

PLAN ESTRATÉGICO 2015/2018



dasyc
FUNDACIÓN

prevenimos la exclusión social

¿Cómo se ha elaborado el Plan estratégico?

La planificación estratégica para los próximos 4 años se ha desarrollado contando con el equipo de gestión de la entidad, así como con la experiencia acumulada en los últimos años. Se ha valorado el contexto socio-económico en que nos encontramos, caracterizado por:

- Dificultades para la obtención de recursos tanto públicos como privados, debido al contexto de crisis económica que hemos vivido. Fuerte disminución de los presupuestos de las administraciones públicas y eliminación de convocatorias asignadas al ámbito social y sobre todo al de la cooperación. Esto hace necesario diversificar las fuentes de financiación y buscar recursos entre particulares y empresas, así como el aprovechamiento de las nuevas tecnologías.
- Cierta crisis del sector Fundacional. Es necesario generar confianza hacia nuestra entidad: mejora en la política de transparencia sobre la gestión de nuestros proyectos y la aplicación de recursos; introducir indicadores de evaluación; y mostrar el impacto social generado por nuestras acciones. Dar visibilidad en nuestra web a esta política de transparencia.
- Gran competencia en el sector. Exigencia de una continúa mejora en la eficiencia del trabajo desempeñado por cada departamento, así como en la formación del personal técnico de la Fundación.

El Plan estratégico se desarrollará en las siguientes FASES:

FASE 1: Revisión de la MISIÓN, MISIÓN y VALORES CORPORATIVOS

Hemos visto necesario revisar los elementos configuradores del espíritu de nuestra organización, para describir mejor nuestros fines y contar con un referente compartido que recoja nuestra identidad y razón de ser corporativa.

FASE 2: Análisis DAFO de la entidad en la situación presente

Hemos tratado de identificar nuestros puntos fuertes y débiles desde el punto de vista interno (fortalezas y debilidades) y cara al exterior (oportunidades y amenazas).

FASE 3: Determinar las líneas estratégicas y objetivos

Estas líneas estratégicas se refieren a toda la organización, y serán una guía para los próximos 4 años, revisándose anualmente. Cada departamento los ha tenido presentes a la hora de elaborar sus objetivos propios.

FASE 4: Objetivos por departamentos: plan de ejecución, seguimiento y evaluación

Cada departamento ha elaborado sus objetivos propios, así como el plan de seguimiento y evaluación de los mismos.

FASE 5: Implantación, seguimiento y evaluación del Plan estratégico

Una vez aprobado por la Junta de Patronos, desde la dirección de la Fundación se determinará el modo de comunicar y socializar este Plan, tanto interna como externamente, para su inmediata ejecución.

FASE 1: Revisión de la MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS

MISIÓN Y VISIÓN

La Fundación DASYC tiene como **MISIÓN prevenir la exclusión social** tanto en España como en países en vías de desarrollo, entre distintos colectivos vulnerables: infancia/juventud, tercera edad, mujer y personas con alguna discapacidad.

Nuestra **VISIÓN** es suscitar una conciencia ciudadana responsable y solidaria que implique a personas e instituciones en las cuestiones sociales que preocupan a todos, **fomentando el voluntariado para prevenir de este modo la exclusión social.**

Las siglas de DASYC significan “Desarrollo de Acciones Sociales y Culturales”.

VALORES CORPORATIVOS

La Fundación ha trabajado desde sus inicios por implantar un modelo profesional de organización basado en los siguientes valores inspiradores de nuestra actividad:

- Creemos en el valor y dignidad de cada persona y trabajamos por promover su desarrollo integral.
- Prestamos una atención y trato humano de calidad a nuestros voluntarios, socios y colaboradores.
- Profesionalidad y eficiencia técnica: buscamos la mejora continua de la gestión y organización de nuestro equipo de trabajo y de nuestros voluntarios para incrementar el impacto social de nuestros proyectos y realizar una evaluación de los mismos. Trabajamos aplicando un sistema de calidad a nuestros procesos.

- Procuramos la Sostenibilidad: trabajamos por conseguir una adecuada diversificación de nuestros fondos y aplicamos un sistema riguroso de control de costes.
- Austeridad en los gastos.
- Transparencia y rendición de cuentas:
 - Informamos con claridad sobre nuestra actividad para dar a conocer el desarrollo de nuestro trabajo.
 - Nuestro compromiso es respetar en todo momento la voluntad de nuestros socios, donantes y financiadores en cuanto al destino y aplicación de las donaciones y subvenciones.
 - Auditamos anualmente nuestras cuentas.

