



EU Heritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage

**Transcripción
del vídeo SU
5.1.2
Teresa
Hernández
La Cultora**



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

Módulo:	5.- Sostenibilidad, medición del impacto y evaluación de proyectos.
subunidad:	5.1- Conceptos en torno a la sostenibilidad y la medición del impacto. 5.1.2. Por qué es importante la medición: pasos más allá del seguimiento y la evaluación
El autor:	Teresa Hernández Alcalá. La Cultora.
Revisor técnico:	Panagiota Polymeropoulou, Open Hellenic University
Revisor científico:	La Cultora.



Palabras clave:	Economías emergentes, Economía naranja, Teoría del cambio Industrias culturales y creativas, Sostenibilidad de la empresa social (SIM), Medición del impacto social, Misión y visión
-----------------	---

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons [Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)]

Plantilla de:



Grupo de investigación DAISSY, Hellenic Open University (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Teresa Hernández Alcalá . La Cultora.

¿Qué lleva a las empresas y organizaciones a medir el impacto social? La medición se ha convertido en una de las tendencias más discutidas. La más obvia, por supuesto, es porque es necesario saber si el cambio que pretendemos se está produciendo realmente. Hay otras razones de peso que nos ayudarán a reconocer por qué la medición del impacto es fundamentalmente una cuestión de creación de valor. Igualmente, y no menos importante, pueden ayudarnos a crear un cambio más sistémico y sostenible.

Otras razones van de la mano de la visión de los actores involucrados o de su posición dentro del ecosistema de impacto. Ya sea como financiador, como proveedor de servicios o productos, como beneficiario o en algún punto intermedio. Sin embargo, todos los actores de este espectro están ahí por una motivación superior: mejorar una condición social o medioambiental. El éxito de la ejecución de las acciones o programas tendrá una enorme relevancia para la credibilidad de las empresas.

En esta subunidad seguiremos avanzando en la visión global desarrollada desde la unidad anterior sobre LA SOSTENIBILIDAD EN LA CULTURA COMO VISIÓN ESTRATÉGICA. Un contexto general desde el que analizaremos el crecimiento de la economía naranja, la economía creativa y la apuesta de los organismos internacionales como motor de crecimiento económico y sostenibilidad. Para ello, trazaremos el camino desde un MAPA, un panorama de pasos como garantía de sostenibilidad de la empresa social, y también nos familiarizaremos con algunos términos específicos de este módulo, como los pasos más allá del seguimiento y la evaluación. Nos centraremos en la reflexión sobre la misión y la visión de la empresa como punto de partida en el inicio de un ciclo de medición y una forma de aplicar correctamente la teoría del cambio: una base necesaria en el cumplimiento de los objetivos, y finalmente, explicar y enumerar las razones o motivos por los que las instituciones privadas o públicas miden el impacto social de sus acciones.

¿Es la economía un mundo de color? Está claro que no. Aunque algunos teóricos combinan la economía con un determinado color, para darle una señal de identidad, para delimitar una actividad económica concreta, para definir una rama especializada de la economía. En nuestro caso, haremos un breve repaso de todas ellas para centrarnos finalmente en la economía naranja y creativa como motor de la economía sostenible. John Howkins, especialista en el tema de las "industrias creativas", define la economía naranja como aquella que comprende sectores en los que el valor de los bienes y servicios se basa en la propiedad intelectual. Sectores que van desde la arquitectura, el patrimonio cultural, las artes visuales y escénicas, pasando por el cine, la

música, el diseño editorial, la artesanía y la moda".

La importancia estratégica de la economía creativa se basa en cuatro valores fundamentales: Valor económico. Valor de la innovación. Valor social. Valor sostenible.

Medimos el impacto porque nos anima a mantenernos fieles a lo que somos y a lo que pretendemos, de modo que el viaje del impacto refleje las características de nuestra identidad y el valor social de las acciones. La razón por la que hacemos el proceso determina la naturaleza de nuestro viaje y, en última instancia, la calidad de nuestro destino.

Este recorrido o círculo de pautas nos ayudará a comprender el marco lógico de una empresa de impacto social. Los términos y conceptos que iremos viendo construirán un bagaje de conocimientos sobre el lenguaje más técnico que se utiliza a lo largo de este módulo de impacto social y sostenibilidad. Manejarlo e interiorizarlo desde esta subunidad ayudará en el proceso de seguimiento y comprensión.

Una **empresa social sostenible** debe basarse en: Un contexto empresarial y dentro de las nuevas economías, La planificación se apoya en objetivos institucionales para iniciar un proceso de teoría del cambio, La declaración de impacto, ambiental o social mejor diseñada, La medición del impacto con metodologías y métricas aplicadas a los objetivos, El acceso directo al espacio de financiación de diferentes organizaciones internacionales.

La medición es una herramienta útil para repensar las estrategias e incorporar, con los resultados obtenidos, prácticas más informadas y válidas, y dirigir el foco de interés de los inversores de impacto hacia acciones más rentables socialmente.

Aquellas empresas, organizaciones de cualquier sector empresarial, que persiguen un propósito social, se enfrentan a una mayor presión no sólo para crear un cambio positivo en el mundo, sino también para demostrarlo. y la única manera de demostrar realmente la cantidad de bien social que se está creando es medirlo; pero ¿por qué es tan importante?

1- cumple su misión, 2- atrae financiación adicional, 3- comunica eficazmente el impacto de su trabajo, 4- utiliza el impacto para informar sobre la mejora del programa, 5- demuestra la relación calidad-precio, 6- entra en la agenda empresarial como un valor tangible.

Una declaración de misión clara y centrada guiará todas las decisiones importantes que se tomen para apoyar una organización o una iniciativa de mejora, especialmente las decisiones sobre qué nuevos programas y proyectos emprender, cuáles evitar y cuáles abandonar. En primer lugar, hay que

entender y aceptar la razón o el porqué del proyecto. A continuación, determinar la **misión**: qué hará el proyecto y cómo se hará el trabajo. Por último, establecer la **visión**, es decir, dónde estarán las cosas en el futuro.

El impacto es lo que importa: cuáles son los objetivos estratégicos que se alinean con su propósito; cuáles son los resultados medibles de la consecución de la visión; y cuáles son los resultados de la consecución de la visión. En resumen: una visión te impulsa a ti, a tu equipo y a tu empresa en la misma dirección. Si no tienes una visión, no tienes un plan, desarrollar una visión te da una imagen del futuro que pretendes crear.

Esto significa que al medir el impacto debemos reflexionar y ser críticos con nuestro trabajo. Ser pragmáticos y dejar de lado el idealismo. Y con el valor (y los datos) para la autoevaluación podemos pasar a crear procesos más eficaces. Este camino hará crecer nuestro impacto. Si nos dedicamos a la medición y evaluación continuas, es probable que también nos comprometamos con las partes interesadas a lo largo de nuestra cadena de valor de impacto. Aplicar una medición de impacto eficaz puede suponer un cambio importante en las estrategias para alcanzar la visión de nuestra organización o en la mentalidad de nuestros objetivos de financiación. En cualquiera de los casos, las partes interesadas, las fuentes de financiación, los capitalistas de riesgo, los departamentos, las asociaciones e incluso nuestros beneficiarios se verán afectados positivamente por un compromiso transparente con las pruebas de impacto... **¿Y qué es el impacto?**

FIN DEL GUIÓN



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

EU Heritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage