



**iniciativas que
transforman el mundo**

Quía

**de la búsqueda y selección
de iniciativas de innovación
social 2021**

bbk 

Octubre de 2021

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: Introducción	3
1. La innovación social.....	3
2. Investigación proyectos innovadores con impacto social. Fases.	5
CAPÍTULO 2: criterios de selección de las iniciativas de impacto social.	7
1. Resultados generales	7
2. Área inclusión, igualdad y participación social.....	10
3. Área kultura	11
4. Área educación, talento y emprendimiento	12
5. Área medio ambiente y desarrollo sostenible	13
CAPÍTULO 3: selección de iniciativas	15
L1: INCLUSIÓN, IGUALDAD Y PARTICIPACIÓN SOCIAL	16
SUBLÍNEA 1: Discapacidad.....	16
SUBLÍNEA 2: Participación social y envejecimiento activo	16
SUBLÍNEA 3: Igualdad de género	16
SUBLÍNEA 4: Inclusión	16
SUBLÍNEA 5: Familias.....	16
L2: KULTURA	38
SUBLÍNEA 1: Sala BBK	38
SUBLÍNEA 2: Infraestructuras culturales Bizkaia	38
SUBLÍNEA 3: Eventos culturales de Bizkaia.....	38
SUBLÍNEA 4: Euskera y cultura vasca	38
L3: EDUCACIÓN, TALENTO Y EMPRENDIMIENTO	65
SUBLÍNEA 1: Emprendimiento con impacto social.....	65
SUBLÍNEA 2: Talento y empleo.....	65
SUBLÍNEA 3: Innovación educativa.....	65
SUBLÍNEA 4: Apoyo al sistema de investigación en Bizkaia.....	65
L4: MEDIO AMBIENTE.....	88
SUBLÍNEA 1: Cambio climático y medio ambiente.....	88
SUBLÍNEA 2: Sostenibilidad del medio rural y litoral	88
CAPÍTULO 4: conclusiones	112
ANEXO 1: puntuaciones iniciativas.....	114

CAPÍTULO 1: Introducción

1. La innovación social

La **innovación social** (IS) son todos aquellos productos, servicios, procesos, modelos, formas de relación, etc. de cualquier cosa que implique que haya una novedad o mejora en la satisfacción de una necesidad y que tenga un impacto social positivo. Para que haya innovación no necesitamos inventar desde cero. Muchas veces con darle una vuelta a algo que ya existe podemos mejorar su funcionalidad y, si lo hacemos en términos de impacto social, es decir, de beneficios para las personas, estamos hablando de innovación social.

La innovación social pretende solucionar o mejorar la forma en la que nos enfrentamos a problemas o necesidades sociales **con las personas**. Es decir, para que haya innovación social se tiene que empoderar a las personas para que existan procesos de co-creación para dar respuesta a estas necesidades. La innovación social va desde abajo hacia arriba y, sin la participación de la gente, no sería posible.

Podemos definir **el emprendimiento social** como la actividad que encontramos en la intersección de una misión social, una determinada innovación y una orientación de mercado.

El término **emprendedor social** comenzó a ser utilizado a fines de la década de 1970 por la organización Ashoka, que buscaba líderes comunitarios con soluciones innovadoras y escalables a los desafíos sociales que surgían en sus entornos. Otras organizaciones como la Fundación Skoll también han impulsado esta visión, premiando a líderes carismáticos e innovadores, desde Muhammad Yunus hasta Malala Yousafzai, de una manera que ha promovido el mundo del emprendimiento social.

El emprendimiento social enfatiza la innovación como catalizador del cambio social y la orientación del mercado y las prácticas comerciales. En este sentido, los y las emprendedoras sociales son quienes descubren y aprovechan oportunidades para generar valor social a través de la creación de nuevos negocios. Este enfoque es ampliamente estudiado y apoyado por universidades como Harvard, Massachusetts Technology Institute (MIT) o ESADE, que han querido poner su experiencia en gestión empresarial al servicio del sector social.

Las empresas sociales se enfocan en la creación de valor, pero aceptan que el valor creado se distribuya entre la sociedad y, especialmente, entre los grupos más desfavorecidos, ya sea pagando más a los trabajadores, poniendo precios de venta más asequibles o reduciendo el beneficio de las inversiones.

El sector social empresarial tiene características diferentes en cada país que incluyen la historia de otros movimientos (cooperativismo, empresas de inserción laboral, mutualidades...) con mucha tradición de movimientos sociales locales. En el caso español, las **entidades de Economía Social** responden como modelo constituyente prioritario de Empresas Sociales, pero no de forma exclusiva, ya que una entidad enfocada a maximizar su impacto social y/o ambiental a través de una solución empresarial, puede ser considerada una Empresa Social con todas las letras, independientemente de la tipología de entidad en la que se constituya.

Además, es imprescindible vincular el impacto social con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En España, se ha creado un área de gobierno vinculada a la **Agenda 2030**, con rango de Secretaría de Estado, que se encarga de la coordinación de actuaciones para el cumplimiento de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas. Desde la Secretaría de Estado, así como desde la propia ONU, se reclama la necesidad de incrementar el número de entidades con impacto social que trabajen para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Figura 1. Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

En BBK se apuesta por maximizar la aportación de valor a Bizkaia a través de acciones e inversiones responsables y comprometidas con los ODS como marco de actuación.

De cara a las acciones que se van a desarrollar en el próximo año 2022 y siguientes, se ha llevado a cabo un profundo **trabajo de investigación interna**, previo a la definición de los criterios de **selección de iniciativas de innovación social por cada línea**, que puedan servir de inspiración para ser replicadas adaptándolas al contexto de Bizkaia. A continuación, detallamos las acciones desarrolladas.

2. Investigación proyectos innovadores con impacto social.

Fases.

Fase 1. Aterrizaje.

- Fase 1.1 Carta de presentación del equipo intheMOVE al resto del equipo del proyecto.
- Fase 1.2 Entrevistas en profundidad con el equipo de innovación para definir los objetivos, alcance y contextualización del proyecto.

Fase 2. Análisis.

- Fase 2.1 Análisis externo.
 - a. Legislación existente y planes de acción de las administraciones públicas a nivel internacional, europeo y nacional.
 - b. Material bibliográfico, estudios sectoriales, tendencias del sector, tendencias de los consumidores, etc.
 - c. Actuaciones emprendidas desde otras entidades similares, con el objetivo de conocer cuáles son los campos de trabajo desarrollados por otras organizaciones similares a la Fundación BBK.
- Fase 2.2. Análisis interno
 - a. Revisión de la documentación. Análisis de la información recabada con el objetivo de conocer en profundidad a la organización y enfocar la investigación a sus necesidades.
 - b. Entrevistas en detalle con cada área de trabajo con el objetivo de conocer en detalle los productos y servicios que ofrecen, así como las aspiraciones y analizar cómo pueden enriquecerse con el conocimiento de nuevas iniciativas de impacto social.

Fase 3: Criterios de selección de iniciativas.

Estos criterios están alineados con las líneas estratégicas de la Fundación BBK en materia de impacto social, así como problemas socioambientales que requieren de atención urgente por parte de todas las

esferas de la sociedad (política, empresarial, social y civil) y los ODS. Cada criterio estará apoyado en una serie de indicadores de impacto y valores umbrales.

En el siguiente capítulo se encuentra toda la información referida a estos criterios de selección.

Fase 4. Identificación de iniciativas con impacto social.

Una vez conocidos los criterios de selección, la fase de búsqueda se centró en ofrecer para cada línea 10 iniciativas, con al menos una para cada sublínea.

En el capítulo 3 de esta guía se encuentra toda la información de este proceso y el listado de las seleccionadas.

Fase 5. Presentación de resultados

Los resultados de esta investigación se plasman en:

- Esta guía con información detallada de cada proceso.
- *Landing page* interna en la que se puede acceder a un mapa interactivo de las iniciativas seleccionadas, en las que se incluye la información relativa a la generación de impacto social.
- Presentación en vídeo del proceso de investigación.

CAPÍTULO 2: criterios de selección de las iniciativas de impacto social.

Este capítulo ha sido elaborado como resultado del proceso de investigación a nivel interno realizado por las consultoras durante los meses de junio y julio de 2021, con las diferentes áreas de la Fundación BBK y el equipo técnico de evaluación de impacto y de innovación.

1. Resultados generales

El primer punto importante que hay que analizar es el de los **criterios de selección** de las iniciativas. El equipo consultor presentó una batería de 12 criterios de selección, con el objetivo de elegir los seis más importantes. Para ello, se establece una ponderación igual entre tres valoraciones: el promedio de las valoraciones de cada área, la valoración del área de impacto y la valoración del área de innovación. Los resultados obtenidos son:

Tabla 1. Criterios de valoración

CRITERIO	FINAL	SELECCIONADO
Nivel de innovación	4,25	Sí
Experiencia	3,25	No
Viabilidad económica	3,96	Sí
Replicabilidad	3,33	No
Escalabilidad	3,92	Sí
Número de destinatarios	4,58	Sí
Tiempo de obtención de outputs	3,38	No
Sostenibilidad en el tiempo	4,79	Sí
Impacto en los ODS	4,67	Sí
Diversidad de agentes implicados	2,75	No
Nivel de participación de la comunidad	3,75	No
Nivel de comunicación de la iniciativa	3,58	No

Herramienta de evaluación

Una vez ya con los criterios seleccionados, se estableció una **metodología de evaluación de las iniciativas**. Las diferentes iniciativas para valorar obtuvieron una puntuación en base al sumatorio de las valoraciones individuales para cada criterio. Para ello, se definió una escala acumulativa (cada nivel incluye al anterior) de tres niveles:

Tabla 2. Puntuaciones por criterio

PUNTUACIÓN	Sostenibilidad en el tiempo	Impacto en los ODS	Nº Destinatarios	Nivel de innovación ¹	Viabilidad económica	Escalabilidad
1	Tiene un año de antigüedad	Incide en 1 ODS	Menos de 100 personas	Iniciativa experimental	Depende 100% de fondos externos	Mismo alcance año a año
2	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad	Incide en 2 ODS	Entre 100 y 500 personas	Iniciativa integrada	La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	La iniciativa ha crecido en menos de un 50%
3	Tiene más de 3 años de antigüedad	Incide en 3 o más ODS	Más de 500 personas	Iniciativa difundida	La iniciativa se financia por sí misma	La iniciativa ha crecido en más de un 50%

¹ Basada en la escala de innovación en Service Design de Birgit Mager: <https://www.service-design-network.org/community/birgit-mager-4178>

Por tanto, las iniciativas pueden tener una puntuación que varía entre 6 y 18 puntos.

Para obtener la información para asignar la puntuación a cada uno de los criterios, el equipo de consultoras buscó para cada iniciativa los datos públicos recogidos en páginas web, memorias de actividades, memorias de patrocinios (de ser el caso) o de sostenibilidad, etc. Además, recopiló todos aquellos datos de interés para las diferentes áreas que estén disponibles.

Formato de entrega de resultados

En torno a esta cuestión hubo bastante debate. Las opciones variaban entre presentar información en formato *Team Charter* (herramienta empleada a nivel interno), o en un formato más novedoso y visual.

Tras valorar la opción del *Team Charter* y comprender mejor su uso y funcionamiento, consideramos que no aportaría mucho valor presentar las iniciativas en este formato ya que es una herramienta de gestión interna dirigida a que todos los miembros de un equipo sepan hacia dónde se quiere ir y cómo pueden contribuir individualmente a ello. Desde nuestro punto de vista, una vez presentado el grueso de iniciativas, aquellas que más gusten a cada línea deberán ser trasladadas a este formato haciendo un aterrizaje dentro de la propia organización y del equipo, información que no podemos dominar como externas a la entidad.

Una petición común en las entrevistas fue que la información fuera trasladada bien en formato presencial/vídeo con una presentación, bien de manera visual. Desde intheMOVE consideramos las siguientes acciones:

- **Presentación común para todas las líneas.**
- **Presentación visual** de las iniciativas a través de una *landing page* privada para las áreas, con la información esquemática del proyecto.
- **Presentación técnica** de las iniciativas mostrando los criterios de valoración y su ponderación en formato pdf maquetado (la presente Guía).

Sobre cada área

A continuación, mostramos las principales conclusiones para cada una de las áreas. Con relación a las tendencias analizadas, para cada una de ellas se ofreció un listado inicial. De forma similar al caso de los criterios de valoración, se hizo una valoración de las temáticas con mayor puntuación obtenida. En este caso, a diferencia de los criterios, el resultado final no es equilibrado. Se concede un mayor peso a la puntuación otorgada por el área (70%), frente a las valoraciones aportadas por el equipo de impacto y de innovación (15%, respectivamente).

Queremos dejar constancia de que, a pesar de que una temática no fuera elegida, si transversalmente aplica con otra que sí y el equipo de consultoras lo considera relevante, se ha incluido en la selección final. Por otro lado, **la temática impacto social resultante es transversal** a todas las áreas por lo que no se incluye en el siguiente análisis.

Además de esta información, para cada área recogeremos el mayor número de singularidades posible en la presentación de la iniciativa.

2. Área inclusión, igualdad y participación social

Tabla 3. Tendencias

CRITERIO	FINAL	SELECCIONADO
Edadismo	4,15	Sí
<i>Silver economy</i>	4,15	Sí
Telemedicina/teleatención	2,30	No
Domótica/hogares seguros/automatizados	1,45	No
Cohousing senior	3,00	No
Vida autónoma/cooperativas de viviendas	2,45	No
Identities (LGTBI, queer...)	2,38	No
Arte participativo.	3,15	No
Cocreación, codiseño, colaboración	3,00	No
Nuevas configuraciones familiares	4,00	Sí
Vida comunitaria	3,85	Sí

De la entrevista se han extraído los siguientes puntos clave para el área que se han tenido en cuenta en las iniciativas que se presentan:

- Colectivo de mujeres con discapacidad.

- Fomento del buen trato. Debe tener continuidad y no circunscribirse solamente al ámbito escolar.
- Brecha digital personas mayores.
- Soledad no deseada.
- Salir de la estructura clásica de voluntariado.
- Lo más valorado es el impacto generado, el cambio de vida de las personas beneficiarias.
- Innovación en escuelas infantiles.
- Participación social de los mayores, reorientar los clubs de jubilados.
- Cultura inclusiva, con personas con discapacidad y personas en riesgo de exclusión social.
- Naturalizar las relaciones con personas con discapacidad.
- Accesibilidad en todos los sentidos: digital, cartelería...
- Apoyo para estancias en hospitales para personas enfermas.
- Empleo inclusivo (mujer, discapacidad, riesgo de exclusión).

3. Área kultura

Tabla 4. Tendencias

CRITERIO	FINAL	SELECCIONADO
Arte urbano	3,30	No
Feminismo	3,65	No
Inclusión	5,00	Sí
Nuevos públicos	3,85	No
Frugalidad	3,55	No
Entornos digitales	2,45	No
Desconexión digital	3,40	No
Sostenibilidad/impacto positivo	4,30	Sí
Deslocalización	4,85	Sí
Compromiso social/activismo	5,00	Sí

De la entrevista se han extraído los siguientes puntos clave para el área que se han tenido en cuenta en las iniciativas que se presentan:

- Conocer nuevas herramientas dentro del sector cultural.
- Equipamientos que además de exhibir, produzcan. Residencias, mediación artística, empresa, sociedad...que aprovechen el paso de personas por las instalaciones.
- Acercar nuevos públicos.
- Iniciativas que impulsen el sector cultural y lo profesionalicen desde un enfoque social.
- Lo que más se valora es el impacto social y el alcance que la cultura tiene en la transformación de la sociedad.
- Participación ciudadana/comunitaria.
- Replicabilidad en varios territorios.
- Compromiso social/activismo.

4. Área educación, talento y emprendimiento

Tabla 5. Tendencias

CRITERIO	FINAL	SELECCIONADO
Ruralidad	2,60	No
STEM y mujeres	5,00	Sí
Edadismo	2,93	No
Digitalización: no code	4,55	Sí
Brecha digital/alfabetización digital	4,15	Sí
Soft skills, lifelong learning	3,50	No
Retención del talento/employer branding	3,70	No
Escuelas bosque	3,15	No
Facilitación de procesos participativos/innovadores	5,00	Sí
APyS	4,00	Sí
Generación de comunidades on/offline	4,55	Sí

De la entrevista se han extraído los siguientes puntos clave para el área que se han tenido en cuenta en las iniciativas presentadas:

- Lo que más se valora de los proyectos es su innovación, cosas que la Fundación BBK no haya hecho antes. Innovadores en su forma de hacer, en su forma de presentarse... innovadores en todos los sentidos.
- La viabilidad económica, que hayan nacido con modelo de monetización.
- Emprendimiento de código.
- Innovación educativa con los ODS, impacto social, emprendimiento, empleabilidad, STEM, innovación social...
- Emprendimiento social e inversión de impacto.
- Empleabilidad de jóvenes.

5. Área medio ambiente y desarrollo sostenible

Tabla 6. Tendencias

CRITERIO	FINAL	SELECCIONADO
Cambio climático	5,00	Sí
Plástico y medio marino	3,30	No
Emprendimiento sostenible en el rural	4,70	Sí
Educación para la sostenibilidad	5,00	Sí
Economía circular	4,00	No
Estrés hídrico	3,00	No
Consumo responsable	4,50	Sí
Residuo cero	4,50	Sí
Energías renovables	4,55	Sí
Tecnologías sostenibles.	2,30	No
Huella de carbono/hídrica/ecológica.	4,85	Sí

De la entrevista se han extraído los siguientes puntos clave para el área que se han tenido en cuenta en las iniciativas presentadas:

- Iniciativas de ocio activo y experimentación, educación. Agua, comida y energía (ligada a movilidad sostenible).
- Primer sector.
- Buscar conexión en el resto de las áreas. Ayudar a identificar iniciativas transversales.
- *Bootcamp* dentro de Klima para el primer sector.
- Medio ambiente y cultura, experiencias innovadoras.
- Relacionarse con familias de forma innovadora.
- Formación al sector primario.
- Iniciativas que presenten ideas de financiación para el espacio físico.

CAPÍTULO 3: selección de iniciativas



L1: INCLUSIÓN, IGUALDAD Y PARTICIPACIÓN SOCIAL

SUBLÍNEA 1: Discapacidad

I1. Curso Online de asistentes personales para turistas con discapacidad. Proyecto Piloto.

- Itinerario Sensorial Can Grau

I2. Huertos en la azotea

I3. Carrera Enki

SUBLÍNEA 2: Participación social y envejecimiento activo

I4. Nadie solo

- Soledad no deseada
- La Laguna cuida

I5. Freebird Club

I6. Barrio La Pinada

SUBLÍNEA 3: Igualdad de género

I7. HUB GENERA, faenando futuro

SUBLÍNEA 4: Inclusión

I8. Human Library

SUBLÍNEA 5: Familias

I9. Voluntechies

L10. Mother Tongues

II. CURSO ONLINE DE ASISTENTES PERSONALES PARA TURISTAS CON DISCAPACIDAD. PROYECTO PILOTO.

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Curso online de 50 horas de duración para formar a personas desempleadas como asistentes personales especialistas en materia de turismo y filosofía de vida independiente, para satisfacer la demanda de este servicio por parte de turistas extranjeros/as con discapacidad que visiten los destinos de Valladolid, Palma de Mallorca y Madrid, quienes podrán cubrir todas las necesidades de apoyo que necesiten durante su estancia.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 10. Reducción de las desigualdades
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles

¿Quién lo promueve?

La plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física y Orgánica, financiado gracias a la Secretaría de Estado de Turismo.

¿Qué hacen?

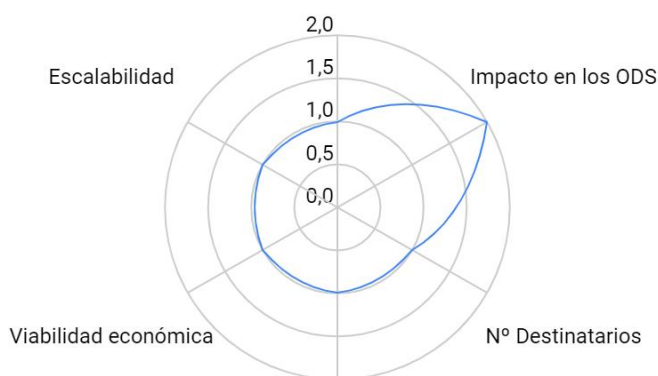
Esta formación está enmarcada en el proyecto *Innovación, inclusión y sostenibilidad aplicadas a la recepción de turistas con discapacidad* presentado en Fitur 2021 y que consiste en el servicio de asistencia personal en el turismo para dotar a los destinos de un modelo de gestión con sus propios asistentes personales.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque la cultura y la educación inclusiva es una de las temáticas estratégicas tanto de la línea de inclusión como la de cultura y una formación que cubra el conocimiento necesario para tratar con personas con diversidad funcional de forma normalizada y para acompañar la vida independiente puede convertirse en la marca de referencia de todas las iniciativas que ponga en marcha BBK, como sello o marca de confianza en la que las personas con discapacidad confían y saben que van a recibir un trato acorde a sus necesidades.

- Impacto positivo, cambio de vida de las personas beneficiarias.
- Cultura inclusiva.
- Naturalizar las relaciones con personas con discapacidad.
- Accesibilidad en todos los sentidos.
- Empleo inclusivo.

Puntuación total: 7/18



Otras iniciativas relacionadas

- Itinerario Sensorial Can Grau, parques naturales de Catalunya. El proyecto pretende adaptarse a una oferta universal que incluye desde niños y niñas no lectoras (que pueden recorrer el itinerario solos y contribuir, así, a su desarrollo sensorial) a adultos lectores con o sin discapacidad visual que mediante un juego de sensaciones pueden disfrutar de diferentes experiencias sensoriales durante su recorrido.

