

**“Cambia tus zapatos: Caminando hacia los  
Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la  
sensibilización a través de un producto  
cotidiano”  
Informe de Evaluación final externa**

29 de enero de 2018

Inma Gisbert Civera  
[inma.gisbert@gmail.com](mailto:inma.gisbert@gmail.com)

## **INDICE**

1. Introducción
2. Antecedentes y objetivo de la evaluación
3. Criterios de evaluación: definición de cada criterio y preguntas de evaluación
4. Descripción de la intervención evaluada
5. Metodología de la evaluación
6. Condicionantes y limitaciones del proceso de evaluación
7. Conclusiones
8. Recomendaciones

### Anexos

Anexo I. Matriz de evaluación

Anexo II. Ficha de evaluación del CAD

Anexo III. Cuestionarios

## 1. Introducción.

Se presenta a continuación el Informe final de la evaluación externa final del proyecto “Cambia tus zapatos: Caminando hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la sensibilización a través de un producto cotidiano” financiado por la Generalitat Valenciana mediante resolución de 26 de julio de 2016 de la Conselleria de Transparencia, Responsabilidad Social, Participación y Cooperación.

La motivación para realizar la evaluación del presente proyecto surge por un lado, por ser un requisito de la Generalitat Valenciana para todos sus proyectos financiados y, por otro, por el interés de SETEM Comunitat Valenciana por los procesos de evaluación por considerarlos necesarios para fomentar el aprendizaje que oriente la mejora de la calidad de las intervenciones.

El informe está estructurado en ocho apartados; en el primero de ellos se describe el objetivo de la evaluación, sus alcances, los actores que han participado y la utilidad de la misma; en el segundo apartado se definen los criterios de evaluación utilizados y las preguntas; una breve explicación de la intervención evaluada se incluye en el tercer apartado; en el cuarto se describe la metodología, los enfoques y las técnicas utilizadas durante el proceso, en el quinto se muestran las limitaciones del proceso de evaluación para pasar a describir en el sexto el análisis de la información recopilada que da lugar a las conclusiones que se incluyen en el séptimo apartado y a las recomendaciones incluidas en el octavo.

## 2. Antecedentes y objetivo de la evaluación.

El objetivo general del proceso de evaluación ha sido obtener conclusiones y recomendaciones que permitieran mejorar el trabajo de SETEM Comunitat Valenciana en el ámbito de la sensibilización y la educación para el desarrollo de manera general.

Y, de manera específica, la evaluación se planteaba:

- Valorar el **diseño** del proyecto y la lógica vertical del mismo así como su utilidad durante la implementación,
- Medir y valorar el alcance de los **resultados** considerados en el proyecto siguiendo los indicadores incluidos en el mismo,
- Analizar los **procesos** que han facilitado o promovido la ejecución del proyecto.

En relación al tipo de evaluación, ésta ha sido una evaluación final externa que ha tenido una función formativa, con el fin de satisfacer las necesidades de información y aprendizaje de los actores involucrados, y una función sumativa propia de todo ejercicio de evaluación, con el fin de analizar el grado de alcance de la planificación prevista del proyecto.

Asimismo, la evaluación ha analizado el diseño, los procesos de implementación y la consecución de los objetivos y resultados del proyecto.

El alcance temporal de la evaluación ha sido el periodo de implementación del proyecto, del 1 de septiembre de 2016 al 30 de septiembre de 2017.

### 3. Criterios de evaluación: definición de cada criterio y preguntas de evaluación.

El proceso de evaluación se ha organizado por los siguientes criterios de evaluación: pertinencia, coherencia, participación, eficacia, eficiencia, viabilidad e impacto. Asimismo, estos criterios se han organizado por las siguientes dimensiones de análisis: diseño, procesos y resultados.

En relación al **diseño**, se ha analizado la **pertinencia** y la **coherencia** del diseño del proyecto en el marco de las estrategias y prioridades internacionales, nacionales y locales fijadas para el sector de actuación.

En relación a los **procesos**, se ha analizado la gestión del proyecto así como los mecanismos de **coordinación** y **participación** establecidos en el mismo. Y, en cuanto a los **resultados**, se ha valorado el grado de cumplimiento del objetivo específico, visibilizar las alternativas de consumo responsable, comercio justo y economía solidaria de la Comunidad Valenciana a la ciudadanía valenciana, y el grado de consecución de los resultados.

Dimensión	Definición	Criterios
Diseño	En base a los objetivos, se ha analizado si la lógica del proyecto se ha verificado en la práctica, valorando las hipótesis que orientaron la intervención	Pertinencia Coherencia Participación
Procesos	Se han valorado los procesos, mecanismos, estructura y espacios generados por el proyecto	Eficiencia
Objetivos / Resultados	Se ha establecido una valoración de los insumos concretos generados por el proyecto y de las estrategias planteadas para garantizar la sostenibilidad de las acciones y su efectividad	Eficacia Impacto Viabilidad

Se incluye como anexo la matriz de evaluación (Anexo I) en el que se incluyen las preguntas de evaluación por cada uno de los criterios, los indicadores y las técnicas utilizadas para la recogida de la información que es el instrumento que ha orientado todo el proceso de evaluación.

### 4. Descripción de la intervención evaluada.

El proyecto evaluado se planteó como objetivo general fomentar en la sociedad una reflexión crítica acerca de la vulneración de los derechos humanos y laborales de mujeres y hombres en el sector del calzado a nivel global así como de los impactos que tal situación provoca en los países enriquecidos y empobrecidos económicamente.

Para contribuir a este objetivo general el proyecto tenía como objetivo específico aumentar la concienciación y sensibilización acerca de la problemática de la deslocalización del sector del calzado en el tejido social, empresarial especializado, y educativo de la Comunitat Valenciana, facilitando alternativas para un consumo más responsable y promoviendo una visión alterglobalista (piensa globalmente y actúa localmente) y comprometida con el sector del calzado y la producción del cuero. Para ello, se propusieron los siguientes resultados esperados:

R.1 Generada una conciencia acerca de la necesidad de una producción de calzado ética al alumnado de moda de las Escuelas de Arte y Superior de Diseño de la Comunitat Valenciana.

