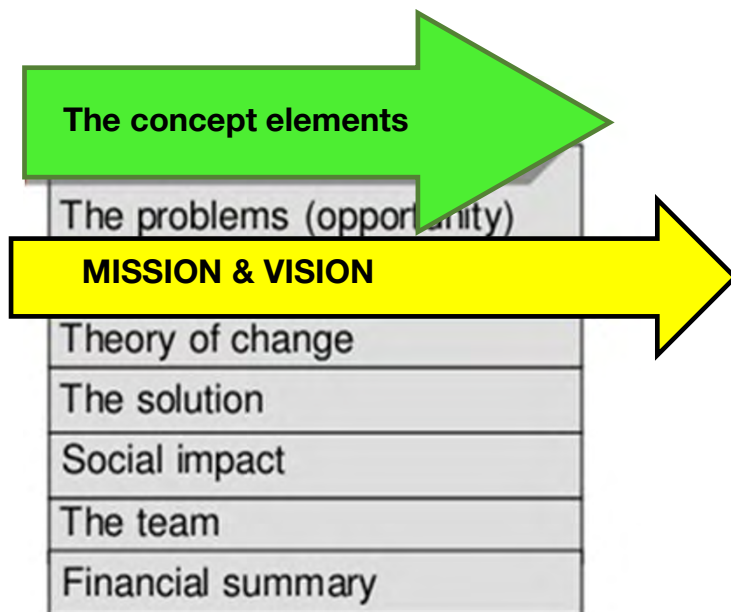
Αποστολή και όραμα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα



CREATING YOUR VISION, MISSION & VALUES

"Μια σαφής και εστιασμένη δήλωση αποστολής θα καθοδηγήσει όλες τις σημαντικές αποφάσεις που λαμβάνονται για την υποστήριξη ενός οργανισμού ή μιας πρωτοβουλίας βελτίωσης, ιδίως τις αποφάσεις σχετικά με το ποια νέα προγράμματα και έργα θα αναληφθούν, ποια θα αποφευχθούν και ποια θα εγκαταλειφθούν. Πρώτον, κατανοήστε και ενστερνιστείτε τον λόγο ή το γιατί του έργου. Στη συνέχεια, καθορίστε την αποστολή: τι θα κάνει το έργο και πώς θα γίνει το έργο. Τέλος, καθορίστε το όραμα, δηλαδή πως θα είναι τα πράγματα στο μέλλον".

Αποστολή και όραμα στην κοινωνική επιχειρηματικότητα



ΟΡΑΜΑ

Ποιο είναι το μέλλον του οργανισμού σας;

Η διαμόρφωση ενός οράματος σας δίνει μια εικόνα του μέλλοντος που επιδιώκετε να δημιουργήσετε.

Ένα όραμα οδηγεί εσάς, την ομάδα σας και την επιχείρησή σας προς την ίδια κατεύθυνση

Αν δεν έχετε όραμα, δεν πρέπει να έχετε σχέδιο

ΑΠΟΣΤΟΛΗ

Τι αντίκτυπο θα θέλατε να επιτύχετε και να είστε υπεύθυνοι γι' αυτό;

Η αποστολή θα σας δώσει το νόημα και τον σκοπό ή τον λόγο για τον οποίο υπάρχει η κοινωνική σας επιχείρηση.

Κατοχυρώστε έναν καλό ΕΞΥΠΝΟ στόχο, συγκεκριμένο: μετρήσιμο, εφικτό, εστιασμένο στα αποτελέσματα, έγκαιρο

Το σημαντικό είναι να περιγράψετε τι θέλετε να κάνετε τα επόμενα 1 ή 2 χρόνια, με έμφαση στο εγχείρημα και τις ομάδες δικαιούχων

Προβληματισμοί: ιδέες και κοινές ιδέες-κλειδιά

Πρόκειται για την επιλογή της καλύτερης στρατηγικής και μεθοδολογίας μέτρησης που ταιριάζει καλύτερα στην επιχείρησή σας.

Δημιουργία επιχειρηματικής αξίας
Νέα επιχειρηματική νοοτροπία και ευαισθητοποίηση

Ένας κύκλος μέτρησης από τους στόχους

Εκπλήρωση Αποστολή και όραμα, εγγύηση εξωτερικής επένδυσης

Έχει ένα γιατί και λόγους γι' αυτό:

αλυσιδωτές κατευθυντήριες γραμμές που καθορίζονται από την αποστολή και το όραμα και τη θεωρία της αλλαγής

υποβολή εκθέσεων στους επενδυτές και τα ενδιαφερόμενα μέρη

μετάβαση από την τάση στη δράση για την ατζέντα των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης

Αντιμετωπίζει μια πρόκληση τεχνικών δεξιοτήτων και εργαλείων:

Έλλειψη κατάρτισης και τεχνικών γνώσεων στις μεθοδολογίες μέτρησης.