12. HUERTOS EN LA AZOTEA

TRANSVERSAL CON MEDIO AMBIENTE | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

El Ayuntamiento de Barcelona tiene muchas azoteas en los edificios municipales en desuso y, en el año 2016, decidieron que podían ser espacios aprovechables para crear [huertos de cultivo](#) con la participación de personas con discapacidad.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 2. Hambre cero
- 3. Salud y bienestar
- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 10. Reducción de las desigualdades
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 13. Acción por el clima

¿Quién lo promueve?

El Ayuntamiento de Barcelona en colaboración con el Instituto Municipal de Personas con Discapacidad (IMPD).

¿Qué hacen?

Las personas usuarias participantes en el proyecto reciben formación en horticultura y los procesos asociados. El proyecto incide también en una formación emocional en aspectos como el trabajo relacional, la tolerancia a la frustración, la satisfacción de presenciar todo un proceso de crecimiento y

donación de alimentos. El proyecto prevé también compartir este aprendizaje con otros colectivos (niños y niñas, jóvenes, personas mayores, etc.) del territorio. Los excedentes de producción son donados a comedores sociales y bancos de alimentos.

¿Cómo se financia?

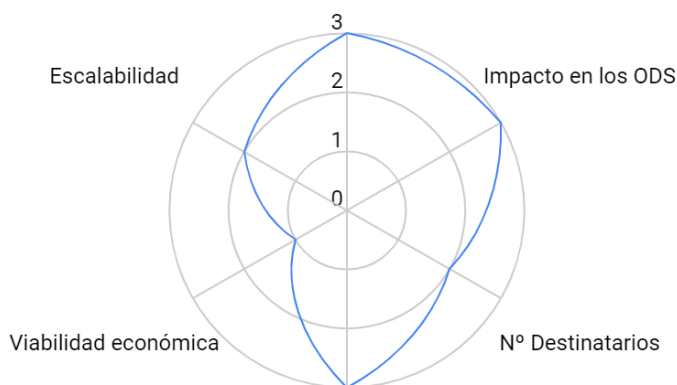
Proyecto impulsado por una administración pública.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque BBK cuenta con edificios en propiedad en los que podría replicar un proyecto de estas características vinculando la línea de Inclusión con la de Medio Ambiente, poniendo en contacto a agricultores locales y personas con discapacidad para la producción de alimentos urbanos y organizando ferias o pequeños mercados de excedentes en Klima para potenciar las habilidades profesionales de las personas con discapacidad, concienciar sobre la importancia de la producción y consumo locales y generar espacios inclusivos y sostenibles.

- Impacto positivo, el cambio de vida de las personas.
- Cultura inclusiva.
- Naturalizar las relaciones con personas con discapacidad.
- Empleo inclusivo.

Puntuación total: 14/18



13. CARRERA ENKI

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

La carrera ENKI es una cita única en Galicia. Nace en 2014 como una prueba lúdica, no competitiva, apta para todas las edades y condiciones que, a través del juego, promueve la inclusión y la visualización de colectivos y personas con diversidad funcional, así como el respeto y la educación en la diversidad.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 3. Salud y bienestar
- 10. Reducción de las desigualdades

¿Quién lo promueve?

La Fundación Abreu nace el 30 de diciembre de 2013 con la aspiración de contribuir a la construcción de una sociedad mejor. Pretenden impulsar la inclusión de las personas con diversidad funcional, con especial atención a los menores, a través de la práctica de la cultura física y deportiva no competitiva.

¿Qué hacen?

En 2019, con 10.000 inscritos, se convierte en la carrera más multitudinaria de Galicia. ENKI cuenta con una carrera de obstáculos adaptados y de un espacio de solidaridad destinado a las entidades sociales para sensibilizar y concienciar a la ciudadanía sobre su realidad a través de juegos abiertos a todos los públicos. La inscripción tiene un coste simbólico destinado a las entidades sociales que participan.

¿Cómo se financia?

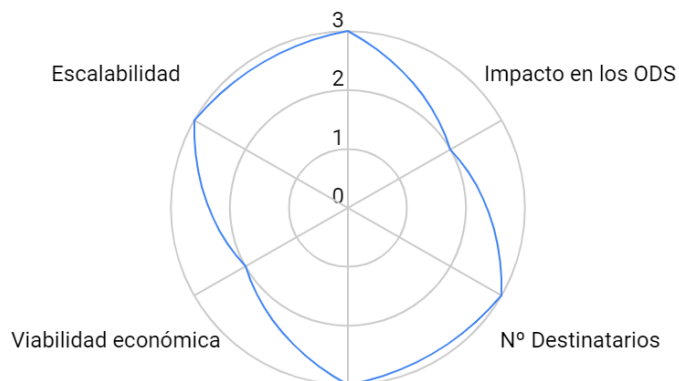
Subvenciones públicas, donaciones e inscripciones en la carrera.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque naturalizar las relaciones con las personas con discapacidad es uno de los objetivos de esta línea y una acción tan visible tiene una gran capacidad de sensibilización, participación inclusiva y conocimiento de la realidad de la discapacidad.

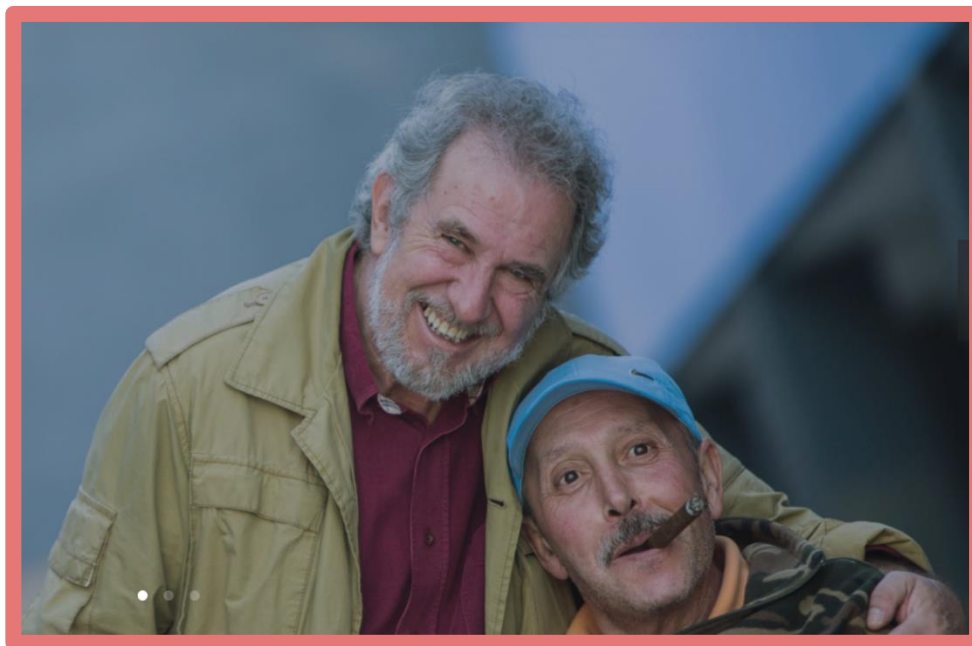
- Fomento del buen trato.
- Impacto positivo.
- Cultura inclusiva.
- Naturalizar las relaciones con personas con discapacidad.
- Accesibilidad en todos los sentidos.

Puntuación total: 16/18



I4. NADIE SOLO

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Nadie solo tiene programas de voluntariado para acompañar a personas que sufren soledad no deseada por enfermedad, dependencia, discapacidad o por estar en riesgo de exclusión. Cabe destacar dos proyectos innovadores que desarrollan: La tercera no es la vencida, fomento del voluntariado entre personas mayores, y Evalua2, sistema de medida de la satisfacción que combina de forma estructurada instrumentos cualitativos y cuantitativos dirigidos a cada colectivo con el que tratan (usuarios, voluntarios y otras entidades).

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
8. Trabajo decente y crecimiento económico
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Fundación benéfica Nadie Solo Voluntariado.

¿Qué hacen?

En 2020, dedicaron 88.000 horas de acompañamiento a través de los programas Voluntariado en Hospitales, Voluntariado en Residencias y Acompañamiento en Domicilio para personas mayores, Voluntariado para el Ocio y Voluntariado Familiar para personas con discapacidad intelectual, Apoyo a Personas Sin Hogar, a través de los programas de Acompañamiento, de Zapatillas Solidarias y de Mentoring For a Job y el Programa Sabadeando Juntos, en el que jóvenes apoyan a niños de primaria en riesgo de exclusión social.

¿Cómo se financia?

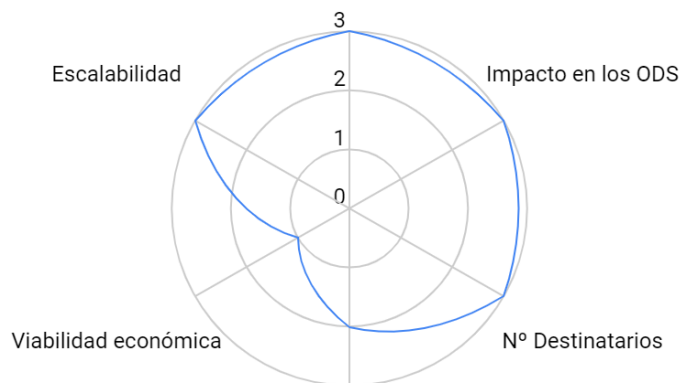
Subvenciones públicas y donaciones.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque la soledad no deseada es uno de los temas de interés de esta línea y una de las pandemias más silenciosas del XXI. Además, el voluntariado también es un tema de interés y en esta organización tienen algunas iniciativas de voluntariado que se salen de la estructura clásica y permiten la participación e inclusión social de muy diversos colectivos. Por último, también realizan acompañamientos en 15 hospitales desde el año 1995.

- Fomento del buen trato.
- Soledad no deseada.
- Salir de la estructura clásica de voluntariado.
- Impacto positivo.
- Participación social de los mayores.
- Cultura inclusiva.
- Naturalizar las relaciones con personas con discapacidad.
- Empleo inclusivo.

Puntuación total: 15/18



Otras iniciativas relacionadas

- Soledad no deseada, Ayuntamiento de Madrid. Un programa integral de atención a la Soledad No Deseada dirigido a toda la población de la ciudad de Madrid con especial interés en jóvenes y mayores. Abarca los 21 distritos de la ciudad. Se dirige al conjunto de la población madrileña y se desarrolla e impulsa desde los 16 CMSc, el Centro Joven y el Centro de Prevención del Deterioro Cognitivo y sus equipos profesionales interdisciplinares. Trabaja con una doble estrategia: poblacional, dirigida al conjunto de la población madrileña y, de riesgo, destinada a atender a aquellas personas con sentimientos o en situación de soledad no deseada.
- La Laguna cuida, Red municipal de cuidados en La Laguna. El Área de Bienestar Social del Ayuntamiento de Agüere ha puesto en marcha el programa La Laguna Cuida, una iniciativa pionera con la que se quiere impulsar la creación de una Red de Cuidados municipal. Este proyecto permitirá la contratación de 40 personas con titulación superior y en situación de desempleo, que desarrollarán el primer diagnóstico municipal sobre la soledad no deseada y contribuirán al diseño y puesta en marcha de nuevas iniciativas para mejorar la calidad de vida y la salud de miles de laguneros y laguneras.

15. FREEBIRD CLUB

ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Freebird Club es un club de viajeros y anfitriones mayores de 50 años a través de una plataforma *online* que pone en contacto a personas mayores de 50 años que ofrecen una habitación en su casa a una persona viajera mayor de 50 años, permitiendo sacar rentabilidad a estancias de los hogares y combatir la soledad no deseada conociendo y compartiendo tiempo con otras personas afines en edad y gustos.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 10. Reducción de las desigualdades
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles

¿Quién lo promueve?

Freebird es una iniciativa privada de innovación social.

¿Qué hacen?

Tras una fase piloto, el Freebird Club se lanzó oficialmente en 2017 como un club social de viajes y alojamiento en familia exclusivo para mayores de 50 años. Ahora se está desarrollando como una comunidad global '*peer-to-peer*', mediante la cual los miembros del Freebird Club pueden viajar y permanecer juntos en el contexto de un club social de miembros de confianza. Los socios que deseen viajar pueden buscar y hospedarse con anfitriones adecuados en destinos por todo el mundo, sabiendo que les espera una bienvenida genuina, cálida y personal de parte de un socio del Freebird Club.

¿Cómo se financia?

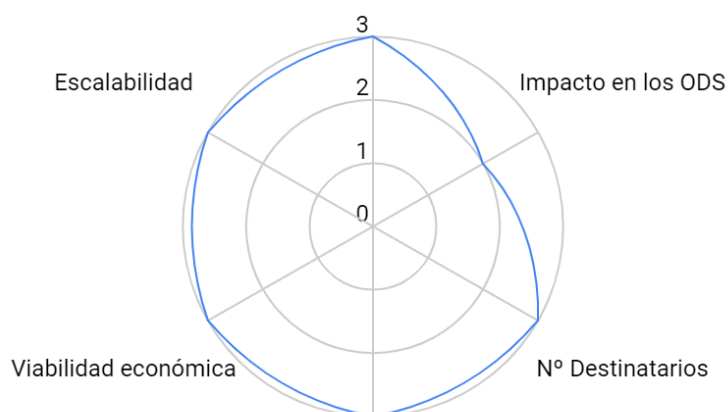
Cuenta con apoyo de la comunidad a través de donaciones y *crowdfundings* y con apoyo de organismos públicos a través de premios de concursos. También hay una pequeña cantidad que se debe abonar por formar parte del club.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque reorientar los clubs de jubilados es una de las temáticas de interés del BBK y orientar esta idea de economía colaborativa.

- Edadismo
- Fomento del buen trato
- Soledad no deseada
- Impacto positivo
- Participación social de los mayores

Puntuación total: 17/18



16. BARRIO LA PINADA

TRANSVERSAL CON MEDIO AMBIENTE | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Barrio La Pinada es el primer barrio sostenible co-creado por sus futuros habitantes. Un espacio en el que todas las personas puedan vivir de forma sostenible y que integre y atraiga a personas de diferentes generaciones. Un lugar pensado para facilitar la interacción entre personas de distintas edades y donde exista una amplia oferta de ocio, deportiva y cultural. Un lugar que favorezca la conciliación laboral y familiar.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 3. Salud y bienestar
- 7. Energía asequible y no contaminante
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 13. Acción por el clima
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Zubi Labs es la empresa privada detrás de este proyecto que está abierto a todo el mundo.

¿Qué hacen?

Barrio La Pinada nace en el 2017 con el objetivo de co-crear el primer barrio sostenible de España. Desde entonces, más de 400 futuros vecinos han participado en el proceso de creación guiados por más de 20

expertos de diferentes áreas. Juntos han definido el diseño de los espacios, la gestión eficiente de los recursos y el bienestar de la comunidad. Este tipo de barrios ya son una realidad en ciudades como Friburgo (Alemania) y Osaka (Japón).

¿Cómo se financia?

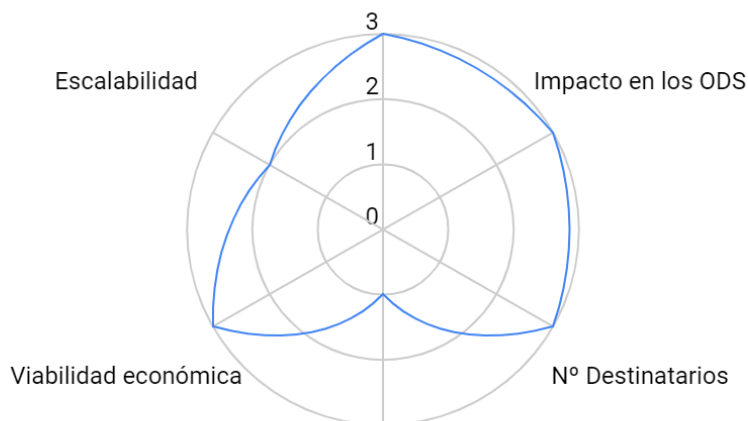
Con donaciones de personas y empresas que se suman a “co-invertir” en la iniciativa.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Por ser un proyecto de participación social activo, intergeneracional y sostenible que puede aplicarse el concepto de co-creación a cualquier iniciativa transversal que quiera implementarse en la Fundación BBK.

- Vida comunitaria.
- Fomento del buen trato.
- Impacto positivo.
- Participación social de distintos grupos.
- Cultura inclusiva.

Puntuación total: 15/18



17. HUB GENERA, FAENANDO FUTURO

TRANSVERSAL CON EDUCACIÓN Y MEDIO AMBIENTE | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

HUB GENERA es un proyecto de emprendimiento e innovación social para la generación de empleo de las mujeres rurales con problemas de salud mental, promoviendo propuestas colectivas, innovadoras, dinámicas y en red.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 3. Salud y bienestar
- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 12. Producción y consumo responsables
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Confederación de salud mental de España con la colaboración del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

¿Qué hacen?

Este proyecto se construye con el apoyo de la Comunidad GENERA, comunidad de aprendizajes entendida como un encuentro de participación e innovación, donde se incorpora inicialmente el grupo promotor de la Confederación SALUD MENTAL ESPAÑA, y desde ahí, se extiende la colaboración hacia entidades aliadas, agentes públicos y privados, vinculados con las metas del *HUB Genera, Faenando futuro*.

Un espacio que genera relaciones de confianza y aborda los retos que significa la creación de empleo colectivo de mujeres rurales con problemas de salud mental.

¿Cómo se financia?

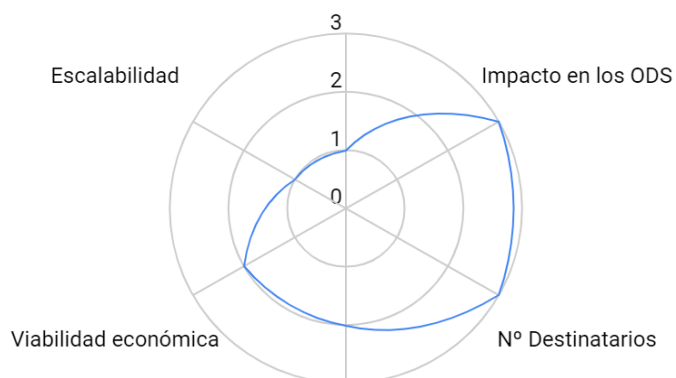
A través de subvenciones públicas de las distintas entidades que forman parte y de la venta de productos y servicios de los emprendimientos que generan.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque los proyectos de empleabilidad de mujeres con discapacidad y/o enfermedad mental son uno de los temas estratégicos para esta línea. Tiene una gran transversalidad con el área de Medio Ambiente e infinidad de posibilidades de replicarlo en el territorio BBK.

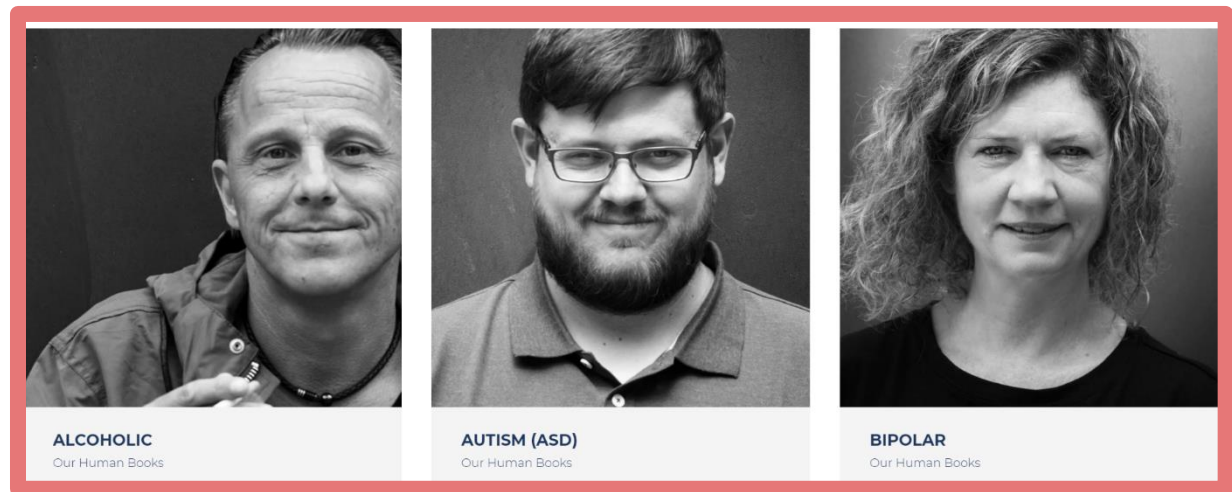
- Colectivo de mujeres con discapacidad
- Fomento del buen trato
- Impacto positivo
- Cultura inclusiva
- Naturalizar las relaciones con personas con discapacidad
- Empleo inclusivo

Puntuación total: 12/18



18. HUMAN LIBRARY

TRANSVERSAL CON KUTLURA | ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

The Human Library es, en el sentido literal de la palabra, una biblioteca de personas. Organizan eventos en los que los lectores pueden “tomar prestados” seres humanos que sirven como libros abiertos para tener conversaciones a las que normalmente no tendrían acceso. Cada libro humano de su estantería representa un grupo en nuestra sociedad que, a menudo, está sujeto a prejuicios, estigmatización o discriminación debido a su estilo de vida, diagnóstico, creencias, discapacidad, estatus social, origen étnico, etc.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

10. Reducción de las desigualdades

¿Quién lo promueve?

The Human Library Organisation (HLO), organización internacional sin ánimo de lucro.

¿Qué hacen?

La HLO se dedica a garantizar una implementación global de la Biblioteca Humana como plataforma de aprendizaje. Actualmente, están operativos en todos los continentes y albergan o participan en actividades en más de 80 países. También trabajan con algunas de las marcas más importantes del mundo ayudándolos en sus esfuerzos de construir entornos más diversos e inclusivos.

¿Cómo se financia?

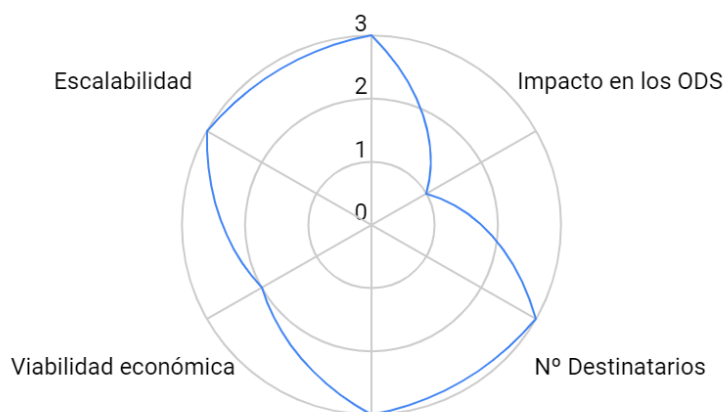
A través de donaciones, financiación pública y financiación privada de las empresas desde sus departamentos de RSC o RRHH. También venden *merchandising* de la marca en su página web.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque uno de los principales focos de esta línea y de la de Kultura es la inclusión y la diversidad de colectivos que no suelen estar en el día a día o no estar en relación entre ellos. Creemos que es una experiencia fácilmente replicable que puede tener muchas aplicaciones y dotar de contenido a muchos de los espacios con los que cuenta BBK al tiempo que se trabaja activamente en generar una comunidad más implicada y consciente.

- Fomento del buen trato.
- Soledad no deseada.
- Salir de la estructura clásica de voluntariado.
- Impacto positivo.
- Cultura inclusiva.
- Naturalizar las relaciones con personas con discapacidad.

Puntuación total: 15/18



19. VOLUNTECHIES

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Voluntechie ofrece divertidos talleres de realidad virtual para que los niños/as hospitalizados puedan escapar virtualmente del hospital, adentrarse en nuevas realidades y disfrutar de experiencias por todo el mundo.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

3. Salud y bienestar

¿Quién lo promueve?

Asociación sin ánimo de lucro Voluntechie.

¿Qué hacen?

En Voluntechie llevan lo último en realidad virtual (y otras tecnologías) a aquellos que más lo necesitan, como los niños y niñas hospitalizadas, personas mayores o con alguna discapacidad. Gracias a sus divertidos talleres, consiguen transportar a las personas participantes "fuera" de su realidad y que así puedan descubrir las profundidades del océano, dar un paseo por la playa o hacer *trekking* en el Himalaya. También les enseñan cómo montar sus propias gafas de RV, proporcionándoles, así, una herramienta para que puedan seguir disfrutando de muchas más aventuras.

¿Cómo se financia?

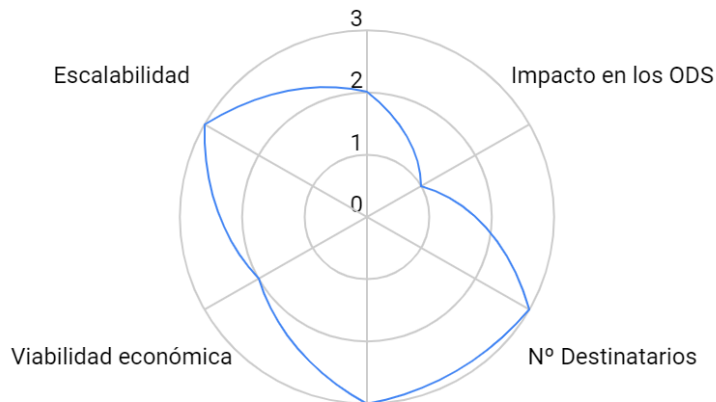
A través de donativos individuales, campañas de *crowdfunding* y de empresas a las que ofrecen programas de voluntariado corporativo.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque uno de los temas que se mencionó en la entrevista fue la atención a menores hospitalizados y este nos ha parecido un proyecto muy potente gracias a la tecnología que permite experimentar la sensación de “salir fuera” de su situación de aislamiento y soledad.

- Fomento del buen trato.
- Salir de la estructura clásica de voluntariado.
- Impacto positivo.
- Cultura inclusiva.
- Accesibilidad.
- Apoyo para estancias en hospitales.

Puntuación total: 14/18



110. MOTHER TONGUES

TRANSVERSAL CON KULTURA Y EDUCACIÓN | ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Proyectos que combinan educación, artes, ciencia y cultura para celebrar la diversidad de orígenes e idiomas de estudiantes de infantil y primaria, vinculando a las familias en la promoción y protección de las distintas lenguas.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

4. Educación de calidad
10. Reducción de las desigualdades
17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Empresa social irlandesa llamada *Mother tongues* que trabaja en la promoción del multilingüismo y el diálogo intercultural en Irlanda.

¿Qué hacen?

Mother tongues tiene un programa de talleres *language explorers* con actividades diseñadas para crear conciencia sobre la diversidad lingüística en el aula y en la comunidad y para promover el interés en el aprendizaje de idiomas, involucrando a las familias para contar sus historias de vida mezclando su lengua

materna con las lenguas oficiales (irlandés e inglés) con el fin de empoderar a las familias a usar sus idiomas propios y acabar con estereotipos y prejuicios acerca de ciertos orígenes y/o lenguas. Además, desde 2018, organizan anualmente el *Mother Tongues Festival* y, en 2021, lo han celebrado *online* con webinars multilingües simultáneos con facilitadores de idiomas expertos en las temáticas de cada uno.

¿Cómo se financia?

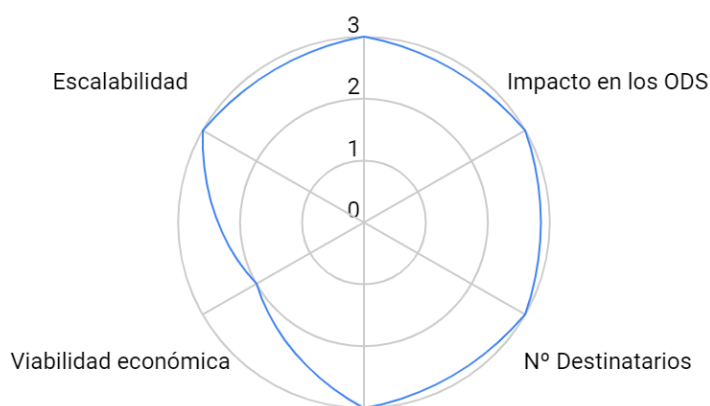
Es una empresa social y vende formación, talleres, libros y proyectos vinculados con la diversidad lingüística y también reciben subvenciones y donativos privados.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque la cultura y la lengua euskera es uno de los ejes transversales de la Fundación y el trabajo con familias desde una perspectiva proactiva y no asistencialista es de especial interés para el área de inclusión.

- Salir del papel asistencialista.
- Impacto positivo.
- Cultura inclusiva.
- Lengua y cultura euskera.
- Colectivo familias.

Puntuación total: 17/18



L2: KULTURA

SUBLÍNEA 1: Sala BBK

K1. Programa de Residencias de Artistas y Creadores Espacio Convergente

- REGA: Residencias artísticas del Gaiás
- Centro de residencias artísticas del Matadero de Madrid

K2. Opera (e)Studio

K3. Acción social por la música

- Abanca ReSuenas

SUBLÍNEA 2: Infraestructuras culturales Bizkaia

K4. Museo Inacabado de Arte Urbano (MIAU)

- StARTer Proyectos Culturales

K5. MusaE

SUBLÍNEA 3: Eventos culturales de Bizkaia

K6. Delas Fest

- Elas son artistas
- Ellas artes

K7. Dance for PD® (Danza para la enfermedad de Parkinson)

SUBLÍNEA 4: Euskera y cultura vasca

K8. Daily Art

- FART (Finding Art)
- Los directos del Museo del Prado

K9. Crear sin prisa

K10. Proyecto Barrios

- Festival sinsal

K1. PROGRAMA DE RESIDENCIAS DE ARTISTAS Y CREADORES ESPACIO CONVERGENTE

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

El programa de residencias de artistas y creadores Espacio Convergente es una iniciativa que apuesta por construir un espacio de encuentro entre artistas que trabajan con proyectos profesionales y personas cuyas prácticas artísticas se realizan al margen de lo académico. Son estancias que un artista realiza en una entidad para desarrollar un proyecto artístico colaborativo. Se beca a cuatro artistas que presentan proyectos relacionados con alguna vertiente artística: danza, cerámica, artes visuales, etc. Los proyectos realizados en los centros se muestran y se difunden a través de actividades paralelas y redes sociales. Para su realización, los artistas cuentan con la colaboración de personas con discapacidad intelectual o del desarrollo.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 5. Igualdad de género
- 10. Reducción de las desigualdades

¿Quién lo promueve?

Plena Inclusión Madrid y la Fundación Repsol.

¿Qué hacen?

En colaboración con entidades sin ánimo de lucro, el programa apoya el desarrollo de los proyectos creativos seleccionados, que cuentan con la dirección de su creadora y buscan la inclusión de personas con alguna discapacidad.

¿Cómo se financia?

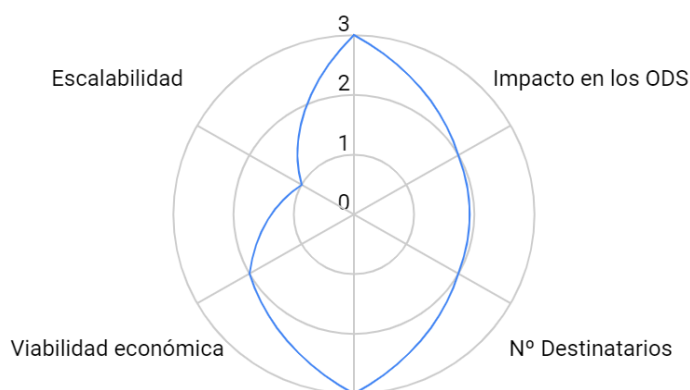
La iniciativa está financiada por Plena inclusión Madrid (una asociación sin ánimo de lucro que recibe ingresos por prestación de servicios, así como subvenciones y donaciones) y por la Fundación Repsol.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una iniciativa que busca producir cultura a través de estancias artísticas con un compromiso social, que fomentan la inclusión generando un impacto positivo en la sociedad y que establece colaboraciones con distintos agentes, promoviendo la eliminación de barreras para los sectores más vulnerables.

- Inclusión.
- Impacto positivo.
- Compromiso social.
- Nuevas herramientas.
- Equipamientos que produzcan.
- Nuevos públicos.
- Transformación sociedad.
- Participación ciudadana/comunitaria.

Puntuación total: 13/18



Otras iniciativas relacionadas

- REGA: Residencias artísticas del Gaiás. Busca la colaboración con instituciones y colectivos culturales para consolidarse como vivero cultural creativo. El público tiene acceso al resultado del proceso creativo que tiene lugar durante la estancia, no tiene por qué ser un proceso concluso.
- Centro de residencias artísticas del Matadero de Madrid. Busca explorar los retos del tiempo presente desde todas sus facetas y apoyar al tejido creativo de la ciudad. Es un espacio de producción multidisciplinar y /o transdisciplinar en el que cohabitan disciplinas tanto artísticas como no artísticas.

K2. OPERA (E)STUDIO

ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Opera (e)Studio es un proyecto formativo dirigido a jóvenes cantantes de ópera menores de 32 años que hayan completado su educación formal, pero que no hayan debutado aún y requieran una formación integral para cumplir con las exigencias del mercado laboral actual en los auditorios europeos, mejorando su empleabilidad. El proyecto crea un marco para que los cantantes, agentes, directores artísticos y teatrales se conozcan, permitiendo, así, que los cantantes comprendan el funcionamiento del sector y sus vínculos internos, al tiempo que ejerce de escaparate de su trabajo, fomentando su exposición y la internacionalización de sus carreras. Asimismo, busca atraer a un público joven al mundo de la ópera.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 17. Alianzas para lograr objetivos

¿Quién lo promueve?

El Auditorio y la Ópera de Tenerife.

¿Qué hacen?

Un curso intensivo de un mes de duración que aborda todas las disciplinas del mundo de la ópera y que imparten profesionales internacionales de reconocido prestigio. Los participantes producen la ópera seleccionada siguiendo el ritmo propio de un teatro y la estrenan dentro de la temporada de Ópera de

Tenerife. El equipo artístico al completo realiza una gira y el espectáculo se estrena en los teatros asociados como parte de la temporada de ópera de estos.

¿Cómo se financia?

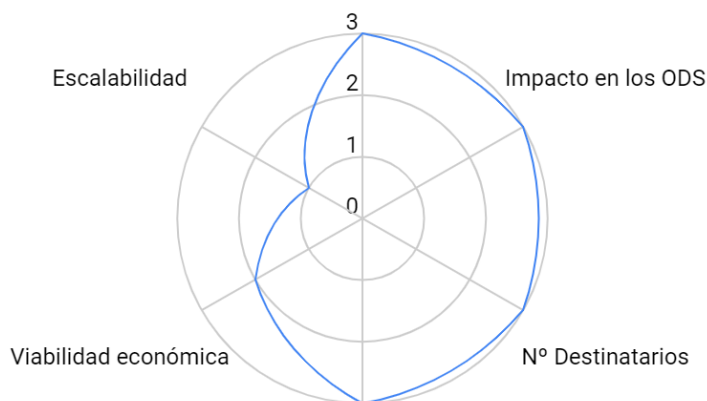
Los impulsores del proyecto son el Auditorio y la Ópera de Tenerife. Está cofinanciado por el Programa Europa Creativa de la Unión Europea.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una iniciativa que detecta las deficiencias de la formación artística y ofrece una propuesta de profesionalización para solventarlas, mejorando la capacidad de empleo de los participantes.

- Impacto positivo.
- Nuevas herramientas.
- Equipamientos que produzcan.
- Nuevos públicos.
- Impulso y profesionalización del sector desde un enfoque social.

Puntuación total: 15/18



K3. ACCIÓN SOCIAL POR LA MÚSICA

TRANSVERSAL CON FAMILIAS E INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Acción Social por la Música es una iniciativa que pretende integrar a niños y jóvenes, a sus familias y comunidades, utilizando la música como herramienta de transformación social, con la finalidad de propiciar cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la pobreza y a la igualdad de oportunidades. Para ello, desarrolla cuatro programas: Programa de Orquestas, Coros y Ensamblés de Percusión; Programa de Acción Especial; Banco de Instrumentos y Programa de Voluntariado.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 10. Reducción de las desigualdades
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Fundación Acción Social por la Música.

¿Qué hacen?

Impulsan el fortalecimiento de las capacidades individuales y colectivas de los niños y los jóvenes, de sus familias y comunidades para que sean actores protagonistas de su propio cambio. Los programas y actividades de la Fundación proponen espacios de crecimiento personal, entornos seguros de convivencia y grupos de pertenencia social, donde el aprendizaje y la práctica musical colectiva fomentan actitudes constructivas, de ayuda mutua y de superación frente a los errores.

¿Cómo se financia?

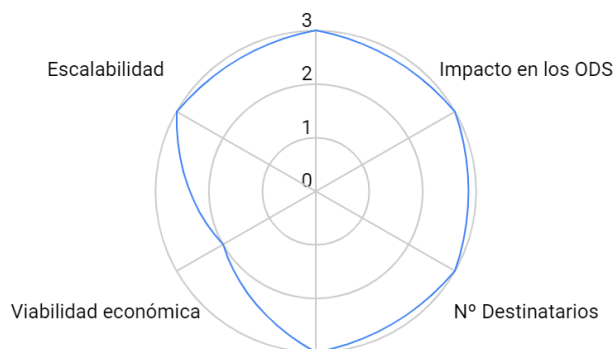
La Fundación Acción Social por la Música cuenta con una red de colaboradores que financian las actividades y los programas que tienen en marcha. Entre ellos, empresas privadas, fundaciones, entidades sin ánimo de lucro y la administración pública.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una iniciativa que produce un impacto positivo sobre la sociedad, reduciendo las desigualdades y fomentando la cooperación y la solidaridad para lograr la integración de grupos en riesgo de exclusión, en la que la música actúa como agente de transformación social.

- Inclusión.
- Impacto positivo.
- Compromiso social.
- Equipamientos que produzcan.
- Impulso y profesionalización del sector desde un enfoque social.
- Transformación sociedad.
- Participación ciudadana/comunitaria.

Puntuación total: 17/18



Otras iniciativas relacionadas

- ABANCA ReSuenas es un proyecto de ABANCA ideado con el objetivo de promover el crecimiento y el desarrollo de los niños y jóvenes a través del trabajo grupal e individual, favoreciendo la unión entre las diferentes capas de la sociedad. La práctica musical conjunta permite desarrollar habilidades sociales para relacionarse y poder superar problemas de comportamiento, al tiempo que facilita el desarrollo de sus aptitudes individuales. El programa,

de carácter gratuito, comenzó a funcionar en el Centro Cívico Municipal de Monte Alto en 2014 y pretende implicar a todos los niños, niñas y jóvenes de los diferentes barrios de A Coruña que estén interesados en aprender, vivir y compartir nuevas experiencias en el mundo de la música. Dio lugar a la creación de la Orquesta Sinfónica ABANCA ReSuena.

K4. MUSEO INACABADO DE ARTE URBANO (MIAU)

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

El MIAU es un proyecto en constante evolución y crecimiento, que nació con la pretensión de ser un movimiento social para fomentar la convivencia entre los vecinos del pequeño pueblo de Fanzara (Castellón). El proyecto se convirtió rápidamente en una experiencia colectiva de convivencia, colaboración e intercambio recíproco de aprendizaje entre artistas, vecinos, voluntarios y organizadores a través del arte urbano. Ha logrado trasladar el arte urbano más innovador a las paredes del mundo rural, evidenciando que el arte también puede formar parte de la vida diaria de las personas, mostrando el espíritu de solidaridad y convivencia entre artistas y vecinos.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 17. Alianzas para lograr objetivos

¿Quién lo promueve?

Asociación MIAU.

¿Qué hacen?

Atraen el turismo de forma saludable para los vecinos y para el entorno a través de un proyecto artístico.

- Convocan un festival anual, en el que ofrecen desplazamiento (desde Europa), alojamiento y manutención a los artistas que quieran participar de forma voluntaria y dejar su huella en las calles del pueblo. Para optar a la participación, los artistas tienen que enviar web o portfolio a los organizadores del evento.
- Los mejores artistas de arte urbano se dan cita en el festival para dejar sus obras en calles y fachadas de Fanzara.
- El festival cuenta con reconocimiento internacional.

- Más de 7 500 personas visitan al año el Museo.

¿Cómo se financia?

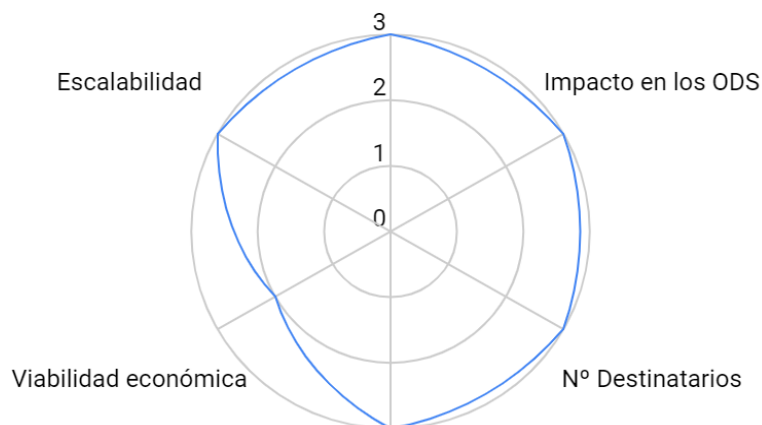
El proyecto está impulsado por la asociación MIAU y los vecinos del pueblo. Realizan actividades para recaudar fondos, han puesto en marcha campañas de *crowdfunding* y los vecinos ponen a disposición del festival sus hogares para ampliar la capacidad de alojamiento del pueblo.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque es una experiencia colectiva de convivencia, colaboración e intercambio recíproco de aprendizaje entre artistas, vecinos y voluntarios. Fanzara es un museo sin puertas, una exposición en calles y fachadas de más de 160 intervenciones artísticas, fruto del trabajo de 140 artistas de todo el mundo. Se trata de una propuesta cohesiva entre el arte contemporáneo y la cotidianidad para disfrutar del arte urbano en nuevos espacios, ofreciendo nuevas propuestas para el turismo.

- Sostenibilidad e impacto positivo
- Compromiso social
- Nuevas herramientas
- Equipamientos que produzcan
- Nuevos públicos
- Impulso y profesionalización del sector desde un enfoque social
- Transformación sociedad
- Participación ciudadana/comunitaria

Puntuación total: 17/18



Otras iniciativas relacionadas

- StARTer Proyectos Culturales se basa en la idea de que el arte es una muestra de transformación social y debe estar en constante diálogo con el entorno, que el espacio de trabajo no tiene por qué reducirse a cuatro paredes sino que se amplía al espacio público y quiere transformarlo en un entorno interactivo para la ciudadanía. Uno de sus proyectos más reconocidos (Waking Belorado) se desarrolla en la localidad de Belorado y busca convertir los rincones de la villa en un museo al aire libre del que puedan disfrutar vecinos y turistas. Sus proyectos buscan que las intervenciones artísticas tengan un poder transformador a través de un trabajo pensado, que sigue una estrategia que tiene que ver con el lugar y el propio espacio. Asimismo, el objetivo es implicar al ciudadano con una parte didáctica.



¿Qué es?

MusaE es un proyecto del Ministerio de Cultura y Deporte y Acción Cultural Española que pretende unir música y patrimonio museístico de la mano de jóvenes intérpretes españoles. Se trata de un circuito de conciertos y micro-conciertos que circula a través de los museos estatales con la intención de impulsar las carreras de intérpretes jóvenes, dinamizar la relación entre los visitantes y los espacios y favorecer las visitas de personas y colectivos en riesgo de exclusión social, ofreciendo nuevas formas de visitar los museos.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 10. Reducción de las desigualdades
- 17. Alianzas para lograr objetivos

¿Quién lo promueve?

El Ministerio de Cultura y Deporte y Acción Cultural Española.

¿Qué hacen?

Organiza un programa de conciertos en museos estatales con el objetivo de impulsar las carreras de los jóvenes intérpretes españoles y residentes en España, aportándoles formación innovadora y facilitándoles un nuevo espacio profesional para desarrollar sus carreras. También buscan dinamizar la

relación entre los visitantes y los museos, situando al músico como intermediario central de esta comunicación. Además, tratan de favorecer las visitas de minorías y colectivos en riesgo de exclusión a los museos facilitando el intercambio social.

Es un proyecto que pretende explorar nuevas formas de hacer música y ofrecer nuevas formas de visitar el museo.

¿Cómo se financia?

Los impulsores del proyecto son el Ministerio de Cultura y Deporte y Acción Cultural Española a través del programa Plan Museos+ Sociales.

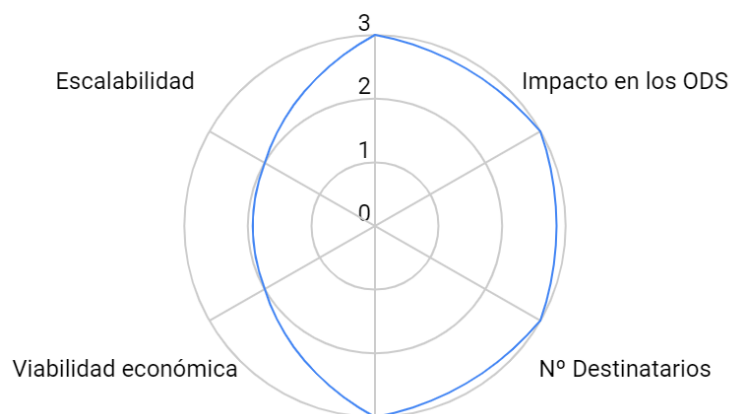
¿Por qué es estratégico para BBK?

La iniciativa se enmarca dentro de la necesidad de dar respuesta a la evolución de los espacios museísticos como centros dinamizadores, convirtiéndose en espacios abiertos al diálogo con los diversos movimientos sociales; actores de cambio social y de conciencia crítica; instituciones abiertas a la participación, valedoras del derecho ciudadano al acceso a la cultura y al patrimonio.

Plantea el museo como un lugar de acogida, abierto para todos, que recoge las inquietudes de todos sus públicos, buscando que las instituciones museísticas se adapten a las realidades sociales del contexto actual a través de la accesibilidad y la visibilidad social, sirviendo como punto de encuentro.

- Inclusión.
- Sostenibilidad e impacto positivo.
- Compromiso social/activismo.
- Nuevas herramientas.
- Equipamientos que produzcan.
- Nuevos públicos.
- Impulso y profesionalización del sector desde un enfoque social.
- Transformación sociedad.

Puntuación total: 16/18



K6. DELAS FEST

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Delas Fest es el primer festival de arte urbano y contextual que se celebra en Europa con perspectiva de género. Con un cartel compuesto únicamente por artistas femeninas, su programa de actividades combina intervenciones artísticas, talleres de creación, jornadas de análisis y experimentación colectiva y encuentros de convivencia entre vecinos y creadoras con el objetivo de democratizar la expresión artística en la calle y combatir las desigualdades que sufren las mujeres que crean en el espacio público.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 5. Igualdad de género
- 7. Trabajo decente y crecimiento económico
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

7H Cooperativa Cultural con la colaboración de Ministerio de Cultura y Deporte, la Diputación de A Coruña y los ayuntamientos de Santiago, Ames, Teo y Brión.

¿Qué hacen?

Con el objetivo de democratizar la expresión artística en las calles y contribuir a combatir las desigualdades materiales y simbólicas que padecen las mujeres que realizan sus creaciones en el espacio público, esta iniciativa lleva a cabo, durante la celebración del festival, intervenciones artísticas en algunas localizaciones de la comarca, cuenta con un programa de actividades (talleres, jornada, DELAS Jam), y desarrolla un potente plan de comunicación. El proyecto quiere situar a Galicia en la vanguardia de la promoción de la cultura urbana como patrimonio cultural contemporáneo desde una perspectiva innovadora y feminista.

¿Cómo se financia?

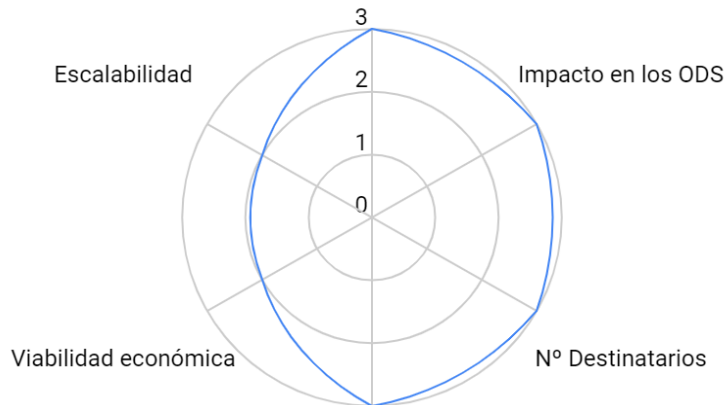
La impulsora de la iniciativa es 7H Cooperativa Cultural y cuenta con cofinanciación del Ministerio de Cultura y Deporte, de la Diputación de A Coruña y de los ayuntamientos de Santiago, Ames, Teo y Brión. También cuenta con el patrocinio de entidades privadas como Cuarto Pexigo, DIDAC, Montana Colors, Gadís e Pinturas Ibersa.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una iniciativa que produce un impacto positivo sobre la sociedad y el espacio comunitario, combatiendo las desigualdades por cuestiones de género y fomentando la cooperación entre distintos agentes de la sociedad, a la vez que dota de nuevo patrimonio artístico a los espacios en los que se celebra.

- Inclusión.
- Impacto positivo.
- Compromiso social.
- Nuevas herramientas.
- Equipamientos que produzcan.
- Impulso y profesionalización del sector desde un enfoque social.
- Transformación sociedad.
- Participación ciudadana/comunitaria.

Puntuación total: 15/18



Otras iniciativas relacionadas

- Elas son artistas es un festival metropolitano por la igualdad en las artes y la música. Pretende continuar como un «micro festival» dando forma a la idea que mejor lo define: un ciclo casi artesanal en el que disfrutar de tiempo para escuchar a las artistas, poder escribir sus sugerencias, experimentar su participación y buscar posibles sinergias con otras artistas. Hay espacio para disciplinas artísticas muy diversas: danza, teatro, poesía, literatura, cine documental, pintura y mucha música. Desde 2020, es un ciclo de eventos repartidos a lo largo del año.
- Ellas artes es una plataforma de difusión y educación artística con perspectiva de género para difundir el legado de mujeres pioneras que han sido ignoradas por la historia oficial, inspirar con sus historias y logros a las mujeres del presente y trabajar para que las creativas de hoy obtengan el reconocimiento que merecen.

K7. DANCE FOR PD

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Dance for PD es un programa del Mark Morris Dance Group que, desde 2001, ofrece clases especializadas de baile para las personas que padecen Parkinson y también para sus familias, amigos y cuidadores. En las clases, los participantes exploran el movimiento y la música de manera divertida, estimulante y creativa. Cuenta con el respaldo de investigaciones y es apropiado para cualquier persona con Parkinson, en todos los niveles de habilidad y movilidad. Los bailarines saben del estiramiento y del fortalecimiento de los músculos, del equilibrio y del ritmo, y conocen la manera en la que la danza concentra la mente, el cuerpo, y la emoción en el movimiento. Trabajando aspectos específicos para estos enfermos como el equilibrio, la flexibilidad, la coordinación, la marcha, y la depresión, se introduce el movimiento de la danza moderna, el teatro musical, el ballet, la danza folclórica, el baile zapateado, la improvisación y la coreografía. El programa se esfuerza en cultivar las relaciones entre las artes, la comunidad, y las organizaciones de apoyo a la enfermedad de Parkinson.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 3. Salud y bienestar
- 10. Reducción de las desigualdades

¿Quién lo promueve?

Mark Morris Dance Group.

¿Qué hacen?

Dance for PD ofrece clases de baile a cargo de bailarines profesionales con música en directo para mejorar la vida de los enfermos de Parkinson, sus familias, amigos y cuidadores en varios países del mundo. Con el inicio de la pandemia, se estableció un sistema de clases vía Zoom.

¿Cómo se financia?

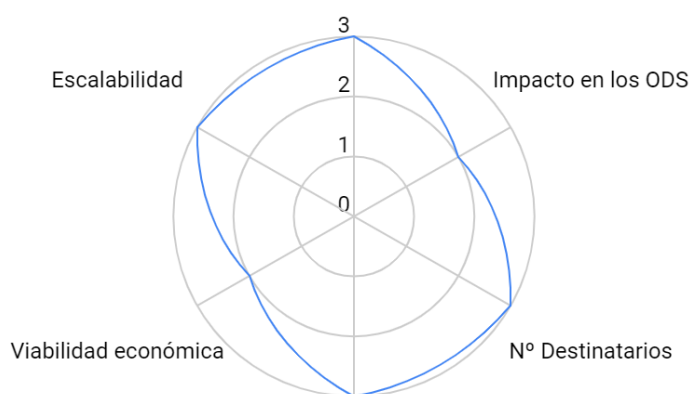
La impulsora de la iniciativa es Mark Morris Dance Group y cuenta con el apoyo económico de entidades privadas, fundaciones, administraciones públicas y donantes particulares.

¿Por qué es estratégico para BBK?

La iniciativa mejora la calidad de vida de pacientes con Parkinson y las personas de su entorno a través del baile, tratando de generar bienestar y trabajando algunos de los aspectos más afectados por esta enfermedad. Ofrece una visión más amplia de la cultura como generadora de bienestar.

- Inclusión.
- Impacto positivo.
- Compromiso social/activismo.
- Nuevas herramientas.
- Nuevos públicos.
- Transformación sociedad.

Puntuación total: 16/18



K8. DAILY ART

ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Daily Art es una aplicación gratuita que ofrece información sobre alguna obra de arte clásico, moderno o contemporáneo a través de relatos cortos diarios. Cuenta con más de 1.000.000 de usuarios.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

4. Educación de calidad

¿Quién lo promueve?

Moiseum

¿Qué hacen?

Cada día ofrecen a sus suscriptores un pequeño relato sobre alguna obra de arte aportando detalles interesantes sobre ella. La aplicación tiene un funcionamiento muy sencillo: cada día comparte su contenido mediante una notificación en el móvil que se puede configurar a la hora deseada.

¿Cómo se financia?

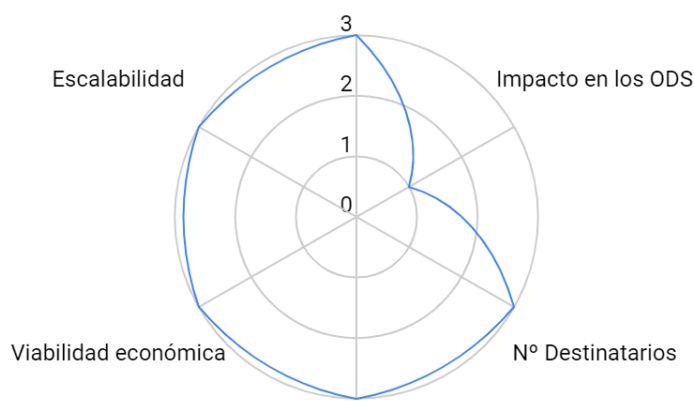
La empresa creadora de la app, Moiseum, es la responsable de la financiación a través de la obtención de sus propios recursos.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una iniciativa que permite dar a conocer elementos culturales y actividades de manera sencilla y con un amplio alcance. Una puerta al arte desde cualquier lugar, en el que cualquier persona con un dispositivo puede suscribirse y obtener la información.

- Impacto positivo.
- Deslocalización.
- Nuevas herramientas.
- Equipamientos que produzcan.
- Nuevos públicos.

Puntuación total: 16/18



Otras iniciativas relacionadas

- FART (Finding Art) es una aplicación diseñada para ser utilizada en la ciudad de Madrid, cuyo principal objetivo es la difusión de todo el arte alternativo, contemporáneo, de alta calidad, desconocido y rompedor de esta urbe.
- Los directos del Museo del Prado es una iniciativa que comenzó en agosto de 2017 en la que el Museo realiza todos los días a la misma hora un vídeo en directo a través de las stories de Instagram, explicando cuadros de la colección y creando un relato que ha conseguido atraer a miles de seguidores. Eligieron como soporte las stories de Instagram porque, al estar disponible solo durante veinticuatro horas, lo convierte en un momento especial. Se trata de una iniciativa que ha aportado también una dimensión social, ya que logra que el arte pueda llegar a personas que no tienen acceso a instituciones culturales allá donde viven o que tienen movilidad reducida. Procuran responder cada día a los mensajes directos que reciben tras cada vídeo y son los encargados de comunicación digital del museo quienes elaboran un calendario de temas que van adaptando según la agenda del museo.

K9. CREAR SIN PRISA

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Crear sin prisa es la plataforma de creación contemporánea de Cervezas Alhambra que invita a tomarse el tiempo necesario para disfrutar de las cosas con los cinco sentidos y emocionarse a través de la creación, la tradición y el respeto por los procesos creativos a través de premios, patrocinios culturales e intervenciones en distintas ciudades, con especial repercusión en la capital granadina.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 17. Alianzas para alcanzar los objetivos

¿Quién lo promueve?

Cervezas Alhambra.

¿Qué hacen?

Promueven la creación contemporánea a través de distintas propuestas como el premio Cervezas Alhambra de Arte Emergente (en ARCO), el fomento de la creación artística a través de colaboraciones únicas inspiradas en Granada y el saber hacer artesanal y los patrocinios artísticos mediante el programa Alhambra Impulsa (Premio popular Cervezas Alhambra en Abierto Valencia, Festival Flora, C.A.L.L.E.)

¿Cómo se financia?

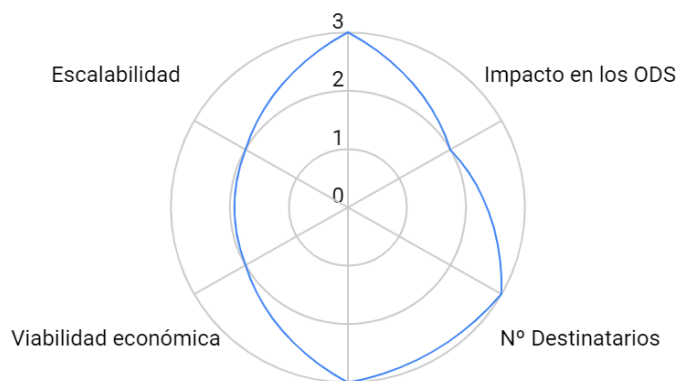
La empresa Cervezas Alhambra es la responsable de financiar la plataforma, aunque cuenta con otros financiadores en el desarrollo de algunas propuestas.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una iniciativa que impulsa la creación artística y fomenta la profesionalización de artistas locales con un impacto positivo en el entorno, recuperando tradiciones y apoyando el “slow” art.

- Sostenibilidad/impacto positivo.
- Compromiso social.
- Nuevas herramientas.
- Equipamientos que produzcan.
- Nuevos públicos.
- Impulso y profesionalización del sector desde un enfoque social.
- Participación ciudadana/comunitaria.

Puntuación total: 15/18



K10. PROYECTO BARRIOS

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Proyecto Barrios es un plan artístico de gestión cultural e intervención social, vertebrado a través de talleres de escritura creativa bajo el paraguas de la cultura hip hop, que se desarrolla en el territorio de Las Torres (Villaverde) y en el barrio de Orcasur (Usera), en el sur de la ciudad de Madrid. La propuesta, de carácter comunitaria, comenzó a desarrollarse en junio del 2017 de la mano de los jóvenes y adolescentes de los distritos de Villaverde y Usera y lo ha hecho durante los tres cursos que se comprenden hasta el año 2020 como un laborioso proceso de gobernanza cultural.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 10. Reducción de las desigualdades
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles

¿Quién lo promueve?

Colectivo Másquepalabras y la Asociación Bombo y caja.

¿Qué hacen?

Barrios es un proyecto de intervención comunitaria con jóvenes de barrios de Madrid que tiene a la cultura urbana como protagonista. Imparte una serie de talleres de creación para que los jóvenes puedan dar salida a sus inquietudes artísticas. En ellos, conocen parte de la historia y de las influencias del hip-hop y obtienen las herramientas necesarias para llevar a cabo un trabajo musical colectivo, que se

materializa en la producción de varias grabaciones, tanto musicales como audiovisuales. El proyecto ha dado lugar a un documental, un fotolibro, un disco y varios videoclips.

¿Cómo se financia?

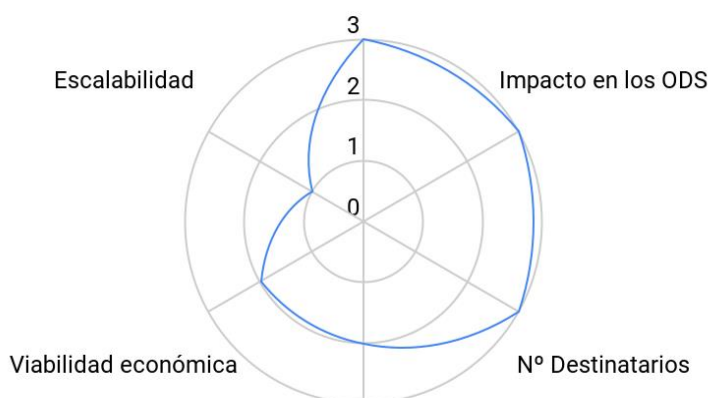
Es una iniciativa del Colectivo Masquepalabras y la Asociación Bombo y caja, con el apoyo del Área de Cultura y Deportes del Ayuntamiento de Madrid a través Intermediae y Ciudadistrito.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una iniciativa que permite dar a conocer elementos culturales y actividades de los barrios, que pueden poner en valor aquellos aspectos propios de la zona a través de propuestas dinámicas, participativas y atractivas.

- Inclusión.
- Impacto positivo.
- Compromiso social/activismo.
- Nuevas herramientas.
- Equipamientos que produzcan.
- Nuevos públicos.
- Transformación sociedad.
- Participación ciudadana/comunitaria.

Puntuación total: 14/18



Otras iniciativas relacionadas

- Festival sinsal es un festival que se celebra en la isla gallega de San Simón, con una duración de tres días y un cartel secreto. Su programa suele incluir músicas de vanguardia, de raíz, sonoridades modernas y propuestas contemporáneas que conforman un cuidado y exquisito paisaje sonoro. La isla de San Simón es el escenario y la salida desde el litoral hacia la isla es el punto de partida. El atractivo de la propuesta reside en el secreto de su cartel. Una de sus principales características es la de ser un festival sostenible que no permite la pernocta y debe realizarse el traslado en barca, utilizando la economía circular tanto en el diseño del mobiliario como en el menaje (platos, vasos, cubiertos) reutilizados, reciclados y/o compostables.

L3: EDUCACIÓN, TALENTO Y EMPRENDIMIENTO

SUBLÍNEA 1: Emprendimiento con impacto social

E1. La aprendedora social.co

E2. RURAL MAKERS de Anceu coliving

- Festival de Innovación Social: Ares Innova 2021

E3. Zubi Labs

SUBLÍNEA 2: Talento y empleo

E4. ALLWOMAN.TECH

E5. Barcelona Digital Talent

- Singularity experts

E6. @unmismoequipo

SUBLÍNEA 3: Innovación educativa

E7. NOCODEHACKERS.ES

- Nocoders.academy

E8. Apps for Good

- Escuelab

SUBLÍNEA 4: Apoyo al sistema de investigación en Bizkaia

E9. Campus do mar

E10. UK Research and Innovation

E1. LA APRENDEDORA SOCIAL

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

La aprendedora social es una plataforma de aprendizaje colectivo con el objetivo de crear en común proyectos sociales que mejoren el mundo. Desde diciembre de 2020, este proyecto genera comunidad en más de 25 países con más de 1.200 miembros activos, llegando a incubar más de 200 proyectos al año. Es una plataforma completamente digital con posibilidad de conectarte por intereses con otras personas registradas y de realizar cursos y talleres.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 10. Reducción de las desigualdades
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Fundado en diciembre de 2020 por unas 300 personas con inquietudes en el ámbito del emprendimiento social. Entre ellos, la agencia de innovación social Social Enterprise.

¿Qué hacen?

- Creación de comunidad y alianzas *online*.
- Aprendizaje colectivo a través de herramientas y contenidos.
- Incubación y validación de proyectos sociales con mentores y expertos.

- Grupos de trabajo temáticos y bolsa de empleo especializada.
- Participan activamente en la 12ª edición del programa Social Impact Doers (SID).

¿Cómo se financia?

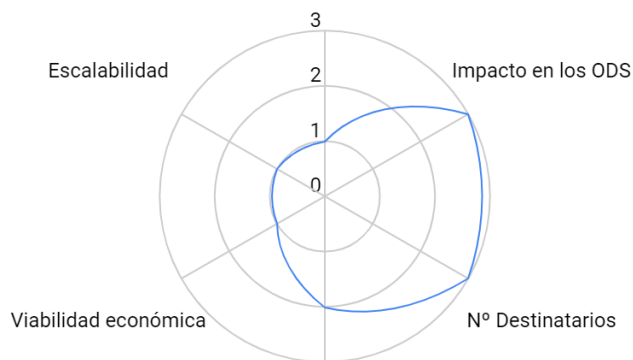
Proyecto impulsado por una entidad privada.