R.2 Aumentado el conocimiento que la población de la Comunitat Valenciana tiene sobre la vulneración de los derechos humanos y laborales de mujeres y hombres en el sector del calzado, así como de los efectos perjudiciales del cuero tratado con cromo hexavalente, tanto en el medioambiente como en las personas que lo manipulan.

R.3 Ampliada la incidencia política sobre la realidad del calzado en la Comunitat Valenciana, en especial de la provincia de Alicante, enmarcado en la Campaña europea “Change Your Shoes”.

R.4 Difundidas y socializadas las actividades del proyecto enmarcado en un plan de comunicación del proyecto.

R.5 Seguimiento y evaluación del proyecto.

Para alcanzar estos resultados el proyecto propuso, por un lado un trabajo de sensibilización con el alumnado de las Escuelas de Arte y Superior de Diseño de Orihuela<sup>1</sup> y Valencia, como futuros profesionales de la moda y el diseño, a través de una exposición de fotos (GMB - Akash), la realización de un video-forum (“True Cost”) y de mesas redondas especializadas.

Estas actividades han estado orientadas a promover un consumo más responsable y comprometido con el sector del calzado y la producción del cuero y se han llevado a cabo en las tres capitales de provincia de la Comunitat Valenciana, así como en 4 municipios (Alaquas, Benicassim, Xirivella y Manises).

Los principales actores implicados en el proyecto han sido:

- Equipo técnico y voluntariado de SETEM Comunidad Valenciana.
- Escuelas de Arte y Superior de Diseño de la Comunitat Valenciana: personal docente de y alumnado.
- Público asistente a actividades dirigidas a población general ( exposición, video-forum, acción artística, jornadas).
- Equipo técnico de la campaña “Change your shoes”.

---

<sup>1</sup> Tal y como aparece en el Informe final del proyecto, la EASD de Orihuela que inicialmente formaba parte del proyecto fue sustituida por la EASD de Alicante.

## 5. Metodología de la evaluación

La evaluación ha incorporado un enfoque sistémico con el fin de facilitar el análisis y la comprensión de todos los aspectos y permitir una visión articulada e interdependiente de las dimensiones de diseño, procesos y resultados que organizan el proceso de evaluación, junto a los criterios la matriz de evaluación.

Asimismo, de manera transversal, el proceso de evaluación ha incorporado los siguientes enfoques:

- Enfoque de género: Incluyendo el análisis de la sensibilidad de género de la intervención en todas las dimensiones (diseño, procesos y resultados) y, concretamente poniendo la mirada en cómo se transmiten las desigualdades de género en la vulneración de los derechos humanos y laborales de trabajadoras y trabajadores en el sector calzado así como la incorporación del enfoque de género en las acciones de la Campaña “Change your shoes”.
- Enfoque de participación: Durante el proceso de evaluación se han utilizado diferentes técnicas para intentar contar, en la medida de lo posible, con la opinión de las diferentes personas implicadas y se ha incorporado la participación como criterio de evaluación con el fin de valorar en la dimensión de procesos cómo el proyecto ha fomentado la participación y de qué manera han participado los diferentes actores.

En relación al enfoque metodológico, se ha utilizado un enfoque mixto con el fin, por un lado de conocer la dimensión de los avances y los logros del proyecto y, por otro lograr una comprensión más profunda la opinión y percepción de las personas implicadas en el proyecto, así como conocer cómo las personas destinatarias perciben e interpretan los cambios que se están produciendo durante el proceso de implementación.

Se han aplicado las siguientes técnicas:

- Revisión documental de todos los documentos generados por el proyecto así como toda la documentación generada por la campaña “Change your shoes”.
- Cuestionario dirigido a las personas asistentes a la exposición de fotografías, video-forum y mesa redonda.
- Entrevista con la persona responsable de la Campaña “Change your shoes” con el fin de conocer la coherencia del proyecto con la campaña y las posibles sinergias en el futuro y otra con la persona trabajadora del sector invitada.
- Taller de Teoría del Cambio con el personal técnico de Setem y miembros de la Junta Directiva. Este taller tenía como objetivo visualizar y validar de forma colectiva el diagrama de teoría de programa del proyecto analizando: (a) el contexto en el que se diseñó y en el que se implementó; (b) la estructura disponible para el proyecto al inicio del mismo; (c) la cadena de resultados deseada y la implementada y (d) los procesos adecuados, las carencias y/o efectos no esperados. Este taller ha ayudado a identificar

los cambios mas significativos que ha generado el proyecto y los factores que han facilitado u obstaculizado estas acciones así como a extraer lecciones aprendidas.

- Observación directa: acompañando en la ejecución de algunas de las actividades para observar de manera directa el escenario donde se está implementando el proyecto, con el fin de valorar los logros, dificultades y otros aspectos que enriquezcan el proceso de evaluación.

## **6. Condicionantes y limitaciones del proceso de evaluación.**

El proceso de evaluación se ha desarrollado tal y como fue planificado contando con la participación y el apoyo de las personas implicadas, no obstante, como en todo proceso de evaluación se identifican algunas limitaciones:

- La primera de ellas está relacionada con la dificultad intrínseca de evaluar los proyectos de sensibilización principalmente relacionada con la utilidad de la línea de base para evaluar posteriormente acciones que se dirigen a población general y que estando abiertas al público se desconoce a priori las personas que van a participar. En este sentido, la línea de base orientó sobre el conocimiento de la población acerca de la situación de la producción en el sector calzado lo que ha servido para orientar las acciones planificadas, pero para evaluar las actividades previstas en el proyecto abiertas al público, como la exposición, video-forum y jornadas, se consideró pertinente diseñar un cuestionario más breve dirigido a medir los posibles cambios que la actividad había producido.
- La segunda de ellas está relacionada con el presupuesto destinado al proceso de evaluación, el cual no permite hacer una evaluación participativa incluyendo a todos los actores involucrados de manera individualizada sino que ha sido necesario adaptar a técnicas de recogida de información grupales que permitieran recoger la mayor cantidad de información en el menor tiempo posible.