Βελτίωση της χρήσης και της ποιότητας των δεδομένων

Ενίσχυση των ικανοτήτων των εργαζομένων

Συμβουλές

Η μέτρηση των κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων ευθυγραμμίζεται με τους στόχους της βιώσιμης ανάπτυξης

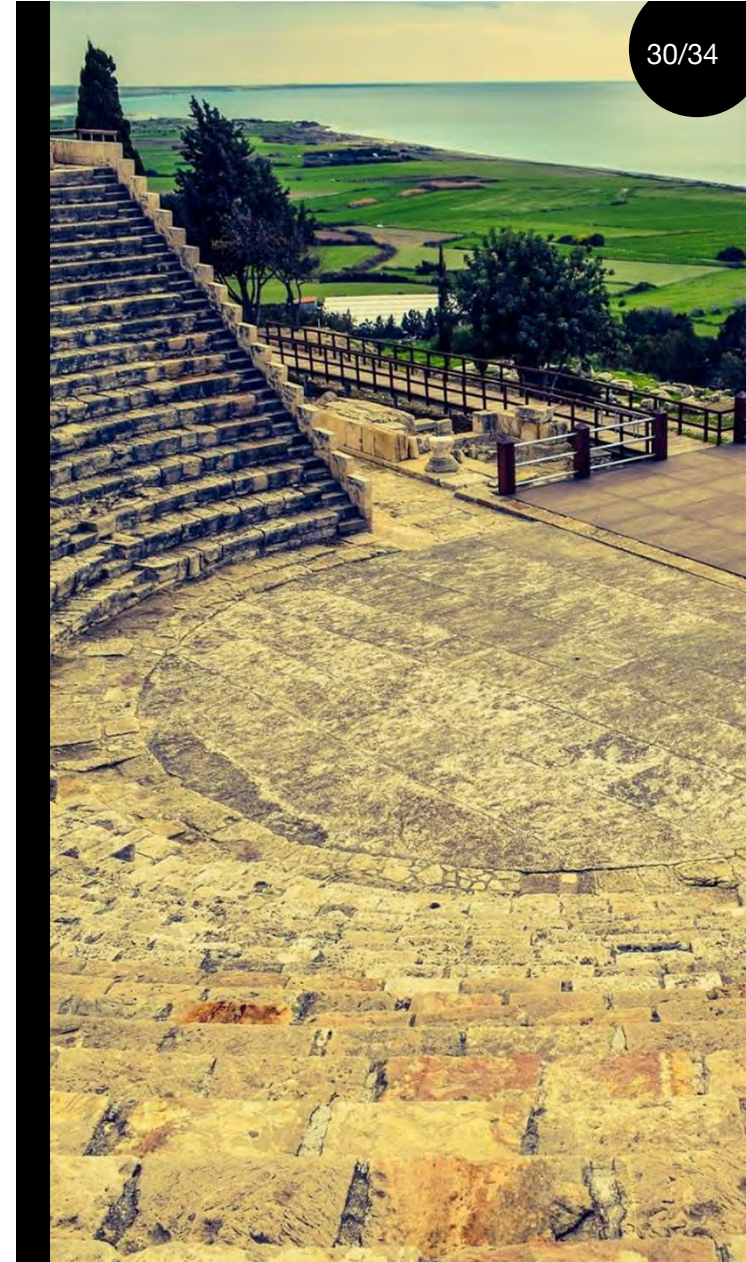
+ Έχει μπει η μέτρηση των επιπτώσεων στην ατζέντα της διαχείρισης της πολιτιστικής κληρονομιάς;

+ Δικαιολογεί τη διαδικασία η επιχείρηση που δημιουργείται από τη μέτρηση της δράσης;

+ Εκπληρώνονται οι στόχοι της αποστολής και του οράματος στον κύκλο μέτρησης δράσης;

Βασικά συμπεράσματα

Η παρουσίαση αυτή προσπάθησε να εξηγήσει, από το γενικό πλαίσιο που καθορίστηκε στην υποενότητα 1.1, τις βασικές έννοιες για την εφαρμογή ενός κύκλου μέτρησης του κοινωνικού αντίκτυπου. Τη σημασία της τήρησης του πορείας που ορίζεται από την αποστολή, το όραμα και τους στόχους που έχουν τεθεί εκ των προτέρων και, συνεπώς, της εφαρμογής της θεωρίας της αλλαγής από αυτή την άποψη





**Ενότητα
κλεισίματος**

Κατάλογος παραπομπών

OER: **SOPACT**. Alan Pierce post. 11/11/2016

<https://www.sopact.com/perspectives/why-measure-social-impact>

<https://youtu.be/cjciyYVlbvc>

OER: **How to Write Brilliant Mission and Vision Statements.**

May 5th 2019

<https://www.ruth-ng.co.uk/writing-company-mission-and-vision-statements/>

OER: **IE University**

<https://www.ie.edu/insights/articles/the-creative-economy-the-new-dorado-that-europe-and-latin-america-want-to-lead/>

Για να συνεχίσετε την μελέτη σας

Κατανοήστε γιατί διεξάγονται διαδικασίες μέτρησης του κοινωνικού αντίκτυπου για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων.





Συγγραφέας & συντελεστές

Teresa Hernández Alcalá
La Cultura

teresa.h.alcala@lacultura.org

Είναι εταίρος και συνιδρυτής της μη κερδοσκοπικής ένωσης La Cultura.

Επί του παρόντος, οι κύριοι άξονες εργασίας της επικεντρώνονται στη διεύθυνση μιας Σχολής Εικαστικών Τεχνών στο Κέντρο Τεχνών του Πανεπιστημίου ΤΑΙ, στη διδασκαλία του τομέα των Καλών Τεχνών, σε καλλιτεχνικά και πολιτιστικά έργα στο πλαίσιο του CCI, στην κατάρτιση μέσω της επιχειρηματικότητας και των νέων δεξιοτήτων, στην κοινωνική καινοτομία μέσω της βιωσιμότητας και της κοινωνικής αξίας και στην εφαρμοσμένη έρευνα για τη συμμετοχή των πολιτών.

la cultura



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project Number
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the autor, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



This work is licensed under a Creative Commons

Attribution-Noncommercial-ShareAlike 4.0 International License
(CC BY-NC-SA 4.0)

www.euheritage.eu