¿Por qué es estratégico para BBK?

La aprendedora social mantiene todo lo positivo de las incubadoras físicas, pero traspasando las fronteras gracias al impacto digital y a la posibilidad de generar comunidad *online* con personas afines, criterios altamente valorados por esta línea.

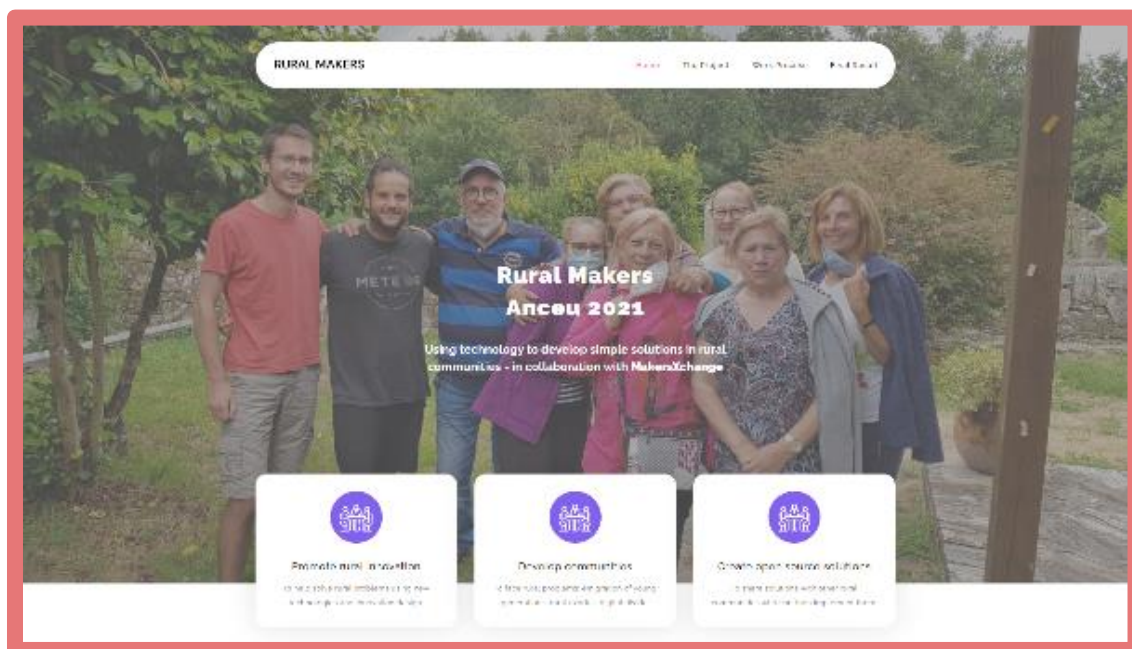
- Generación de comunidad on/offline.
- Facilitación de procesos participativos/innovadores.
- Emprendimiento.

Puntuación total: 11/18



E2. RURAL MAKERS de Anceu coliving

TRANSVERSAL CON MEDIO AMBIENTE | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Es un proyecto de rural makers en el corazón de Galicia en el que se unieron la comunidad del Anceu Coliving y las personas del pueblo de Anceu. El objetivo era generar ideas y co-diseño de tecnología basado en las necesidades detectadas en ambos grupos. En tres sesiones de codiseño, detectaron un problema con el consumo de agua en los pueblos, dado que se necesitaban personas para la lectura del contador y, ante las fugas, podrían pasar semanas antes de su detección. A través de diferentes herramientas de prototipado tecnológico, han creado una solución para enviar con frecuencia las mediciones de agua.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 9. Agua limpia y saneamiento
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 13. Acción por el clima
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Promovido por Anceu Coliving en colaboración con MakersxChange, proyecto piloto cofundado por la Unión Europea y European Creative Hubs Network.

¿Qué hacen?

- Facilitación de procesos participativos e innovadores.
- Generación de comunidad transgeneracional y offline.
- Resolución de problemas sociales en un breve espacio de tiempo y de manera colaborativa.

¿Cómo se financia?

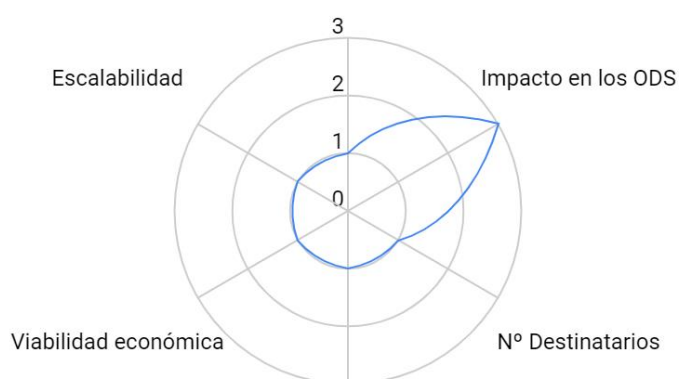
Proyecto con financiación pública, impulsado por la Unión Europea y European Creative Hubs Network.

¿Por qué es estratégico para BBK?

A pesar de ser un proyecto puntual, Rural Makers de Anceu Coliving pone de manifiesto la necesidad de conectar a las personas que habitan un espacio tradicional con personas de otras generaciones y conocimientos. El objetivo es la búsqueda de soluciones innovadoras ante los retos sociales, en este caso en el ámbito rural, pero totalmente transferible a ámbitos urbanos o espacios propios del BBK.

- Brecha digital/alfabetización digital.
- Generación de comunidad on/offline.
- APyS.
- Facilitación de procesos participativos/innovadores.

Puntuación total: 8/18

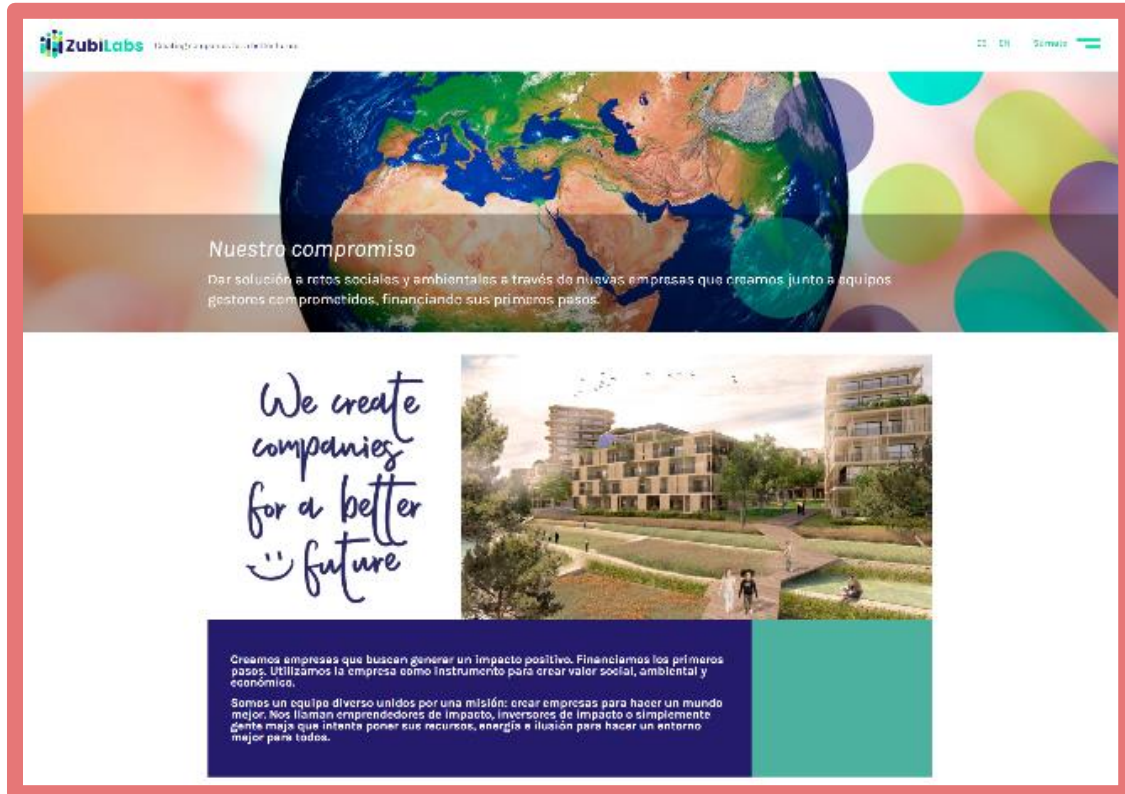


Otras iniciativas relacionadas

- Festival de Innovación Social: Ares Innova 2021. La Agencia Gallega de Innovación (Gain) organiza los días 1, 2 y 9 de octubre de 2021 el Festival de Innovación Social: Ares Innova 2021. Este evento abierto al público tendrá lugar en el marco de la Estrategia de Especialización Inteligente (RIS3) de Galicia y el Programa del Diseño para la Innovación y la Sostenibilidad 2024 - DIFERENCIA. Las localidades rurales de Montefaro, Redes y Ares serán el escenario de esta gran fiesta, que busca acercar la cultura de la innovación social a un público de todas las edades. Las actividades del evento combinan diseño, arte, cultura e innovación en un ambiente relajado. Priorizará la reflexión compartida para avanzar, a través de nuevos enfoques, en el desarrollo sostenible basado en la especialización inteligente.

E3. ZUBI LABS

TRANSVERSAL CON MEDIO AMBIENTE E INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Zubi Labs es una plataforma digital para la creación de empresas que buscan un impacto positivo basado en los tres ejes de la sostenibilidad: valor social, ambiental y económico. Unen la comunidad en torno al emprendimiento con ellos, sumándose al equipo o co-invirtiéndose en proyectos de impacto.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 10. Reducción de las desigualdades
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

El proyecto con sede en Valencia está formado por un equipo de más de 100 personas, capitaneado por Iker Marcaide. En el proyecto colabora Social Nest Foundation, también de Valencia, una plataforma internacional de soporte de emprendedores, entidades, gobiernos e inversores focalizada en hacer frente a los retos del presente.

¿Qué hacen?

En la actualidad, han creado 12 iniciativas con más de 8.000 personas beneficiadas de los emprendimientos. Una gran parte de los proyectos tienen que ver con la innovación en el área de la construcción sostenible, aunque tienen proyectos educativos centrados en el agua y en energías renovables. Apoyan al emprendimiento social ofreciendo inversión, acompañamiento, recursos, metodología y espacios de trabajo.

¿Cómo se financia?

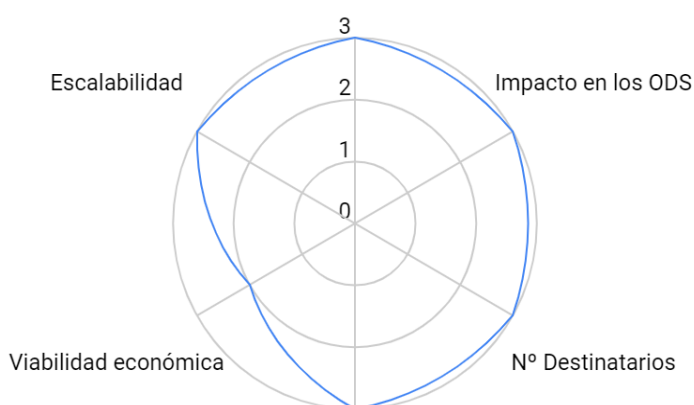
Proyecto con financiación privada y pública.

¿Por qué es estratégico para BBK?

El emprendimiento social es un criterio fundamental para esta línea. En el caso de nuestro territorio, tenemos miles de desafíos que abordar en el área de la sostenibilidad, pero conseguir la financiación y el impulso necesarios para iniciar los proyectos no siempre es sencillo, mucho menos si hablamos en términos de impacto social o ambiental. Zubi Labs apoya a los emprendedores con su experiencia, su red de talento, la financiación y con la generación de una comunidad cohesionada.

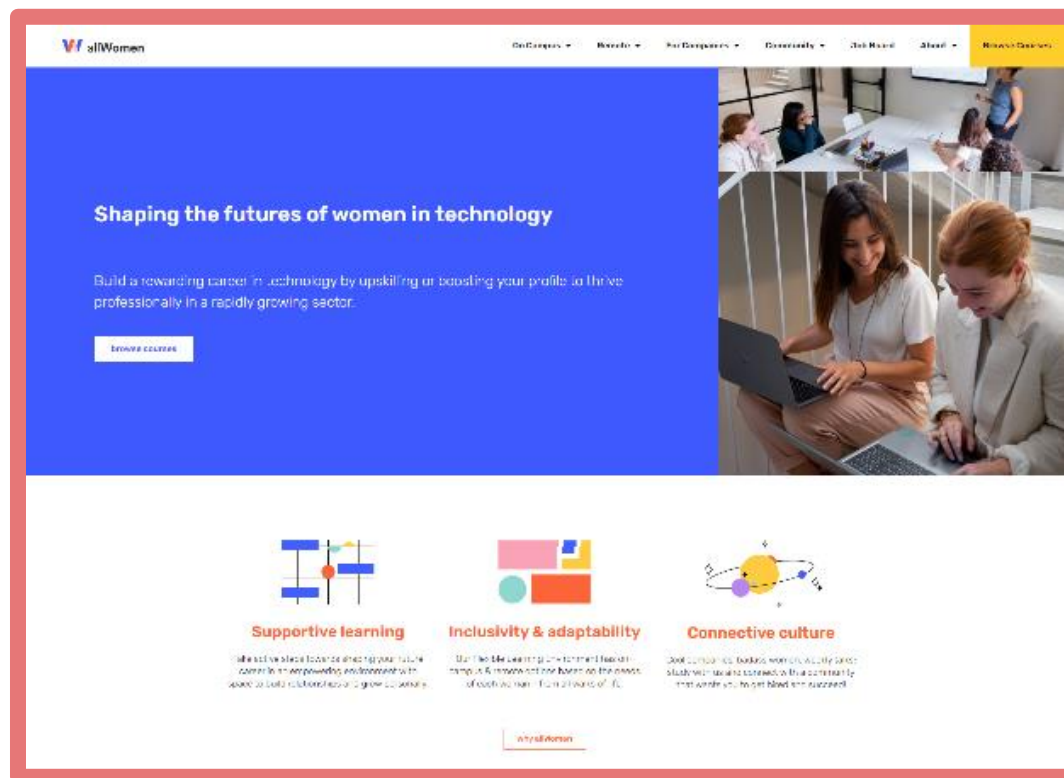
- Generación de comunidad on/offline.
- Facilitación de procesos participativos/innovadores.
- Emprendimiento.

Puntuación total: 17/18



E4. ALLWOMAN.TECH

ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

ALLWOMAN.TECH es una escuela de formación tecnológica de mujeres para mujeres en Barcelona y con una clara vocación internacional que se evidencia en su página, exclusivamente en inglés. Más que una escuela, es una comunidad con cursos presenciales y digitales sobre temáticas como el *data science*, *data analytics*, *machine learning*, diseño UX/UI, gestión de proyectos o desarrollo web. Más de 16.000 estudiantes y más de 200 compañías han confiado en el proyecto, bien contratando a las estudiantes, bien organizando eventos y becas o bien participando en la comunidad allWomen.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Escuela fundada por Laura Fernández en julio de 2017, experta en tecnología y aprendizaje innovador, así como en la construcción de comunidades. Apoyando el proyecto de forma activa se encuentran

Barcelona Activa, agencia de desarrollo local, y el coworking M()B. Han confiado en la escuela entidades como BBVA, Data & Analytics, adidas, Nestlé, Holaluz...

¿Qué hacen?

- Formación stem para mujeres y de mujeres.
- Creación de una comunidad *online* y *offline* en torno a las áreas de la tecnología.
- Facilitación de procesos participativos.
- Cursos presenciales y digitales a tiempo completo o parcial.

¿Cómo se financia?

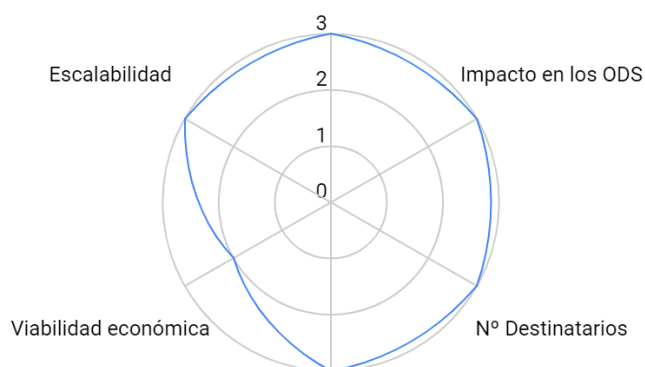
Proyecto autofinanciado y con aportación privada.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Dentro del área de Educación, Talento y Emprendimiento se establecía como prioridad el conocer proyectos vinculados con la innovación en el terreno STEM y mujeres, al tiempo que se buscaba impacto social. Allwomen.tech cubre todos estos requisitos al desarrollar un modelo de negocio con monetización desde su inicio y con un altísimo impacto en la sociedad.

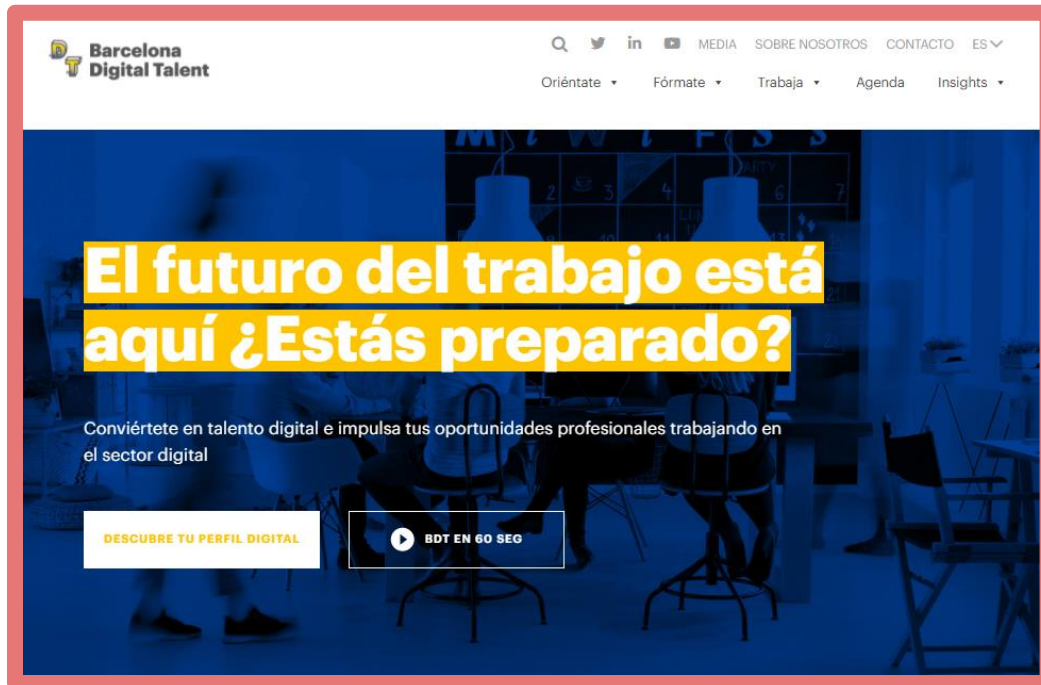
- Stem y mujeres.
- Empleabilidad.
- Brecha digital/alfabetización digital.
- Generación de comunidad on/offline.

Puntuación total: 17/18



E5. BARCELONA DIGITAL TALENT

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Barcelona Digital Talent es una comunidad que combate la brecha de talento digital e impulsa oportunidades laborales en el sector digital desde Barcelona. Por un lado, es una plataforma que ayuda a las personas a orientarse profesionalmente en el entorno digital (encuesta, análisis de tendencias...). Por otro lado, es un proyecto recopilatorio de formación en habilidades y competencias digitales en cursos gratuitos, bootcamps y másters, además de promover siete cursos propios. También funciona como creador de alianzas entre el talento digital y las personas reclutadoras con actividades de conexión.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Promovido, desde 2019, por una serie de promotores públicos de Cataluña (Mobile World Capital Barcelona, Ctecno Cercle Tecnològic de Catalunya, 22@ Network BCN, Tech Barcelona, Foment del Treball Nacional, Barcelona Global, Pimec Micro, petita i mitjana empresa de Catalunya, Ajuntament de

Barcelona y Generalitat de Catalunya). Además, cuenta como partners con CaixaBank, Suez, Seat, Everis...

¿Qué hacen?

- Reducción de la brecha digital entre personas profesionales.
- Digitalización del talento.
- Orientación laboral en el área digital.
- Facilitación de procesos innovadores y de relación entre agentes.

¿Cómo se financia?

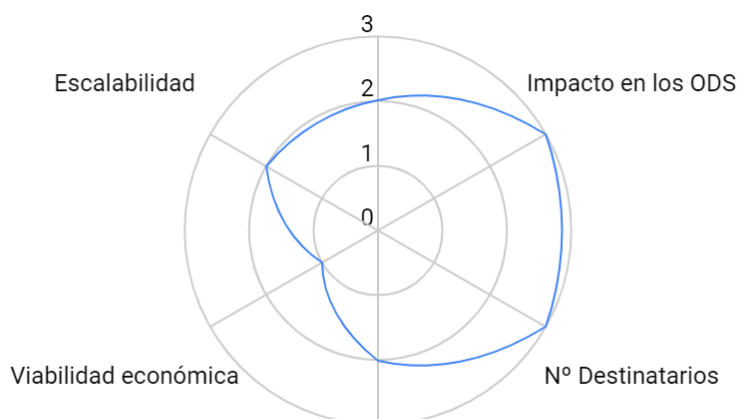
Proyecto con financiación pública.

¿Por qué es estratégico para BBK?