## **7. Análisis e interpretación de la información recopilada en relación con las preguntas de evaluación**

Se presenta a continuación el análisis de la información recopilada por cada uno de los criterios de evaluación:

### **Diseño**

#### *Pertinencia*

El proyecto surge de la experiencia previa de trabajo conjunto entre Setem y las Escuelas de diseño y moda (EASD) de la Comunitat Valenciana por considerar éste un sector clave para fomentar una moda y diseño más justo y responsable. Asimismo, la Federación Setem cuenta con una larga trayectoria en la coordinación de la Campaña Ropa limpia en el Estado español y, desde el año 2015, en el marco de esta campaña se ha iniciado la Campaña “Change your shoes” que cuenta con financiación europea y está centrada en la denuncia de las condiciones

laborales en el sector calzado. El presente proyecto pretendía complementar a nivel local las acciones propuestas por la campaña así como sensibilizar acerca de un sector en un territorio donde se produce un alto porcentaje del calzado producido en España como es el caso de la provincia de Alicante.

La pertinencia del proyecto viene asegurada por la experiencia de trabajo previo tanto con alumnado de las EASD como en acciones de denuncia sobre el sector textil en general, y por la realización de una Investigación-Acción Participativa (IAP) por parte de un grupo de alumnos y alumnas de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) para la adaptación de la encuesta europea realizada sobre el consumo de calzado al contexto valenciano.

#### *Coherencia interna y externa*

La coherencia interna pretende valorar la correspondencia entre los problemas identificados y los objetivos propuestos en la formulación del proyecto, la calidad de la matriz de planificación, así como la lógica entre las actividades, resultados esperados y objetivos (lógica vertical).

Para valorarla, se ha llevado a cabo un análisis del diseño del proyecto con el fin de conocer si ha resultado útil para la implementación, ya que el diseño debe facilitar la ejecución en el sentido que ayude a visibilizar la consecución de los resultados esperados y, a su vez de los objetivos.

En el nivel de objetivos se observa que el cumplimiento del objetivo específico contribuye a alcanzar el objetivo general. Asimismo, en el nivel de resultados se puede verificar la coherencia entre los mismos y el objetivo específico, es decir, para aumentar la concienciación y sensibilización acerca de la problemática de la deslocalización del sector del calzado en el tejido social, empresarial especializado, y educativo de la Comunitat Valenciana, facilitando alternativas para un consumo más responsable y promoviendo una visión alterglobalista (piensa globalmente y actúa localmente) y comprometida con el sector del calzado y la producción del cuero se incluyó un resultado para generar conciencia con el alumnado de moda de las EASD (R1), otro para sensibilizar a población general (R2), otro para realizar incidencia política sobre la realidad del sector calzado en la Comunitat Valenciana (R3), y otro para reforzar la comunicación del proyecto (R4). En el nivel de actividades también se observa una lógica vertical entendiendo que las actividades planificadas eran suficientes para alcanzar los resultados esperados.

En relación a los indicadores, si bien se considera que éstos son suficientes y adecuados, en el caso del resultado 3 relacionado con la incidencia política, todos los indicadores contribuyen a medir el proceso para llevar a cabo la incidencia política pero se echa de menos alguno para poder medir el resultado y saber hasta qué punto se ha ampliado la incidencia política sobre la realidad del calzado en la Comunitat Valenciana.

La coherencia externa del proyecto analiza las sinergias con otras intervenciones y, en el caso del presente proyecto en el proceso de evaluación se pretendía analizar la complementariedad con la campaña europea “Change your shoes” que, como ya se ha analizado en el criterio de



pertinencia, fue uno de los objetivos estratégicos que tenía el proyecto, complementar las acciones de la campaña en el ámbito más local. En este sentido, el proyecto ha contribuido a trabajar de una manera más continuada y profunda la campaña al mismo tiempo se ha nutrido de los materiales y las investigaciones llevadas a cabo desde la campaña las cuales no hubiese sido posible realizarlas desde el propio proyecto. A pesar de ello, en el análisis realizado se ha observado que en algunos aspectos ha existido una débil coordinación y complementariedad que ha influido principalmente en las acciones de incidencia política. Dos ejemplos en este sentido han sido por un lado, en la selección de las empresas investigadas por la campaña que fue realizada por los 16 socios de la campaña europea, las asignadas a España<sup>2</sup> no fueron empresas que producen en la provincia de Alicante y esto ha debilitado las acciones de sensibilización y denuncia y, por otro lado, la débil participación de la campaña en el contacto con las empresas locales que ha limitado el impacto de las acciones de incidencia política llevadas a cabo.

### *Participación y Coordinación*

El análisis de la participación recoge la determinación de los agentes que han sido implicados en las diferentes etapas de la planificación y la evaluación, valorando su incidencia en la toma de decisiones. En este sentido los actores identificados y que han participado en diferentes momentos del ciclo del proyecto son:

- Profesorado de las EASD, que ha participado de manera activa en la planificación e implementación de las actividades.
- Voluntariado de Setem, que ha participado en la planificación de todas las actividades y en el diseño y creación de la acción artística que se realizó de manera participativa a través de reuniones para el diseño de la misma.

En este sentido se valora que el proyecto ha promovido una participación consultiva con los actores implicados y la población a la que se han dirigido las acciones pero ha habido más dificultades para conseguir movilizar la participación para acciones posteriores a las acciones definidas por el proyecto.

En relación a la coordinación, a nivel interno, se han realizado reuniones de seguimiento técnico en el equipo técnico y con el voluntariado y se dedica un espacio en las reuniones de junta directiva para ello que se realizan con periodicidad mensual. A nivel externo, con el equipo técnico de la Campaña “Change your shoes”, ha habido una muy buena coordinación a nivel operativo para las acciones conjuntas pero ha existido más debilidad en la coordinación, como ya se ha mencionado, en las acciones de incidencia política.

---

<sup>2</sup> Las empresas seleccionadas en la campaña han sido Mango, Camper y El Naturalista.

## **Procesos**

### *Eficiencia*

El análisis de la eficiencia hace referencia al estudio y valoración de los resultados alcanzados en comparación con los recursos empleados. En este sentido y sin entrar en un análisis pormenorizado de los gastos, diferentes voces han afirmado que el diseño del proyecto ha sido muy ambicioso para el tiempo y los recursos previstos. Específicamente se señala el resultado de incidencia política por considerar que hubiese sido necesario dedicarle más tiempo y más recursos humanos para poder tener un impacto mayor.

En relación a los recursos humanos, el proyecto contempló la dedicación de horas al 100% durante los seis primeros meses de una persona que se redujo después en los siguientes cinco meses y en los dos últimos meses no se asignó presupuesto a personal. Asimismo, a lo largo de la implementación ha habido cambios en el equipo y en concreto en la persona asignada a la coordinación del proyecto.

El cronograma, como se señala en el informe final ha sufrido algunos cambios: (1) el cambio de EASD de Orihuela a Alicante, (2) la actividad del speaker tour tuvo que ser retrasada debida a la denegación de los visados de las personas que en un inicio iban a viajar desde la India y, (3) la proyección del documental True Cost en centros culturales por coincidir en periodo de vacaciones y por estar cerrado el periodo de planificación de algunos de ellos.

## **Resultados**

### *Eficacia*

La eficacia trata de medir y valorar el grado de consecución de los objetivos inicialmente previstos, es decir, persigue juzgar la intervención en función de su orientación a resultados. Se presenta a continuación un breve análisis por cada uno de los resultados:

*R.1 Generada una conciencia acerca de la necesidad de una producción de calzado ética al alumnado de moda de las Escuelas de Arte y Superior de Diseño de la Comunitat Valenciana.*

En este resultado se incluían las actividades realizadas en las EASD que son: la exposición, la proyección del documental y la mesa redonda.

En relación a la exposición en el cuestionario que fue respondido por 67 personas en las EASD de Valencia y Alicante se han podido observar los siguientes resultados:

En relación al conocimiento de la producción del sector calzado en la Comunitat Valenciana se observa que algo más del 60% del alumnado lo conoce.



El conocimiento de la problemática de producción y deslocalización del sector calzado sigue siendo todavía bajo con solo un 56,1% del alumnado que afirma conocerlo.



No obstante, la actividad de la exposición para entender esta problemática es valorada de manera muy positiva siendo el 95,5% del alumnado el que la valora como interesante.



Asimismo, el alumnado propone otras acciones de sensibilización para trabajar estos temas entre las que se destacan las siguientes:

- Trabajo con las empresas; de sensibilización y de incidencia política exigiéndoles su responsabilidad.
- Concienciar a la población general.
- Concienciar a los más pequeños en los centros educativos.
- Realizar acciones más vivenciales (dinámicas, performance) dirigidas a frenar el consumismo.
- Hacer incidencia política con los gobiernos.

En relación con el conocimiento de la Campaña Ropa Limpia, campaña que Setem lleva años trabajando y en la que se enmarca la Campaña “Change your shoes”, se observa que hay un conocimiento medio de la misma representando solamente el 58,2% del alumnado.



Y sobre las acciones que después de lo que han conocido piensan que pueden realizar plantean las siguientes:

- Hablar del tema con amigos/as y familiares.
- Consumir más responsablemente.
- Especificar en el etiquetado las condiciones de producción.
- Como futuros diseñadores/as informarse, ser coherentes y concienciar a la población.

En relación a los factores que han favorecido la consecución de este resultado se identifica la relación previa de trabajo con las EASD y cómo este proyecto ha contribuido a consolidar esta relación que había sido menos intensa en los últimos años y el interés mostrado tanto por el profesorado como por el alumnado.

R.2 Aumentado el conocimiento que la población de la Comunitat Valenciana tiene sobre la vulneración de los derechos humanos y laborales de mujeres y hombres en el sector del calzado, así como de los efectos perjudiciales del cuero tratado con cromo hexavalente, tanto en el medioambiente como en las personas que lo manipulan.

En este apartado se incluyeron las acciones dirigidas a población general ( exposición y mesas redondas y acción artística.

En relación a la exposición, los cuestionarios recogidos en la Universidad de Valencia muestran que el 50% de las personas tienen conocimiento sobre el sector calzado en la Comunitat Valenciana.



Se muestra un mayor conocimiento de la problemática del sector de lo que se mostraba en las EASD respondiendo más del 85% que lo conocen.



No obstante, la actividad de la exposición para entender esta problemática es valorada de manera muy positiva por todas las personas que respondieron al cuestionario.



Asimismo, el alumnado propone otras acciones de sensibilización para trabajar estos temas entre las que se destacan las siguientes:

- Trabajo con las empresas; de sensibilización y de incidencia política exigiéndoles su responsabilidad.
- Difusión a través de redes sociales.
- Concienciar a los más pequeños en los centros educativos.
- Alianzas con partidos políticos.
- Etiquetado social de productos.

En relación con el conocimiento de la Campaña Ropa Limpia, campaña que Setem lleva años trabajando y en la que se enmarca la Campaña “Change your shoes”, se observa que hay un conocimiento medio de la misma representando solamente el 50% del alumnado.



En relación a la acción artística, como ya se ha mencionado en participación, ésta fue diseñada por el grupo de artistas de manera participativa con el voluntariado y personal técnico de Setem. Esta acción es valorada de manera positiva por ser una apuesta por sensibilizar desde otro ámbito incorporando al sector cultural y al mismo tiempo supone un reto por el hecho de lograr transmitir el mensaje en un ámbito que no es el habitual de las ONGD.

R.3 Ampliada la incidencia política sobre la realidad del calzado en la Comunitat Valenciana, en especial de la provincia de Alicante, enmarcado en la Campaña europea “Change Your Shoes”.

En este resultado se incluyeron todas las actividades de contacto con las empresas y de presentación de informes elaborados por la Campaña “Change your shoes”. Como ya se mencionó en eficiencia, a pesar de que las actividades previstas han sido ejecutadas, hubiese sido necesario contar con más tiempo y recursos para mantener y trabajar con estos contactos.

Los factores que han favorecido este resultado han sido, por un lado, el contexto en el que se desarrolla el proyecto por ser un territorio en el que se produce calzado y esta realidad es más cercana y, por otro, el hecho de contar con investigaciones e informes elaborados por la campaña. Sin embargo, los factores que han obstaculizado son: en primer lugar (1) el tiempo, que ya ha sido mencionado, (2) que a pesar de contra con la ventaja de ser un territorio donde se produce calzado, éste es un sector primario bastante hermético en el que es difícil entrar

porque muchas de las empresas tienen buena reputación en el contexto más local, (3) la falta de conexión entre las empresas seleccionadas por la campaña para iniciar investigaciones con las empresas que producen en la provincia de Alicante y (4) la corta trayectoria de la Campaña Ropa Limpia en el sector calzado ya que se ha trabajado hasta hace poco en textil y en este sector si hay mucha trayectoria y reconocimiento.

Sin embargo, se sigue valorando muy positivamente poder trabajar conectando la producción local y la deslocalización y las acciones emprendidas han posibilitado generar unas bases estableciendo unos primeros contactos tanto con empresas como con la federación de industria de CCOO.

R.4 Difundidas y socializadas las actividades del proyecto enmarcado en un plan de comunicación del proyecto.

En este resultado se incluyeron las acciones de comunicación y para ello se contó con una asistencia técnica especializada lo que ha sido valorado muy positivamente en relación a los resultados en cuanto a la repercusión en medios y en relación al proceso. En este sentido y como primera experiencia para Setem se considera muy pertinente contar con una asistencia técnica especializada en comunicación por ser ésta tan importante en los procesos de sensibilización.

#### *Impacto*

A pesar de que es complicado medir el impacto de una intervención de sensibilización de una duración de 13 meses, se ha intentado identificar algunos cambios que el proyecto ha generado que se destacan a continuación:

- La sensibilización e implicación del grupo de artistas que ha permitido llegar a otro público que normalmente las acciones de sensibilización de Setem no llegaban y éstos van a ser agentes multiplicadores a través de la difusión de sus obras.
- La implicación y el interés por el profesorado de las EASD para trabajar estos temas con su alumnado y por trabajarlos en sus aulas.

#### *Viabilidad*

Se valora la continuidad en el tiempo de los efectos positivos generados con la intervención una vez finalizada la misma. En este sentido se señalan como factores que pueden favorecer la viabilidad los siguientes: (1) trabajo conjunto con el profesorado de las EASD, (2) contar con financiación para las acciones de continuidad en el sector moda y, (3) seguir trabajando con materiales elaborados o utilizados en el marco del proyecto, por ejemplo la exposición o el documental.

## 8. Conclusiones

La pertinencia del proyecto viene asegurada por la experiencia de trabajo previo tanto con alumnado de las EASD como en acciones de denuncia sobre el sector textil en general en el marco de la Campaña Ropa limpia.

En relación a la coherencia interna, el proyecto muestra una lógica vertical entre sus actividades, resultados y objetivos. Los indicadores incluidos contribuyen a medir las acciones propuestas presentando alguna debilidad en el resultado relacionado con la incidencia política para la medición del mismo.

El proyecto presenta una alta complementariedad con la Campaña “Change your shoes” que está enmarcada en la Campaña Ropa limpia y ha servido para aumentar el impacto del proyecto por contar con documentación e investigaciones que han sido utilizadas en las acciones del proyecto. Sin embargo, ha sido complicado ajustar los ritmos de una campaña en la que participan 16 países con los de un proyecto local.

Las EASD y el voluntariado de Setem han tenido una participación activa en la implementación de las acciones del proyecto. Sin embargo, y a pesar de no ser un objetivo explícito del proyecto, se siguen observando debilidades a la hora de que las acciones del proyecto generen participación y movilización ciudadana algo que para Setem es importante por ser una asociación que trabaja con voluntariado y en sensibilización y educación para el desarrollo.

En relación a la coordinación, con el equipo técnico de la Campaña “Change your shoes”, ha habido una muy buena coordinación a nivel operativo para las acciones conjuntas pero ha existido más debilidad en la coordinación en las acciones de incidencia política.

El proyecto ha sido eficiente en el uso de los recursos pero se considera que en su diseño ha sido un proyecto demasiado ambicioso en relación a los tiempos y recursos disponibles principalmente en lo relacionado con las acciones de incidencia política.

Las actividades ejecutadas han contribuido a alcanzar los resultados y han sido muy bien valoradas. Se destaca el bajo conocimiento sobre la situación de la producción del calzado en la Comunitat Valenciana entre el alumnado de las EASD en comparación con la población general así como de la problemática de la producción y deslocalización y el conocimiento medio de la Campaña Ropa Limpia entre las personas que han participado en las acciones.

Sin tener la posibilidad de hablar de impacto por ser un proyecto de sensibilización y de corta duración, se resaltan como cambios significativos la sensibilización e implicación del grupo de artistas que ha permitido llegar a otro público que normalmente las acciones de sensibilización y la implicación y el interés por el profesorado de las EASD para trabajar estos temas con su alumnado y por trabajarlo en sus aulas.



Y, con respecto a la continuidad de los cambios generados por el proyecto, se han identificado algunos factores que contribuyen a ello que son: (1) trabajo conjunto con el profesorado de las EASD, (2) contar con financiación para las acciones de continuidad en el sector moda y, (3) seguir trabajando con materiales elaborados o utilizados en el marco del proyecto, por ejemplo la exposición o el documental.

## 9. Recomendaciones

1. **Trabajo continuado con profesorado de las EASD.** Se recomienda que, una vez que ya se ha sensibilizado y se cuenta con el interés del profesorado mantener de manera continua una relación de información sobre la situación de la producción en el sector así como de materiales sobre investigaciones y otros para facilitarles su trabajo en el aula.
2. **Acciones artísticas innovadoras.** Se recomienda trabajar de manera más continua con el grupo de artistas con los que se ha colaborado para seguir sensibilizando desde el arte y llegar a un sector que mediante otras acciones no se suele llegar.
3. **Enmarcar todas las acciones en la Campaña Ropa Limpia.** Se recomienda relacionar todas las acciones que se realicen en el marco de los proyectos con acciones más globales que se enmarquen en la CRL o en otras con el fin de aprovechar estos espacios y dar opciones para pasar a la acción y poder participar.
4. **Repensar la participación.** Se recomienda incluir en el diseño de los proyectos un componente de fomento de la participación y la movilización ciudadana para a través de los mismos perseguir el objetivo más estratégico de la movilización y participación de la ciudadanía.
5. **Comunicación.** Se recomienda continuar incorporando en los proyectos una línea de comunicación y, en la medida de lo posible, contar con una asistencia técnica especializada para aumentar el impacto de las acciones y ser más eficientes en las acciones comunicativas que son imprescindibles para la sensibilización.
6. **Planificación.** Se recomienda mejorar la planificación ajustándola en la medida de lo posible con los centros culturales donde se pretenda realizar las acciones, esto facilitará la coordinación con ellos y los procesos de seguimiento y evaluación.

## ANEXOS

### ANEXO I. MATRIZ DE EVALUACIÓN

DIMENSIÓN DE ANÁLISIS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PREGUNTAS DE EVALUACIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS
Diseño	<p><b>Pertinencia:</b> adecuación de los resultados y los objetivos de la intervención al contexto en el que se realiza y a las necesidades observadas en la población beneficiaria.</p>	<p>¿Se corresponde la intervención con las necesidades y prioridades de la población y de las organizaciones implicadas? ¿Se han evaluado y tenido en cuenta las diferentes necesidades, prioridades e intereses de las mujeres y de los hombres?</p> <p>¿Han cambiado las prioridades de las instituciones y de la población destinataria del proyecto desde la definición de la intervención? En caso afirmativo, ¿cómo se ha adaptado la programación y ejecución del proyecto a dichos cambios?</p>	<p>Nº y tipo de necesidades identificadas por las organizaciones y abordadas por el proyecto.</p> <p>Grado de satisfacción de las organizaciones y otros actores implicados con las acciones del proyecto</p> <p>Análisis de prioridades durante la implementación del proyecto.</p> <p>Nº de acciones del proyecto para adaptarse a nuevas prioridades</p>	<p>Revisión documental Entrevistas Grupos de discusión</p>
	<p><b>Coherencia</b> interna, análisis del diseño para validar su consistencia interna y, externa para valorar las sinergias con otras intervenciones.</p>	<p>¿En qué medida se está demostrando válida la lógica de intervención?</p> <p>¿Los indicadores están bien definidos (incluyen qué, cuanto, cuándo y dónde) y son SMART? ¿Han resultado útiles para el seguimiento?</p> <p>¿Han sido bien identificadas las fuentes de verificación?</p> <p>¿Qué sinergias se establecen entre el proyecto y la campaña “Change your</p>	<p>Nº de actividades no incluidas en el proyecto que se consideran necesarias para alcanzar el resultado esperado.</p> <p>Nº de resultados no incluidos para alcanzar el objetivo específico</p> <p>Análisis de sinergias</p>	<p>Revisión documental Entrevistas Grupos de discusión</p>

		shoes”?		
	<b>Participación:</b> promoción de espacios y mecanismos para implicar a la población y a otros actores en el proyecto.	<p>¿Cuál ha sido el grado de participación de las organizaciones implicadas, los centros educativos y la población destinataria del proyecto en todas las fases del proyecto?</p> <p>¿Se han establecido mecanismos y espacios de coordinación y participación en el proyecto? ¿han resultado eficaces?</p>	<p>Análisis de la participación de los titulares de obligaciones, de responsabilidades y de derechos</p> <p>Nº y tipo de espacios y mecanismos de coordinación y participación generados y/o utilizados por el proyecto</p>	<p>Revisión documental</p> <p>Entrevistas</p> <p>Grupos de discusión</p>
<b>Procesos</b>	<b>Eficiencia:</b> Hace referencia al estudio y valoración de los resultados alcanzados en comparación con los recursos empleados.	<p>¿Ha sido eficiente la transformación de los recursos en resultados?</p> <p>¿Ha sido adecuada la coordinación interna (Setem- Campaña “Change your shoes”) y externa (con el resto de agentes)?</p> <p>¿El cronograma de actividades ha sido adecuado a la implementación del proyecto?</p> <p>¿Ha habido flexibilidad para adaptarse a entornos cambiantes en la ejecución?</p>	<p>Análisis de los recursos invertidos y de los resultados alcanzados % de presupuesto ejecutado/planificado</p> <p>Nº y tipo de mecanismos de gestión y coordinación interna.</p> <p>Nº y tipo de desviaciones del cronograma</p>	<p>Revisión documental</p> <p>Entrevistas</p> <p>Grupos de discusión</p>
<b>Resultados</b>	<b>Eficacia:</b> Trata de medir y valorar el grado de consecución de los objetivos inicialmente previstos, es decir, persigue juzgar la intervención en función de su orientación a resultados.	<p>¿Se han alcanzado los objetivos específicos de la intervención? ¿Se han alcanzado todos los resultados previstos de la intervención?</p> <p>¿En qué medida se ha aumentado la concienciación y sensibilización acerca de la problemática de la deslocalización del Sector del calzado en el tejido social, empresarial especializado, y educativo de la Comunitat Valenciana, facilitando alternativas para un consumo más responsable y promoviendo una visión alterglobalista (piensa</p>	<p>% de alcance de los resultados previstos</p> <p>Grado de conocimiento del alumnado sobre la problemática del sector calzado y las alternativas para un consumo más responsable.</p> <p>Análisis del proceso de elaboración de la exposición y</p>	<p>Revisión documental</p> <p>Entrevistas</p> <p>Grupos de discusión</p>