El apoyo constante a la digitalización de las personas y su innovación a la hora de descubrir el mejor perfil digital, hacen de esta iniciativa una clara aspirante dentro del área de talento y empleo. Además, trabaja de una manera muy directa la digitalización y la eliminación de la brecha digital.

- Stem y mujeres.
- Empleabilidad.
- Brecha digital/alfabetización digital.
- Generación de comunidad on/offline.

Puntuación total: 13/18

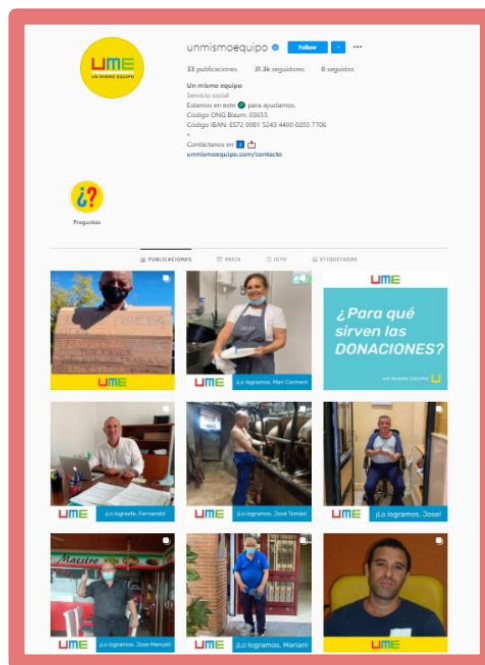


Otras iniciativas relacionadas

- Singularity experts. Plataforma *online* de orientación profesional que descubre a las personas participantes los empleos con futuro que mejor se adaptan a sus habilidades e intereses. Todo ello, en base a una metodología completa fundamentada en una prueba y el envío de un informe exclusivo para cada persona. Detrás del proyecto se encuentra Elena Ibáñez, Singularity Hackers, Fundación Atresmedia y otras entidades sociales.

E6. @UNMISMOEQUIPO

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Un Mismo Equipo nace ante la necesidad de dar visibilidad a todas las personas que se encuentran en riesgo de exclusión y que desconocen el poder de las redes sociales. A través de las RRSS, y muy especialmente desde Instagram, los promotores de la iniciativa comparten los perfiles de personas en riesgo de exclusión social para conectarlos con personas empleadoras. Aspiran a convertirse en una *start up* social que sirva como escaparate para profesionales de distintos ámbitos como carpinteros, camareros o chefs.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 1. Fin de la pobreza
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 10. Reducción de las desigualdades
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Iniciativa promovida por Gonzalo Perales, que sufrió leucemia hace cuatro años y relató su experiencia en redes, Pablo García y Miguel Jiménez, treintañeros que se conocieron por una amiga en común.

¿Qué hacen?

- Generación de comunidad *online* y *offline* a través de la inclusión.
- Empleabilidad de personas en riesgo de exclusión social.
- Visibilidad de personas sin hogar y sin empleo.
- Eliminación de la brecha digital para personas desempleadas.

¿Cómo se financia?

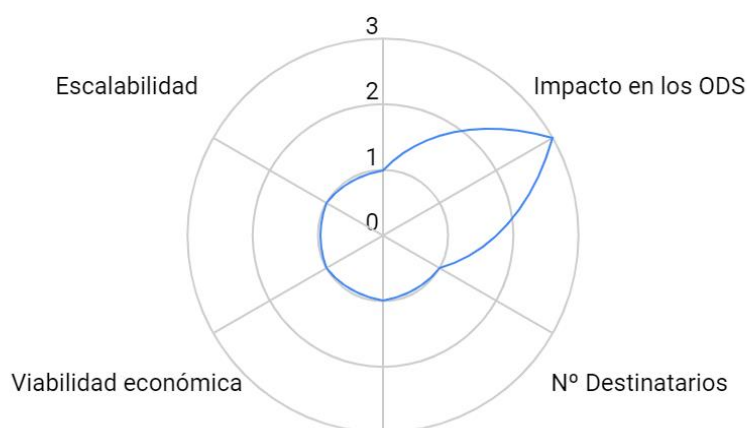
Proyecto con financiación privada.

¿Por qué es estratégico para BBK?

A pesar de tratarse de un proyecto piloto, de reciente creación y con una escalabilidad a corto plazo compleja, aúna aspectos fundamentales de la innovación social. Es una herramienta de fácil implementación y bajo coste, al tiempo que tiene un alto impacto, al cambiar de forma radical la vida de las personas que encuentran trabajo.

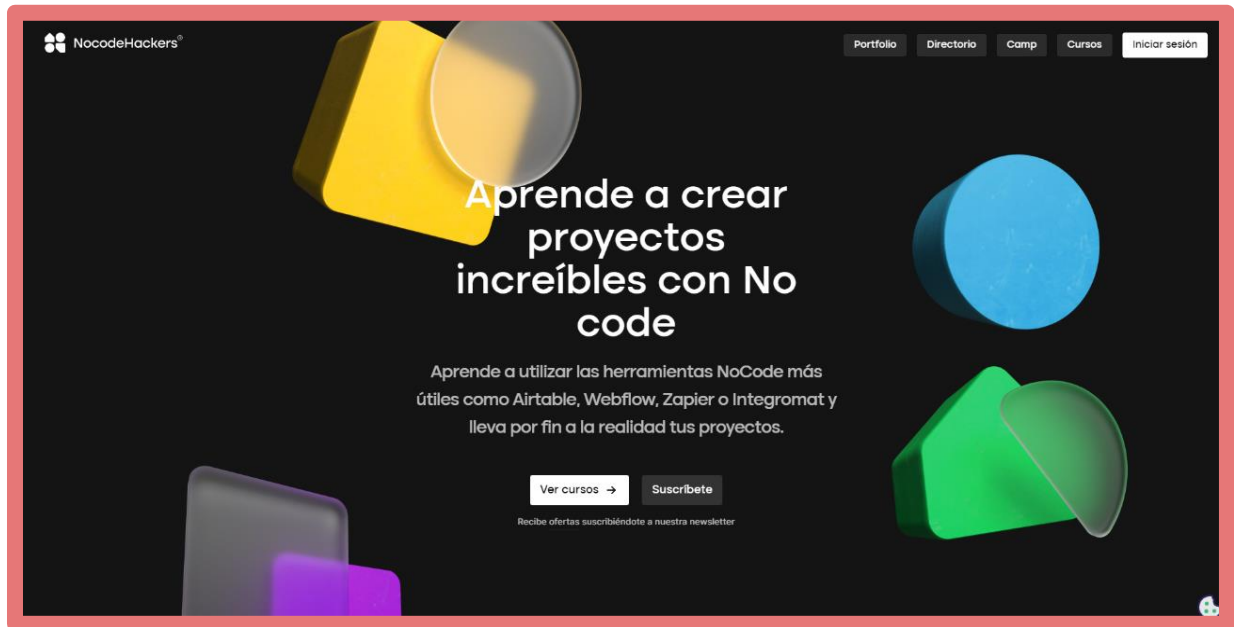
- Brecha digital/alfabetización digital.
- Generación de comunidad on/offline.
- Empleabilidad.

Puntuación total: 8/18



E7. NOCODEHACKERS.ES

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

[NOCODEHACKERS.ES](https://nocodehackers.es) es una academia de herramientas no-code con cursos de 1 o 2 horas para aprender rápidamente a programar con herramientas sin código y con un “camp” de 72 horas en remoto (8 semanas). Estas herramientas, avaladas por expertos en la materia, permiten validar de forma rápida y poco costosa soluciones que de otra forma no serían factibles.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico

¿Quién lo promueve?

Promotores privados desconocidos.

¿Qué hacen?

- Digitalización en el área del no-code.
- Generación de comunidad *online* a través de podcast, redes sociales, newsletter y cursos formativos rápidos.
- Emprendimiento en código de forma rápida e innovadora.

¿Cómo se financia?

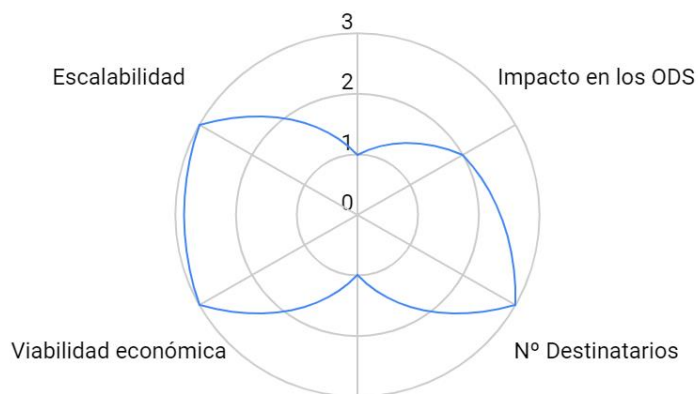
Proyecto autofinanciado.

¿Por qué es estratégico para BBK?

No code hackers es una academia de reciente creación (2020), pero con un alto impacto al tener más de 600 alumnos graduados y una comunidad de más de 900 personas. Es estratégicamente relevante ya que aborda la digitalización desde un área novedosa y con metodologías de conocimiento ágiles.

- Digitalización: no code
- Brecha digital/alfabetización digital
- Generación de comunidad on/offline
- Emprendimiento de código

Puntuación total: 13/18

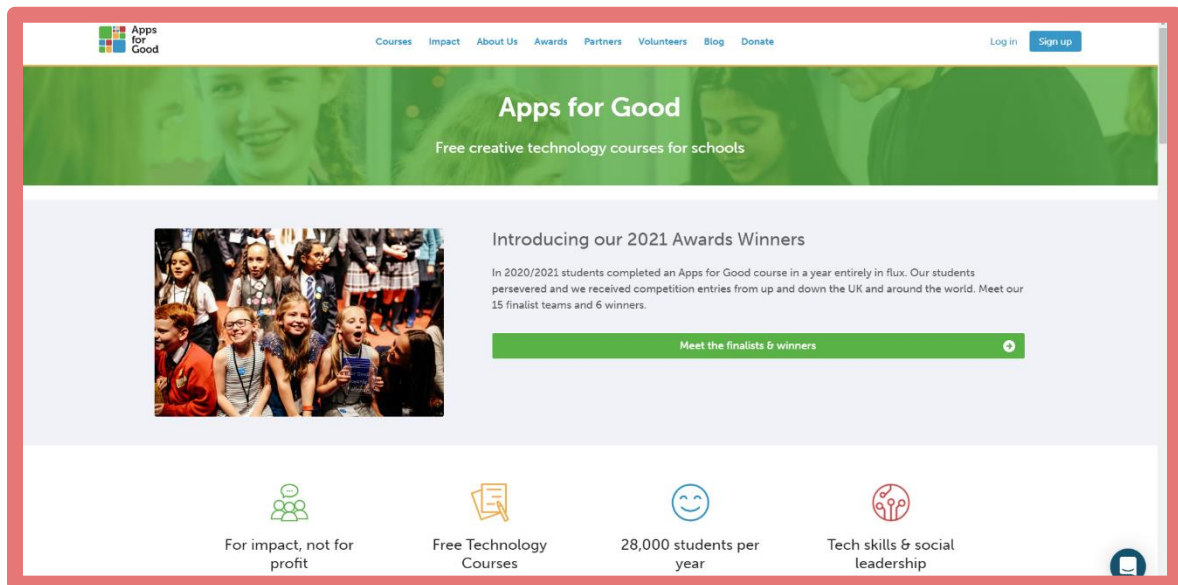


Otras iniciativas relacionadas

- [Nocoders.academy](#). Academia para aprender las principales herramientas sin código y creación de páginas web de forma rápida y sencilla. Es un modelo muy similar al anterior, pero la academia todavía no está en funcionamiento, aunque tienen algunos tutoriales de visionado rápido y gratuitos. Sí incluyen un canal de slack para personas desarrolladoras sin código, con un fuerte compromiso con la creación de comunidad.

E8. APPS FOR GOOD

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Apps for Good es una organización benéfica independiente de Reino Unido que, desde 2010, trabaja con profesores para desbloquear el potencial de más de 200.000 estudiantes con cursos de tecnología gratuitos. Los cursos animan a las personas estudiantes a pensar en soluciones para el mundo que les rodea y resolver los problemas que se encuentran. Están asociados con grandes organizaciones para mejorar la experiencia de aprendizaje, brindar oportunidades para los estudiantes y financiación para seguir siendo gratuitos y accesibles para la mayor cantidad posible de jóvenes.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 10. Reducción de las desigualdades
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Impulsado por el extinto CDI Europe, un hub de innovación, en colaboración con Dell y el apoyo de empresas como Lego, SAP o Spotify.

¿Qué hacen?

Desde hace más de 10 años, Apps for Good trabaja en el desarrollo de habilidades digitales y transversales en los estudiantes del Reino Unido con el objetivo de construir una sociedad con un alto

grado de alfabetización digital. No son solo cursos formativos, sino que trabajan en la solución de problemas del entorno del estudiantado, construyendo un gran programa de innovación social.

- Eliminación de la brecha y alfabetización digitales de más de 200.000 niños y niñas desde 2010.
- Facilitan procesos participativos basados en tecnología.

¿Cómo se financia?

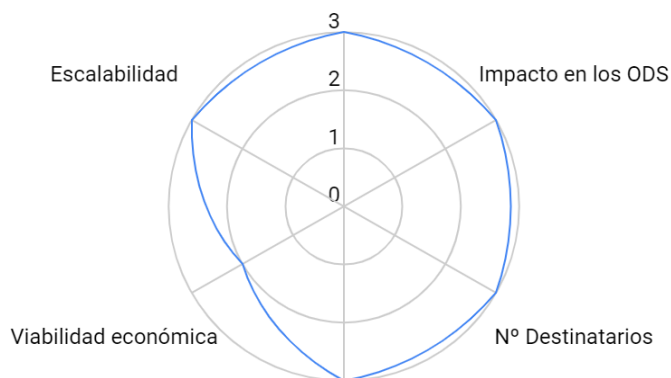
Proyecto con financiación privada y pública.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es estratégico para el BBK porque aúna un alto conocimiento de la realidad escolar y del ecosistema escolar con el emprendimiento digital innovador.

- Brecha digital/alfabetización digital.
- Facilitación de procesos participativos/innovadores.
- Empleabilidad.

Puntuación total: 17/18

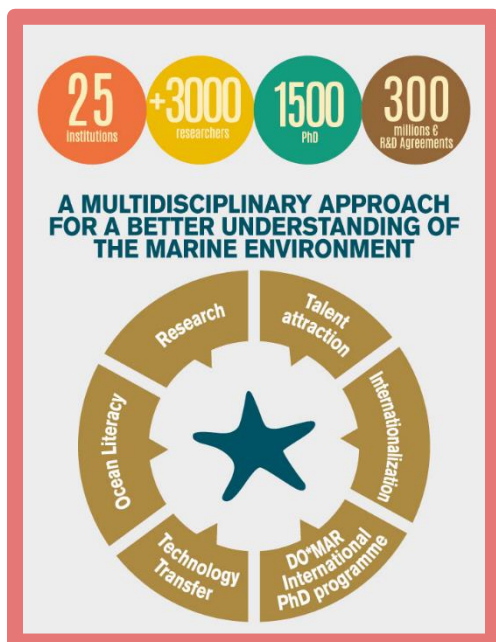


Otras iniciativas relacionadas

- Escuelab (iniciativa nacional). El objetivo social de Escuelab es democratizar el acceso a una educación científica práctica e interactiva, fomentar las vocaciones investigadoras y desarrollar herramientas de futuro entre los escolares españoles, con especial foco en aquellos en riesgo de exclusión. Difundido por BBVA en 2015 en su programa A tu manera.

E9. CAMPUS DO MAR

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Campus do mar es una potente red de investigación y desarrollo marinos, en la que participan 25 instituciones y más de 3.000 investigadores.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 14. Vida submarina
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Impulsado por las Universidades de Vigo, A Coruña y Santiago de Compostela, el CSIC y el Instituto Español de Oceanografía.

¿Qué hacen?

Es un proyecto que ha creado un ecosistema sostenible de investigación en torno al océano gracias a los recursos académicos de las tres universidades gallegas, los recursos de investigación y desarrollo del CSIC y del Instituto Español de Oceanografía y el apoyo económico e institucional de otras entidades, poniendo en valor el trabajo de investigación y desarrollo que se está realizando.

- Investigación
- Captación de talento
- Internacionalización de la investigación
- Programas de doctorado
- Transferencia de conocimiento
- Alfabetización oceánica
- Destacamos el proyecto: [Recursos científicos creados con personas científicas y artistas](#)

¿Cómo se financia?

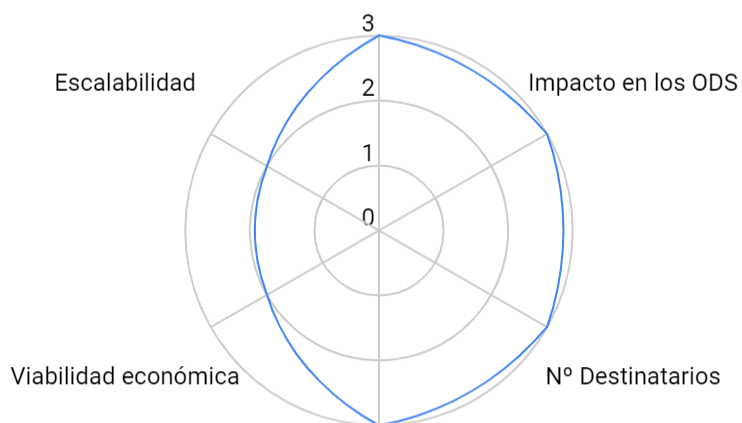
Proyecto de financiación pública.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Es una posible fuente de inspiración para apoyar y promocionar la investigación en Bizkaia.

- Generación de comunidad on/offline.
- Facilitación de procesos participativos/innovadores.
- Empleabilidad.

Puntuación total: 16/18



E10. UK RESEARCH AND INNOVATION

ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

UKRI es un organismo público patrocinado por el Departamento de Negocios, Energía y Estrategia Industrial (BEIS) británico. Reúne a los siete consejos de investigación disciplinarios, responsables de apoyar la investigación y el intercambio de conocimientos en instituciones de educación superior en Reino Unido y a la agencia de innovación inglesa. Se trata de una **plataforma de apoyo a la investigación y la innovación para crear un sistema próspero e inclusivo con diversas líneas de actuación: financiación de la investigación, apoyo a las carreras de los investigadores e investigadoras, cooperación internacional, creación de infraestructuras, promoción de la integridad investigadora y la inclusión e impacto de la actividad investigadora.**

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 10. Reducción de las desigualdades
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

¿Quién lo promueve?

Impulsado por el Departamento de Negocios, Energía y Estrategia Industrial británico, Research England e Innovative UK.

¿Qué hacen?

Es una plataforma en la que se fomenta la creación de alianzas entre los distintos agentes interesados en la investigación y la innovación, así como en la transferencia de conocimiento y la aplicación de los resultados obtenidos desde una perspectiva inclusiva e integradora.

- Financian investigaciones e infraestructuras.
- Fomentan la creación de alianzas.
- Apoyan el desarrollo de las carreras investigadoras.
- Promocionan la transparencia y la integridad investigadora.
- Fomentan la inclusión.
- Promueven la internacionalización.

¿Cómo se financia?

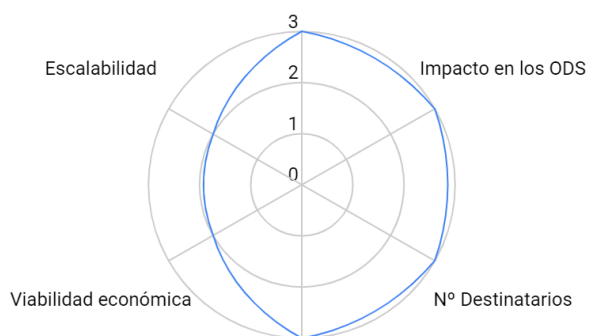
Proyecto de financiación pública.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Porque el apoyo al sistema de investigación de Bizkaia es una de las cuestiones de gran interés de esta área y, en concreto, de la sublínea.

- Generación de comunidad on/offline.
- Facilitación de procesos participativos/innovadores.
- Empleabilidad.

Puntuación total: 16/18



L4: MEDIO AMBIENTE

SUBLÍNEA 1: Cambio climático y medio ambiente

MA1. We Sustainability

MA2. Taiti Agua

MA3. Circular Classroom

- Activism school
- Alimentos Digital

MA4. Onerz App

MA5. Repsol Zinkers

SUBLÍNEA 2: Sostenibilidad del medio rural y litoral

MA6. Mercado de la cosecha

MA7. TALKUAL

- Proyecto Kulto
- Let's Food Ideas

MA8. Hola Pueblo

MA9. Pandora Hub

MA10. Raína Paraíso

MA1. WE SUSTAINABILITY

TRANSVERSAL CON EDUCACIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

We Sustainability es una plataforma de sostenibilidad ambiental que promueve el cuidado y preservación del medio ambiente a través del activismo y la concienciación. Llevan 11 años comprometidos con el cuidado del medio ambiente y el fomento de un estilo de vida sano y consciente. Su misión es concienciar a las personas a través del activismo.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 13. Acción por el clima
- 14. Vida submarina

¿Quién lo promueve?

Las empresas gallegas Vazva e Hijos de Rivera, que cuentan con colaboradores como la Asociación Mar de Fábula.

¿Qué hacen?

We Sustainability es un proyecto de educación y actuación que impacta en todos los niveles de la sociedad gallega; en concreto, de la ciudad de A Coruña y localidades vecinas. Ha logrado la implicación

de jóvenes, mayores, familias, colectivos sociales, empresas a través de sus programas de voluntariado corporativo e incluso del Real Club Deportivo de A Coruña con el proyecto #WÉDEPOR.

- Activismo local: limpieza de playas.
- Conciencia: reciclaje colaborativo.
- Aprendizaje: talleres sostenibles.
- Divulgación: eventos y charlas.
- Inclusión: acción social.
- Cuentan también con una tienda *online*.

¿Cómo se financia?

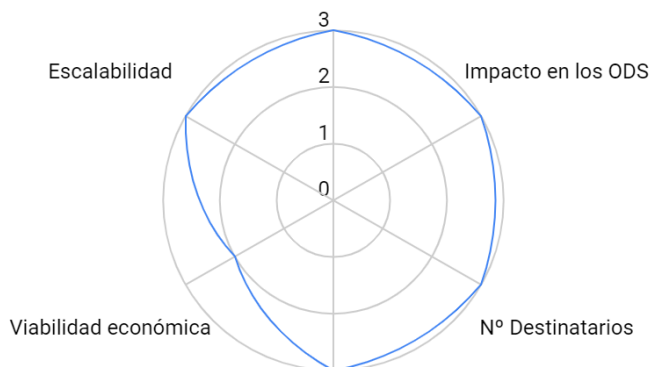
A través de fondos de Hijos de Rivera y aportaciones externas de empresas y particulares.

¿Por qué es estratégico para BBK?

BBK, a través de su centro en Urdaibai, puede construir un proyecto de educación y concienciación en donde involucrar a la sociedad local. Como claves del éxito, cabe comentar que han transformado su imagen y cuentan con un branding moderno y atractivo, además de una comunicación muy potente en RRSS.

- Cambio climático.
- Educación para la sostenibilidad.
- Consumo responsable.
- Residuo cero.
- Transversalidad con educación.

Puntuación total: 17/18



MA2. TAITI AGUA

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Taiti Agua es una empresa social que se encarga de toda la gestión del agua en eventos, reuniones, etc. Su misión es acabar con el consumo de envases de un solo uso que tanto daño hacen al planeta.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 12. Producción y consumos responsables
- 13. Acción por el clima

¿Quién lo promueve?

Promotores privados.

¿Qué hacen?

Prestan un servicio que combina el uso de botellas reutilizables y agua de la red microfiltrada con la gestión de su distribución, recogida y limpieza durante todo el evento. Así, se aseguran de que las botellas estén limpias, rellenas y listas en todo momento para las personas asistentes.

En la actualidad, han creado el Circular Vending, en donde prestan un servicio similar, pero a través de máquinas expendedoras que pueden ser instaladas en las organizaciones. Las personas usuarias retiran las botellas reutilizables y las devuelven una vez consumida el agua.

¿Cómo se financia?

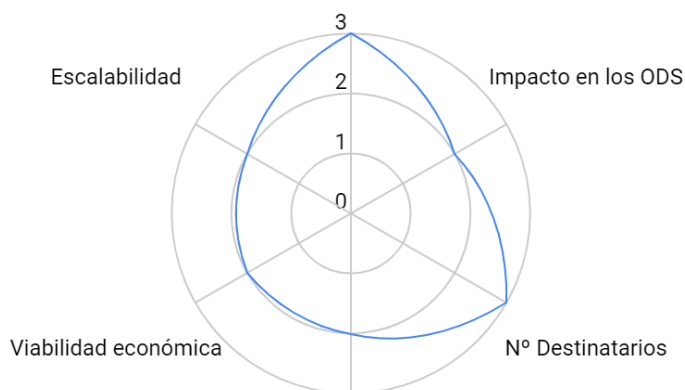
A través de fondos de capital de sus personas socias y aportaciones externas de las personas y entidades que contratan el servicio.

¿Por qué es estratégico para BBK?

BBK cuenta con muchos espacios en donde organiza talleres, eventos, conferencias... El disponer de un servicio como este en estos espacios ofrecería a la persona visitante una muestra “palpable” del compromiso del BBK con la sostenibilidad. Sería interesante también sondear la posibilidad de que se pudiera establecer el servicio de circular vending en alguna de sus instalaciones para las personas trabajadoras. “Decimos y hacemos”.

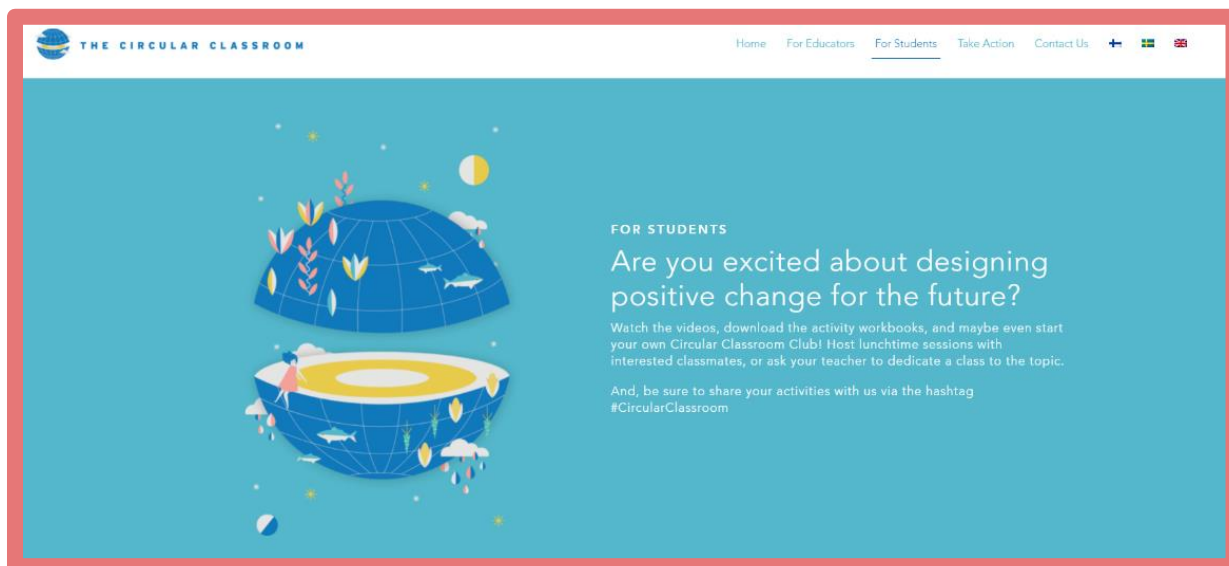
- Educación para la sostenibilidad.
- Consumo responsable.
- Residuo cero.
- Huella de carbono/hídrica/ecológica.

Puntuación total: 14/18



MA3. CIRCULAR CLASSROOM

TRANSVERSAL CON EDUCACIÓN | ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Circular Classroom es una caja de herramientas educativas *online* para integrar el pensamiento circular en las aulas de educación secundaria de Finlandia.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 9. Agua, industria, innovación e infraestructura
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 12. Producción y consumos responsables

¿Quién lo promueve?

La empresa Walki, dentro de su programa de RSC. Walki es un grupo internacional en crecimiento organizado en tres áreas de negocio: envases de consumo, embalaje industrial y materiales.

¿Qué hacen?

Es un programa educativo con una gran variedad de actividades interactivas para trabajar en el aula, que proporciona más herramientas de enriquecimiento para las tareas dentro de los libros de trabajo fáciles de usar, junto con videos cortos y atractivos, activando el proceso de descubrimiento a través del aprendizaje colaborativo y experimental. A su vez, una nueva generación de pensadores circulares creativos desarrolla las herramientas de pensamiento y acción necesarias para diseñar un futuro

sostenible y regenerativo a través de la Economía Circular. Presenta dos itinerarios diferenciados para el docente y para el/la estudiante.

¿Cómo se financia?

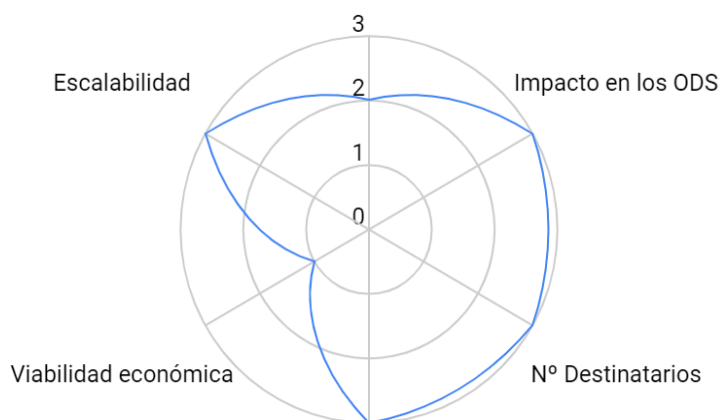
Proyecto propio vinculado a la empresa Walki.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Como parte de BBK Klima, vemos factible la construcción de un proyecto educativo transversal abierto a toda la comunidad educativa de Euskadi. Independientemente de la temática seleccionada, de las personas destinatarias de la acción, etc., convertirse en un referente en cuanto a diseño metodológico de proyectos educativos, que sirvan como refuerzo curricular de los y las docentes, es un éxito asegurado. Con los cambios normativos que estamos viviendo y un seguro cambio de modelo a una educación por proyectos, BBK tiene una oportunidad única para posicionarse como una figura clave en este campo.

- Cambio climático.
- Educación para la sostenibilidad.
- Consumo responsable.
- Residuo cero.
- Huella de carbono/hídrica/ecológica.
- Transversalidad con educación.

Puntuación total: 14/18

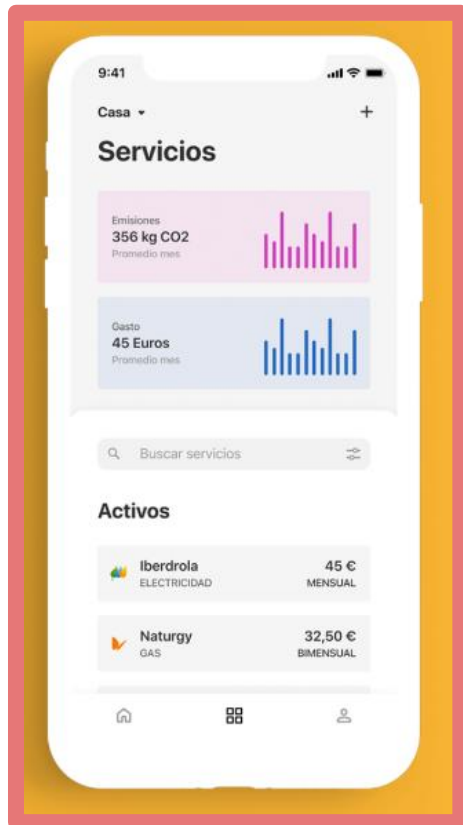


Otras iniciativas relacionadas

- ACTIVISM SCHOOL (ÁMBITO INTERNACIONAL) es un programa de formación de cinco semanas que permite desarrollar las habilidades necesarias para comenzar la lucha por la justicia ambiental y enseña cómo iniciar un proyecto o campaña comunitaria. También es una gran oportunidad para establecer contactos con otras personas que comparten su pasión por marcar la diferencia en sus comunidades. En formato presencial y *online* (durante la Covid), realmente nos parece estratégico para BBK porque su objetivo es lograr que se creen comunidades que desarrollen un proyecto a favor del clima. De todos los que finalizan el programa, la Fundación David Suzuki de Canadá financia alguno de ellos.
- ALIMENTES DIGITAL (ÁMBITO NACIONAL) es un programa de educación por la sostenibilidad basado en la cadena de valor de la industria de la alimentación. Con contenidos adaptados al currículum de educación infantil y primaria (y a sus diferentes niveles), muestra a las niñas y a los niños lo que sucede con los alimentos desde que salen del mar o de la tierra hasta que llegan a sus casas. Es un programa que cuenta con una plataforma propia de *e-learning* en donde el alumnado puede visualizar vídeos y participar en actividades educativas. El profesorado, por su parte, cuenta con más contenidos para poder desarrollar los temas en el aula. Es un programa enmarcado dentro de la política de responsabilidad social de Gadisa, empresa líder de la distribución alimentaria en el noroeste de España, con más de 10.000 alumnos/as participantes en su primera edición. De este proyecto nos gusta especialmente para BBK el potencial de alcance y la facilidad de la implantación, con resultados rápidos satisfactorios si la iniciativa está bien articulada en torno al currículum escolar.

MA4. ONERZ APP

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Onerz es una aplicación para el cálculo de las emisiones de gases de efecto invernadero que produce cada individuo, familia, organización, etc. para ayudar en la reducción y compensación de las mismas. Su misión es conseguir un mundo más sostenible utilizando el consumo como herramienta para lograrlo.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 12. Producción y consumos responsables
- 13. Acción por el clima

¿Quién lo promueve?

El grupo Zubi Labs. Un grupo empresarial que crea entidades que busquen generar un impacto positivo. Financian sus primeros pasos. Utilizan la empresa como instrumento para crear valor social, ambiental y económico.

¿Qué hacen?

Es una aplicación que te permite actuar en tres fases:

- Cálculo. En función de una serie de datos que vas introduciendo calcula tus emisiones de CO2.
- Reducción de emisiones. En función del ámbito en donde desees actuar, calculan el ahorro en emisiones, el ahorro económico que puedes obtener y te ofrecen alternativas para poder ejecutar la acción.
- Compensación de emisiones. Como no es posible reducir al 100% todas tus emisiones, muestran varios proyectos de absorción de CO2 en los que puedes invertir para compensar tus emisiones.

¿Cómo se financia?

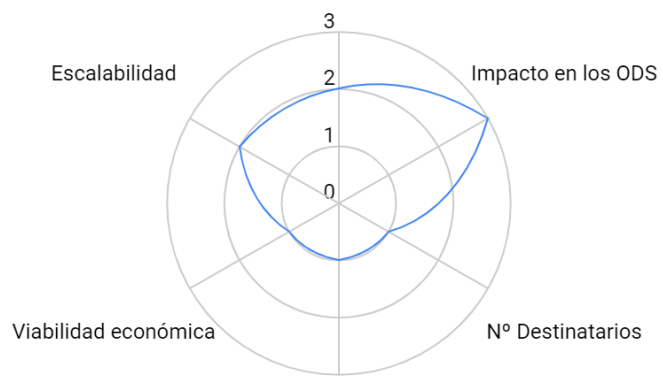
A través de los fondos de inversión gestionados por el grupo Zubi Labs.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Aplicaciones de cálculo de emisiones o de huella ecológica hay muchas en el mercado, lo verdaderamente innovador de esta propuesta es que te ofrece alternativas para su minimización y te asesora en el proceso de implementarlas. Crear una calculadora de emisiones en donde se tome como referencia factores de emisión locales, con soluciones para reducir y compensar en el territorio, puede posicionar a BBK Clima como agente activo en la reducción de emisiones de CO2 en Euskadi.

- Cambio climático.
- Educación para la sostenibilidad.
- Consumo responsable.
- Residuo cero.
- Huella carbono/hídrica/ecológica.
- Energías renovables.

Puntuación total: 10/18





¿Qué es?

Repsol Zinkers es una plataforma educativa con multitud de contenidos educativos sobre la energía, el cambio climático, la calidad del aire, la movilidad sostenible, la economía circular y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 12. Producción y consumos responsables
- 13. Acción por el clima

¿Quién lo promueve?

La Fundación Repsol.

¿Qué hacen?

Plataforma educativa con:

- Contenidos dirigidos a alumnado de educación primaria.
- Contenidos dirigidos a alumnado de educación secundaria.
- Contenidos dirigidos a profesorado.

- PROYECTO EWORLD. Dirigido a estudiantado de secundaria, cuenta con una metodología basada en el aprendizaje colaborativo y por proyectos. Se divide en cinco capítulos, con una parte teórica y otra práctica, en la que los alumnos acompañan a una facilitadora para resolver varios retos sobre energía, cambio climático, calidad del aire o movilidad sostenible.

¿Cómo se financia?

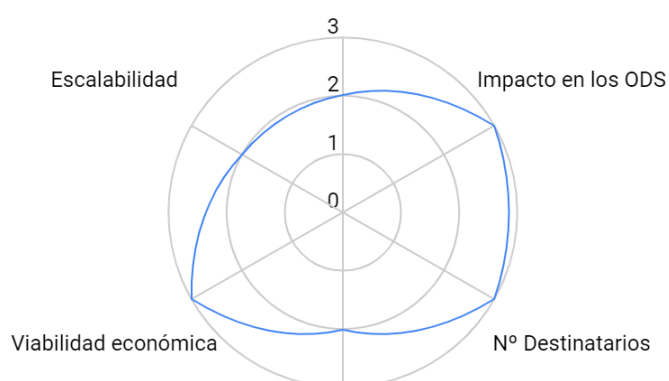
A través de las aportaciones de la Fundación Repsol.

¿Por qué es estratégico para BBK?

En la línea de impulsar el proyecto BBK Klima y su objetivo de transmitir el conocimiento sobre el cambio climático y los ODS, una iniciativa de este tipo podría situar a la Fundación en el mapa de las entidades comprometidas con la formación en sostenibilidad.

- Cambio climático.
- Educación para la sostenibilidad.
- Consumo responsable.
- Residuo cero.
- Huella carbono/hídrica/ecológica.
- Energías renovables.
- Transversalidad con educación.

Puntuación total: 15/18



MA6. MERCADO DE LA COSECHA

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

El Mercado de la Cosecha es un proyecto para la divulgación de iniciativas que están transformando el rural en un medio más próspero, sostenible y saludable que genera bienestar.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 3. Salud y bienestar
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 12. Producción y consumos responsables
- 13. Acción por el clima

¿Quién lo promueve?

Inicialmente, fue promovido por la Fundación Galicia Sustentable, junto con grandes empresas gallegas como Gadis, R, Hijos de Rivera. En la actualidad, el proyecto fue absorbido por Hijos de Rivera.

¿Qué hacen?

Muestran la contribución que se está haciendo desde el medio rural al reto global que suponen los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU entendidos como un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad. Para ello, buscan y divulgan iniciativas transformadoras, e intentan que entre ellas surjan sinergias de valor para potenciar su impacto sobre el medio en el que se asientan.

- Parladoiros (foros).
- Ferias, actividades, talleres...
- Tiendas pop-up.
- Podcast.

- Mapeo de iniciativas.
- Blog y RRSS.

¿Cómo se financia?

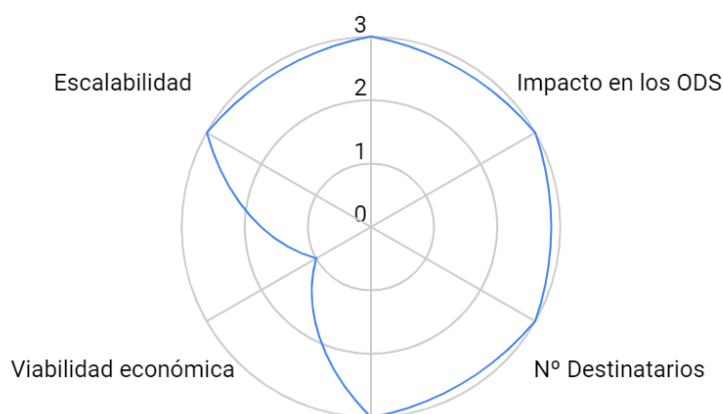
Inicialmente, a través de las aportaciones económicas de las empresas promotoras. Ese papel actualmente ha sido asumido por Hijos de Rivera, que absorbió el proyecto y lo enmarca dentro de sus acciones de responsabilidad social.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Desde BBK, se apoya activamente a las ferias de productores locales. Al tener este espacio, se pueden desarrollar muchas actividades de divulgación de los y las productores locales que atraigan a más visitantes y que repercuta en un conocimiento mayor de sus productos y un incremento en sus ventas. Además, BBK Azoka cuenta con una identificación de baserritaras y con una plataforma que puede avanzar en la línea de la divulgación de productos locales. BBK se convertiría, así, en activador del desarrollo económico local, visibilizando aquellos proyectos innovadores, con impacto en la sostenibilidad, referentes dentro del propio sector.

- Cambio climático.
- Emprendimiento sostenible en el rural.
- Educación para la sostenibilidad.
- Consumo responsable.
- Residuo cero.
- Huella carbono/hídrica/ecológica.
- Primer sector.

Puntuación total: 16/18



MA7. TALKUAL

ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

TALKUAL es un proyecto, fundado en 2019, que tiene como misión eliminar el derroche de alimentos, mientras ofrecen producto de calidad y proximidad a toda España. Ofrecen cajas de fruta y verdura imperfecta pero deliciosa, a precios inferiores a la frutería habitual y que llevan a la puerta de casa.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 3. Salud y bienestar
- 12. Producción y consumos responsables

¿Quién lo promueve?

Pequeña empresa privada.

¿Qué hacen?

- Repartir frutas y verduras a domicilio que no cumplen los requisitos estéticos de las grandes superficies.
- Luchar contra el derroche alimentario, reducir el uso de envases y servir productos de temporada directamente del campo.

La persona puede elegir cajas de producto de diferentes tamaños, adaptadas a sus necesidades. Actualizan constantemente los productos para adaptarse a la temporada. Además, realizan campañas específicas cuando alguno de sus productores y productoras tienen excedentes, con el fin de dar salida a ese producto y que no termine siendo rechazado.

¿Cómo se financia?

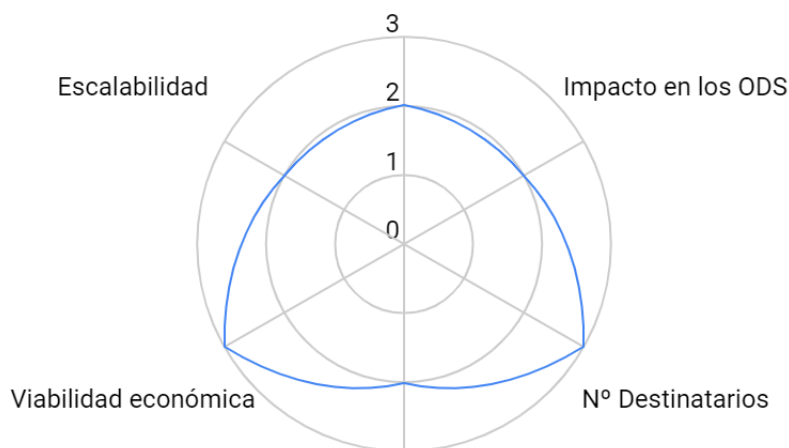
Talkual es una iniciativa reciente, pero que ha conseguido afianzarse por sí misma. Su modelo de negocio es sustentado por la venta de sus productos.