		globalmente y actúa localmente) y comprometida con el sector del calzado y la producción del cuero?	otras expresiones artísticas.	
	<b>Impacto:</b> efectos generados por la intervención, positivos o negativos, esperados o no, directos e indirectos, colaterales e inducidos.	¿Se ha producido una reflexión crítica acerca de la vulneración de los derechos humanos y laborales de mujeres y hombres en el sector del calzado a nivel global así como de los impactos que tal situación provoca en los países enriquecidos y empobrecidos económicamente?  ¿Se han producido otros efectos no previstos?	Nº y tipo de cambios identificados en relación a la reflexión crítica.  Nº y tipo de efectos no previstos.	Revisión documental Entrevistas Grupos de discusión
	<b>Viabilidad:</b> valoración de la continuidad en el tiempo de los efectos positivos generados con la intervención una vez finalizada la misma.	¿Se han generado compromisos con las Escuelas de Diseño y/o propuestas de continuidad?  ¿Se ha planificado el uso de materiales de la campaña o generados por el proyecto con el profesorado?	Análisis de los acuerdos y documentos para promover la continuidad y sostenibilidad.	Revisión documental Entrevistas Grupos de discusión

## ANEXO II. Ficha CAD

<b>Título:</b> Cambia tus zapatos: Caminando hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la sensibilización a través de un producto cotidiano”	<b>Lugar:</b> Comunitat Valenciana.	
<b>Sector:</b>	<b>Subsector:</b>	
<b>Tipo de evaluación:</b> Final, externa, de objetivos y proceso.	<b>Coste (euros):</b> 30.748,81€ (23.994,37€ financiado por la GV)	
<b>Fecha de intervención:</b> 1 de septiembre de 2016 hasta el 30 de septiembre de 2017	<b>Agente ejecutor:</b> Setem Comunitat Valenciana	<b>Población beneficiaria:</b>
<b>Fecha de evaluación:</b> mayo 2017-enero 2018	<b>Agente evaluador</b> Inmaculada Gisbert Civera	
<b>Antecedentes y objetivo general de la intervención:</b> <p>El presente informe corresponde al ejercicio de evaluación final externa del proyecto “Cambia tus zapatos: Caminando hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la sensibilización a través de un producto cotidiano”, financiado por la Generalitat Valenciana y ejecutado por Setem Comunitat Valenciana. El objetivo general del proyecto ha sido sensibilizar al conjunto de la ciudadanía de la Comunitat Valenciana utilizando un producto cotidiano, como es el calzado, sobre la vulneración de los derechos humanos y laborales que sufren mujeres y hombres en el sector del calzado a nivel global, así como de los impactos que esta situación provoca en los países enriquecidos y empobrecidos económicamente.</p>		
<b>Principios y objetivos de la evaluación:</b> Obtener conclusiones y recomendaciones que permitieran mejorar el trabajo de SETEM Comunitat Valenciana en el ámbito de la sensibilización y la educación para el desarrollo de manera general. Como objetivos específicos se plantearon los siguientes: (1) valorar el diseño del proyecto y la lógica vertical del mismo así como su utilidad durante la implementación,(2) medir y valorar el alcance de los resultados considerados en el proyecto siguiendo los indicadores incluidos en el mismo, y (3) analizar los procesos que han facilitado o promovido la ejecución del proyecto.		
<b>Metodología y herramientas:</b> Para la recogida de información se ha utilizado un enfoque mixto utilizando como principales herramientas la revisión documental, la entrevista, el cuestionario y un Taller de Teoría del Cambio. La evaluación ha incorporado los enfoques de género y de participación para el diseño de instrumentos para la recogida de información, en el proceso de recogida de la misma y en su posterior análisis. Las preguntas de evaluación se han incluido en una matriz organizada por los siguientes criterios: pertinencia, coherencia, participación, coordinación, eficiencia, eficacia, impacto y viabilidad.		

<b>Conclusiones y recomendaciones según criterios de evaluación</b>	
<b>Pertinencia</b>	La pertinencia del proyecto viene asegurada por la experiencia de trabajo previo tanto con alumnado de las EASD como en acciones de denuncia sobre el sector textil en general en el marco de la Campaña Ropa limpia.
<b>Coherencia</b>	El proyecto muestra una lógica vertical entre sus actividades, resultados y objetivos. Los indicadores incluidos contribuyen a medir las acciones propuestas presentando alguna debilidad en el resultado relacionado con la incidencia política para la medición del mismo. El proyecto presenta una alta complementariedad con la Campaña "Change your shoes" que está enmarcada en la Campaña Ropa limpia y ha servido para aumentar el impacto del proyecto por contar con documentación e investigaciones que han sido utilizadas en las acciones del proyecto. Sin embargo, ha sido complicado ajustar los ritmos de una campaña en la que participan 16 países con los de un proyecto local
<b>Participación y Coordinación</b>	Las EASD y el voluntariado de Setem han tenido una participación activa en la implementación de las acciones del proyecto. Sin embargo, y a pesar de no ser un objetivo explícito del proyecto, se siguen observando debilidades a la hora de que las acciones del proyecto generen participación y movilización ciudadana algo que para Setem es importante por ser una asociación que trabaja con voluntariado y en sensibilización y educación para el desarrollo. En relación a la coordinación, con el equipo técnico de la Campaña "Change your shoes", ha habido una muy buena coordinación a nivel operativo para las acciones conjuntas pero ha existido más debilidad en la coordinación en las acciones de incidencia política.
<b>Eficiencia</b>	El proyecto ha sido eficiente en el uso de los recursos pero se considera que en su diseño ha sido un proyecto demasiado ambicioso en relación a los tiempos y recursos disponibles principalmente en lo relacionado con las acciones de incidencia política.
<b>Eficacia</b>	Las actividades ejecutadas han contribuido a alcanzar los resultados y han sido muy bien valoradas. Se destaca el bajo conocimiento sobre la situación de la producción del calzado en la Comunitat Valenciana entre el alumnado de las EASD en comparación con la población general así como de la problemática de la producción y deslocalización y el conocimiento medio de la Campaña Ropa Limpia entre las personas que han participado en las acciones.
<b>Impacto</b>	Sin tener la posibilidad de hablar de impacto por ser un proyecto de sensibilización y de corta duración, se resaltan como cambios significativos la sensibilización e implicación del grupo de artistas que ha permitido llegar a otro público que normalmente las acciones de sensibilización y la implicación y el interés por el profesorado de las EASD para trabajar estos temas con su alumnado y por trabajarlos en sus aulas.
<b>Viabilidad</b>	Y, con respecto a la continuidad de los cambios generados por el proyecto, se han identificado algunos factores que contribuyen a ello que son: (1) trabajo conjunto con el profesorado de las EASD, (2) contar con financiación para las acciones de continuidad en el sector moda y, (3) seguir trabajando con materiales elaborados o utilizados en el marco del proyecto, por ejemplo la exposición o el documental.
<b>Recomendaciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Trabajo continuado con profesorado de las EASD.</b> Se recomienda que, una vez que ya se ha sensibilizado y se cuenta con el interés del profesorado mantener de manera continua una relación de información sobre la situación de la producción en el sector así como de materiales sobre investigaciones y otros para facilitarles su trabajo en el aula.</li> </ul>	

- **Acciones artísticas innovadoras.** Se recomienda trabajar de manera más continua con el grupo de artistas con los que se ha colaborado para seguir sensibilizando desde el arte y llegar a un sector que mediante otras acciones no se suele llegar.
- **Enmarcar todas las acciones en la Campaña Ropa Limpia.** Se recomienda relacionar todas las acciones que se realicen en el marco de los proyectos con acciones más globales que se enmarquen en la CRL o en otras con el fin de aprovechar estos espacios y dar opciones para pasar a la acción y poder participar.
- **Repensar la participación.** Se recomienda incluir en el diseño de los proyectos un componente de fomento de la participación y la movilización ciudadana para a través de los mismos perseguir el objetivo más estratégico de la movilización y participación de la ciudadanía.
- **Comunicación.** Se recomienda continuar incorporando en los proyectos una línea de comunicación y, en la medida de lo posible, contar con una asistencia técnica especializada para aumentar el impacto de las acciones y ser más eficientes en las acciones comunicativas que son imprescindibles para la sensibilización.
- **Planificación.** Se recomienda mejorar la planificación ajustándola en la medida de lo posible con los centros culturales donde se pretenda realizar las acciones, esto facilitará la coordinación con ellos y los procesos de seguimiento y evaluación.





### ANEXO III. CUESTIONARIO MESA REDONDA Y EXPOSICIÓN



#### CAMBIA TUS ZAPATOS

Nos gustaría pedirte tu colaboración respondiendo a unas preguntas que nos ayudarán a seguir trabajando en las acciones de Cambia tus zapatos en el marzo de la Campaña Ropa Limpia.

Muchas gracias por tu colaboración.

1. ¿Conoces el sector del calzado en la Comunidad Valenciana?  
 Sí  
 No
2. ¿Conocías la problemática de la deslocalización y las condiciones de producción en el sector del calzado?  
 Sí  
 No
3. ¿Te ha parecido interesante conocer la situación contada por las organizaciones de los países donde se produce?  
 Sí  
 No
4. ¿Qué otras acciones consideras que se pueden realizar para sensibilizar sobre esta realidad?
  
5. ¿Conoces la Campaña Ropa limpia?  
 Sí  
 No  
¿ Has participado en alguna actividad de la campaña previamente?
  
6. ¿Qué consideras que puedes hacer desde tu posición (profesional, estudiante, personal...) para sensibilizar sobre esta situación?

Algo más que quieras comentar.

## **CAMBIA TUS ZAPATOS**

Nos gustaría pedirte tu colaboración respondiendo a unas preguntas que nos ayudarán a seguir trabajando en las acciones de Cambia tus zapatos en el marzo de la Campaña Ropa Limpia.

Muchas gracias por tu colaboración.

7. ¿Conoces el sector del calzado en la Comunidad Valenciana?  
 Sí  
 No
8. ¿Conocías la problemática de la deslocalización y las condiciones de producción en el sector del calzado?  
 Sí  
 No
9. ¿Te ha parecido interesante conocer la situación a través de la exposición?  
 Sí  
 No
10. ¿Qué otras acciones consideras que se pueden realizar para sensibilizar sobre esta realidad?
  
11. ¿Conoces la Campaña Ropa limpia?  
 Sí  
 No  
¿ Has participado en alguna actividad de la campaña previamente?
  
12. ¿Qué consideras que puedes hacer desde tu posición (profesional, estudiante, personal...) para sensibilizar sobre esta situación?

Algo más que quieras comentar.