¿Por qué es estratégico para BBK?

El aspecto clave de este proyecto es que se trata de un modelo de negocio que nace en digital. Aquí BBK puede desarrollar un papel importantísimo de cara a impulsar una iniciativa similar en donde se comercialice este tipo de productos de sus baserritarras a través de BBK Azoka. Cuenta con conocimientos, cuenta con productores, cuenta con una plataforma de comercialización *online*... Todo está encaminado para impulsar el desperdicio alimentario en origen en las entidades locales.

- Educación para la sostenibilidad.
- Consumo responsable.
- Emprendimiento sostenible en el rural.
- Primer sector.

Puntuación total: 14/18



Otras iniciativas relacionadas

- PROYECTO KULTO (ÁMBITO NACIONAL) es una web en donde se pone en contacto a los productores en ecológico con los consumidores por geolocalización. El posterior pedido y envío se gestiona a través de canales privados de comunicación con los propios productores, pero el sistema de cajas y envíos está centralizado a través de correos con cajas rotuladas con el nombre del proyecto. BBK Azoka podría desarrollar un apartado específico para alimentos y productos con este perfil. Actualmente, con ecológico/a no existen resultados en la búsqueda de baserritarras.
- LET'S FOOD IDEAS (ÁMBITO INTERNACIONAL) es un portal web que recopila información sobre iniciativas alimentarias con impacto positivo “para inspirarse y actuar para la transición agroecológica”. Cuenta con un mapeo de iniciativas a nivel internacional e información sobre los proyectos, metodología de implantación, resultados... Consideramos de interés que BBK conozca este proyecto para ampliar su espectro de búsqueda de proyectos de medio rural.

MA8. HOLA PUEBLO

TRANSVERSAL CON EDUCACIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

Hola Pueblo es un proyecto cuya misión es impulsar la repoblación en las áreas rurales, facilitando el contacto de las personas que desean hacer realidad su proyecto de emprendimiento en el medio rural con pueblos en búsqueda de nuevos habitantes.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 10. Reducción de las desigualdades
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 13. Acción por el clima

¿Quién lo promueve?

Red Eléctrica y Correos, con la colaboración de diferentes diputaciones y gestionado por la empresa social Alma Natura.

¿Qué hacen?

Cuentan con dos líneas de actuación:

- Asesoramiento a personas emprendedoras: mentorización de proyecto y búsqueda de municipio.

- Asesoramiento a ayuntamientos: investigación, material promocional y contacto con emprendedores/as.

Los resultados de la primera edición son:

- 428 inscripciones de personas interesadas en emprender en el mundo rural.
- 30 personas asesoradas por Holapueblo en el desarrollo de su idea de negocio y el contacto con los 52 municipios participantes.
- 7 emprendedores y emprendedoras instalados en un municipio y desarrollando su idea de negocio.

¿Cómo se financia?

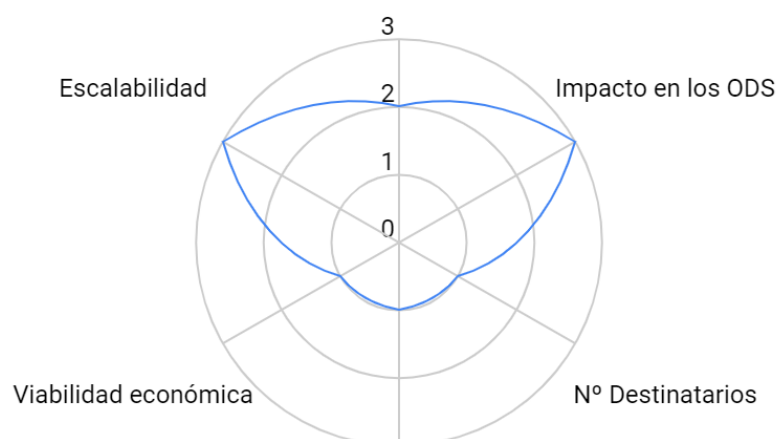
A través de las aportaciones de las dos entidades promotoras: Red Eléctrica Española y Correos.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Una de las prioridades de la línea es la formación de las personas del medio rural. Ampliar el foco para captar talento joven y, al mismo tiempo, contribuir al repoblamiento de zonas rurales de Euskadi.

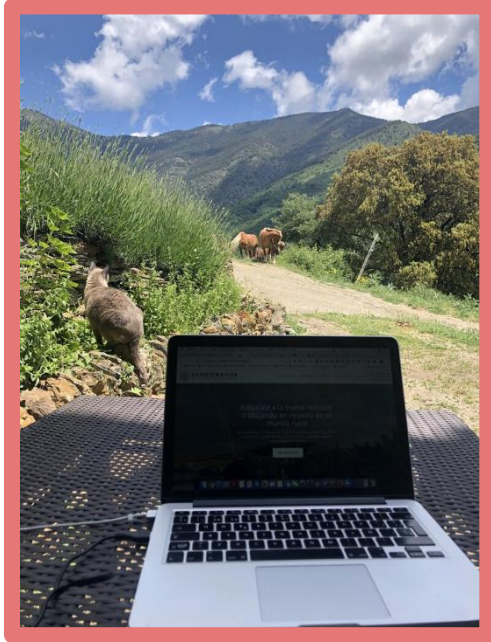
- Emprendimiento sostenible en el rural.
- Primer sector.
- Formación sector primario.

Puntuación total: 11/18



MA9. PANDORA HUB

TRANSVERSAL CON EDUCACIÓN | ÁMBITO INTERNACIONAL



¿Qué es?

Pandorahub es un movimiento impulsado por la inquietud de construir un estilo de vida productivo alternativo basado en el retorno al mundo rural, el trabajo en remoto y el impacto social, que aspira a convertirse en una red de *startups*, *digital nomads*, *makers*, organizaciones y lugares afines a su filosofía.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles

¿Quién lo promueve?

La Associació Pandorahub que engloba emprendedores/as, *startups*, organizaciones, nómadas, facilitadores/as, espacios de *coliving* y *coworking* rural, incubadoras rurales, redes, espacios y polinizador@s rurales que comparten la pasión por la naturaleza, el mundo rural, el emprendimiento de impacto y el trabajo en remoto.

¿Qué hacen?

Cuentan con varias líneas de actuación:

- Línea de Coliving rural: conectando personas profesionales y emprendedoras con comunidades rurales abiertas y afines.

- Rural Shakers (agitadores rurales): recopilan historias de personas inspiradoras que han creado proyectos disruptivos en el rural.
- Programas formativos de aceleración y mentorización de proyectos en el rural. Cuenta con dos itinerarios específicos para personas emprendedoras y para equipos, con un proyecto más maduro en fase de *start-up*.

¿Cómo se financia?

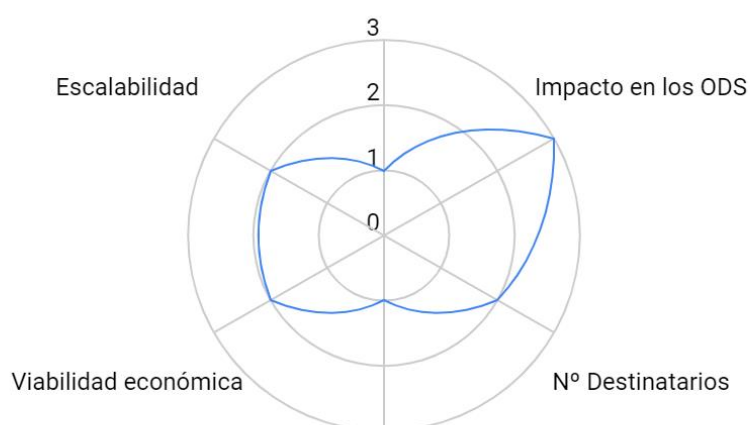
A través de aportaciones obtenidas en convocatorias públicas de subvenciones, como las obtenidas de la Generalitat de Cataluña y el Fondo Social Europeo, así como con los pagos por matrícula de las personas que participan en sus itinerarios formativos.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Una de las prioridades del área es la formación de las personas del medio rural. Crear programas específicos de formación que combinen sesiones más teóricas con la facilitación de procesos participativos, ayudará a conformar una red de baserritarras comprometidos con el desarrollo rural y alineados en torno a la marca BBK.

- Emprendimiento sostenible en el rural.
- Primer sector.
- Formación sector primario.

Puntuación total: 11/18



MA10. RAÍÑA PARAÍSO

TRANSVERSAL CON INCLUSIÓN | ÁMBITO NACIONAL



¿Qué es?

La actividad principal de la Raíña Paraíso es la producción de agricultura ecológica, pero no por eso es la más importante. Creen que el rural puede ser fuente de oportunidades, un espacio de cooperación y generación de proyectos únicos y apasionantes a través de la inserción de colectivos vulnerables para la producción y transformación de alimentos.

ODS SOBRE LOS QUE IMPACTA

- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 12. Producción y consumo responsables
- 13. Acción por el clima

¿Quién lo promueve?

La Asociación Raíña Paraíso nace con el objetivo de generar oportunidades laborales para personas del rural. Con el paso del tiempo, descubren que su “sueño” es mucho más amplio. Un reto más apasionante y exigente: que cada persona aporte lo mejor de sí misma.

¿Qué hacen?

Cuentan con varias líneas de actuación:

- Producción y venta de productos ecológicos dando oportunidades de empleo a personas en situación de exclusión social.
- Recuperación de razas autóctonas gallegas de determinadas especies.

- Actividades formativas dirigidas a las personas de la comarca para mejorar sus conocimientos a través de cursos vinculados a la agroecología.
- Actividades de conciliación para familias del rural, a través de actividades lúdicas y divulgativas.
- Turismo sostenible, recuperación del patrimonio natural, histórico y cultural de la zona en donde están implantadas (Curtis, Vilasantar y Sobrado dos Monxes). En este punto, cabe comentar que gestionan el albergue de Vilasantar y es regentado por una persona refugiada a la que le han conseguido empleo y alojamiento.
- Participación en ferias, eventos...

¿Cómo se financia?

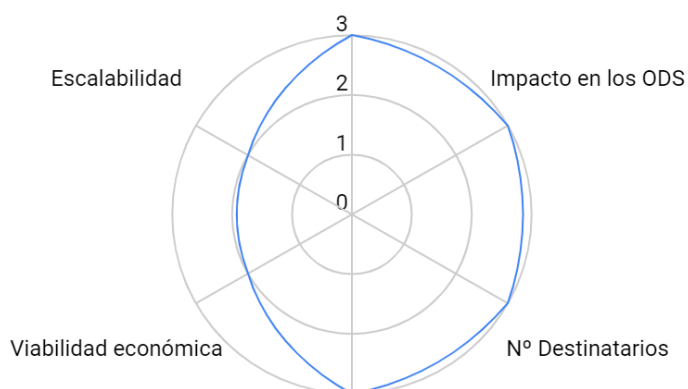
A través de aportaciones obtenidas en convocatorias públicas de subvenciones, como las obtenidas de la Xunta de Galicia y de la Diputación de A Coruña, así como con los pagos por los servicios que ofertan a las diferentes personas que participan en sus actividades.

¿Por qué es estratégico para BBK?

Una de las prioridades del área es la formación de las personas del medio rural. Crear programas específicos de formación que combinen sesiones más teóricas con la facilitación de procesos participativos, ayudará a conformar una red de baserritarras comprometidos con el desarrollo rural y alineados en torno a la marca BBK.

- Emprendimiento sostenible en el rural.
- Primer sector.
- Formación sector primario.

Puntuación total: 16/18



CAPÍTULO 4: conclusiones

A raíz de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19, se ha exaltado el impacto social como una de las grandes preocupaciones por parte de las empresas, entidades sociales, administraciones públicas y sociedad en general. La capacidad de reinversión y redirección del foco hacia los problemas más acuciantes, no solo los referidos a la propia contención del virus, sino también a los daños colaterales del mismo, como son la soledad no deseada, el aumento del desempleo y de personas en riesgo de exclusión social, el incremento de la desigualdad o el empeoramiento de la salud mental, es en estos momentos una prioridad.

Esta situación ha generado una mirada más profunda y una mayor comprensión de temáticas relativas a la globalización, en general, y a la Agenda 2030, en particular, como medio para activar las alianzas necesarias para no dejar a nadie atrás y asegurar la supervivencia de la propia especie humana en el planeta tierra.

Cuestiones como el cambio climático, la contaminación, la gestión de residuos, el estado de los océanos o la producción y consumo responsables de alimentos y productos de proximidad han adquirido una gran relevancia, si bien ya se venían trabajando como los principales motores de cambio del sistema.

Muchas de las iniciativas que se han presentado en esta guía son de muy reciente creación, precisamente porque se dirigen hacia estas necesidades que han adquirido mayor peso durante el último año y medio.

Otro de los grandes cambios que se han observado en este análisis y búsqueda de proyectos son los que se están produciendo en el tercer sector y el creciente número de entidades que optan por fórmulas empresariales para dar respuesta a problemas sociales, aumentando la masa del emprendimiento social dentro y fuera de nuestro país. Estas soluciones pasan por generar productos y servicios que sean sostenibles a nivel económico, ambiental y social.

Por otro lado, no es desestimable la activación que la propia administración pública ha puesto en marcha para paliar algunas de estas situaciones. Así, se han incorporado algunas iniciativas que han sido impulsadas o financiadas directamente por este tipo de organizaciones, ya que creemos que el impacto que generan así lo merece.

Otra de las tendencias claras que se han observado en este proceso es el peso que están adquiriendo las **iniciativas de valor compartido** entre entidades del tercer sector, empresas, administraciones y/o comunidades locales. El ODS 17, que representa a las alianzas estratégicas entre diferentes agentes, cobra más importancia si cabe, ya que las soluciones a problemas complejos deben ser abordadas por diferentes visiones, conocimientos y capacidades de acción.

Por último, hay que destacar que prácticamente todas las organizaciones ya relacionan sus impactos con los ODS y que parece que la tendencia a trabajar muchos a la vez está en declive, dando paso a una alineación estratégica con los dos o tres ODS prioritarios para cada línea de proyecto estratégico.

Todas las iniciativas recogidas en este informe son susceptibles de ser adoptadas por la Fundación BBK, tras una actualización al contexto interno de cada una de sus áreas y a la realidad socioeconómica de la región.

Esperamos que esta guía haya resultado de tu agrado y que puedas aplicar muchas de las cuestiones que aparecen en ella, bien de procedimientos, iniciativas o reflexiones.

Para que las huertas cosechen grandes frutos que no dejen a nadie atrás. Por una Agenda 2030 cada día más aplicada. Por un Euskadi más justo, más sostenible y equitativo.

Gracias por haber formado parte de este proyecto. ¡Disfrútalo!

ANEXO 1: puntuaciones iniciativas

INCLUSIÓN, IGUALDAD Y PARTICIPACIÓN SOCIAL

INICIATIVA	Sostenibilidad en el tiempo	Impacto en los ODS	Nº Destinatarios	Nivel de innovación	Viabilidad económica	Escalabilidad	PUNTUACIÓN TOTAL
CURSO ONLINE DE ASISTENTES PERSONALES	Tiene un año de antigüedad	1 Incide en 2 ODS	2 Menos de 100 personas	1 Iniciativa experimental	1 Depende 100% de fondos externos	1 Mismo alcance año a año	7
HUERTOS EN LA AZOTEA	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Entre 100 y 500 personas	2 Iniciativa difundida	3 Depende 100% de fondos externos	1 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	14
CARRERA ENKI	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 2 ODS	2 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	16
NADIE SOLO	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa integrada	2 Depende 100% de fondos externos	1 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	15
FREEBIRD CLUB	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 2 ODS	2 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa se financia por sí misma	3 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	17
BARRIO LA PINADA	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa experimental	1 La iniciativa se financia por sí misma	3 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	15
HUB GENERA	Tiene un año de antigüedad	1 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa integrada	2 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 Mismo alcance año a año	12
HUMAN LIBRARY	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 1 ODS	1 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	15
VOLUNTECHIES	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad	2 Incide en 1 ODS	1 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	14
MOTHER TONGUES	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	17

KULTURA

INICIATIVA	Sostenibilidad en el tiempo	Impacto en los ODS	Nº Destinatarios	Nivel de innovación	Viabilidad económica	Escalabilidad	PUNTUACIÓN TOTAL
ESPACIO CONVERGENTE	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 2 ODS	2 Entre 100 y 500 personas	2 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privada	2 Mismo alcance año a año	1 13
OPERA (E)STUDIO	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privada	2 Mismo alcance año a año	1 15
ACCIÓN SOCIAL POR LA MÚSICA	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 17
MIAU	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 17
MUSAE	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	2 16
DELAS FEST	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	2 16
DANCE FOR PD	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 2 ODS	2 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 16
DAILY ART	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 1 ODS	1 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa se financia por sí misma	3 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 16
CREAR SIN PRISA	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 2 ODS	2 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	2 15
BARRIOS	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa integrada	2 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 Mismo alcance año a año	1 14

EDUCACIÓN, TALENTO Y EMPRENDIMIENTO

INICIATIVA	Sostenibilidad en el tiempo	Impacto en los ODS	Nº Destinatarios	Nivel de innovación	Viabilidad económica	Escalabilidad	PUNTUACIÓN TOTAL
LA APRENDEDORA SOCIAL	Tiene un año de antigüedad	1 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa integrada	2 Depende 100% de fondos externos	1 Mismo alcance año a año	1 11
RURAL MAKERS DE ANCEU COLIVING	Tiene un año de antigüedad	1 Incide en 3 o más ODS	3 Menos de 100 personas	1 Iniciativa experimental	1 Depende 100% de fondos externos	1 Mismo alcance año a año	1 8
ZUBI LABS	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 17
ALLWOMEN.TECH	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 17
BARCELONA DIGITAL TALENT	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad	2 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa integrada	2 Depende 100% de fondos externos	1 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	2 13
UN MISMO EQUIPO	Tiene un año de antigüedad	1 Incide en 3 o más ODS	3 Menos de 100 personas	1 Iniciativa experimental	1 Depende 100% de fondos externos	1 Mismo alcance año a año	1 8
NOCODEHACKERS.ES	Tiene un año de antigüedad	1 Incide en 2 ODS	2 Más de 500 personas	3 Iniciativa experimental	1 La iniciativa se financia por sí misma	3 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 13
APPS FOR GOOD	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en más de un 50%	3 17
CAMPUS DO MAR	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	2 16
UKRI	Tiene más de 3 años de antigüedad	3 Incide en 3 o más ODS	3 Más de 500 personas	3 Iniciativa difundida	3 La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas	2 La iniciativa ha crecido en menos de un 50%	2 16

MEDIO AMBIENTE

INICIATIVA	Sostenibilidad en el tiempo	Impacto en los ODS	Nº Destinatarios	Nivel de innovación	Viabilidad económica	Escalabilidad	PUNTUACIÓN TOTAL
WE ARE SUSTAINABILITY	Tiene más de 3 años de antigüedad 3	Incide en 3 o más ODS 3	Más de 500 personas 3	Iniciativa difundida 3	La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas 2	La iniciativa ha crecido en más de un 50% 3	17
TAITI AGUA	Tiene más de 3 años de antigüedad 3	Incide en 2 ODS 2	Más de 500 personas 3	Iniciativa integrada 2	La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas 2	La iniciativa ha crecido en menos de un 50% 2	14
CIRCULAR CLASSROOM	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad 2	Incide en 3 o más ODS 3	Más de 500 personas 3	Iniciativa difundida 3	Depende 100% de fondos externos 1	La iniciativa ha crecido en más de un 50% 3	15
MERCADO DE LA COSECHA	Tiene más de 3 años de antigüedad 3	Incide en 3 o más ODS 3	Más de 500 personas 3	Iniciativa difundida 3	Depende 100% de fondos externos 1	La iniciativa ha crecido en más de un 50% 3	16
TALKUAL	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad 2	Incide en 2 ODS 2	Más de 500 personas 3	Iniciativa integrada 2	La iniciativa se financia por sí misma 3	La iniciativa ha crecido en menos de un 50% 2	14
HOLA PUEBLO	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad 2	Incide en 3 o más ODS 3	Menos de 100 personas 1	Iniciativa experimental 1	Depende 100% de fondos externos 1	La iniciativa ha crecido en más de un 50% 3	11
ONERZ APP	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad 2	Incide en 3 o más ODS 3	Menos de 100 personas 1	Iniciativa experimental 1	Depende 100% de fondos externos 1	La iniciativa ha crecido en menos de un 50% 2	10
PANDORA HUB	Tiene un año de antigüedad 1	Incide en 3 o más ODS 3	Entre 100 y 500 personas 2	Iniciativa experimental 1	La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas 2	La iniciativa ha crecido en menos de un 50% 2	11
RAÍÑA PARAISO	Tiene más de 3 años de antigüedad 3	Incide en 3 o más ODS 3	Más de 500 personas 3	Iniciativa difundida 3	La iniciativa cuenta con fondos propios y aportaciones privadas 2	La iniciativa ha crecido en menos de un 50% 2	16
REPSOL ZINKERS	Tiene entre 1 y 3 años de antigüedad 2	Incide en 3 o más ODS 3	Más de 500 personas 3	Iniciativa integrada 2	La iniciativa se financia por sí misma 3	La iniciativa ha crecido en menos de un 50% 2	15

Informe elaborado por intheMOVE