FASE 2: Análisis DAFO de la entidad en la situación presente

DEBILIDADES (análisis interno)	FORTALEZAS (análisis interno)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de identificación entre nuestro nombre (DASYC) y nuestra Misión. 2. Dificultad para obtener recursos económicos destinados a la gestión de la entidad 3. Escasa vinculación de algunos socios con nuestra entidad 4. Carecer de un presupuesto de comunicación para fortalecer nuestra marca. 5. Insuficiente financiación y muy condicionada a ingresos variables 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prestigio ante las administraciones públicas y entidades con las que trabajamos 2. Equipo de trabajo cohesionado, involucrado y flexible 3. Contar con el apoyo de un grupo de Desarrollo Corporativo para la obtención de financiación privada 4. Confianza generada entre nuestros voluntarios y colaboradores. Alto nivel de implicación de muchos de ellos 5. Experiencia de más de 20 años en el sector
AMENAZAS (nivel externo)	OPORTUNIDADES (nivel externo)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción de los fondos públicos y privados por falta de presupuesto de las Administraciones y crisis de las empresas 2. Competencia de otras ONG especializadas sobretodo en Cooperación al Desarrollo 3. Falta de credibilidad del sector por la coyuntura actual (desprestigio de algunas ONG) 4. Inestabilidad de las políticas sociales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de múltiples iniciativas con las que podemos implicar a distintos grupos de interés con sensibilidad ante cuestiones sociales 2. Interés de las empresas por la RSC y el voluntariado corporativo 3. Mayor sensibilidad ante temas sociales del conjunto de la sociedad 4. Nueva ley de fiscalidad 5. Ampliación del ámbito de actuación por modificación de estatutos 6. Alianzas estratégicas con otras entidades del tercer sector 7. Ventana Internacional. India

FASE 3: DETERMINAR LOS OBJETIVOS Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Línea estratégica 1: Prevención de situaciones de riesgo o exclusión social de Colectivos desfavorecidos, en infancia, juventud, mujer y mayores, promoviendo Acciones y proyectos desarrollados por voluntarios.

Objetivo 1	Prevenir el fracaso escolar y promover conductas sociales positivas en colectivos de riesgo
Objetivo 2	Prevención de deterioros neurodegenerativos y estados de soledad
Objetivo 3	Integración y capacitación socio laboral de mujeres en riesgo de exclusión social y/o víctimas de violencia de género
Objetivo 4	Acompañamiento y talleres que facilitan la integración de personas con alguna discapacidad

Línea estratégica 2: Erradicación de la pobreza a través de proyectos de cooperación internacional que favorezcan la reducción de las desigualdades sociales y la creación de oportunidades, especialmente entre las mujeres.

Objetivo 1	Consolidar y favorecer emprendimientos sostenibles – Centro KAMALINI en Gurgeon (India)
Objetivo 2	Consolidar y favorecer emprendimientos sostenibles, la defensa de los derechos de la infancia y promover la igualdad de género en El Salvador, Guatemala y Etiopía.
Objetivo 3	Integración en las estrategias de la Unión Europea en la lucha contra la pobreza y los programas de juventud.
Objetivo 4	Desarrollar acciones de educación para el desarrollo: información, sensibilización concienciación y formación en la Comunidad Valenciana.

Línea estratégica 3: Promoción de acciones encaminadas a la sensibilización social, a la formación de voluntarios y a la promoción de valores entre los jóvenes.

Objetivo 1	Dinamizar y potenciar el voluntariado social
Objetivo 2	Promover iniciativas de carácter asistencial

Línea estratégica 4: Lograr la estabilidad económica de la entidad

Objetivo 1	Cumplimiento del plan de Actuación
Objetivo 2	Impulsar y diversificar la captación de recursos
Objetivo 3	Contabilidad analítica
Objetivo 4	Sinergias con empresas: RSC

Línea estratégica 5: Mejora de la Organización mediante el desarrollo de personas y equipos.

Objetivo 1	Implantar las herramientas de transparencia y buen gobierno
Objetivo 2	Eficiencia: plan de calidad
Objetivo 3	Lograr mayores sinergias entre los trabajadores/sedes

Línea estratégica 6: Diseñar una estrategia y plan de comunicación orientada a la captación de socios

Objetivo 1	Promover mayor implicación del equipo y el sentimiento de pertenencia a la entidad tanto en socios como en voluntarios
Objetivo 2	Multiplicar por dos el número de socios
Objetivo 3	Llegar a nuevos públicos, especialmente los millennials
Objetivo 4	Aumentar nuestra notoriedad en medios de comunicación: convertimos en entidad de prestigio

FASE 4: DESARROLLO DE OBJETIVOS, PROGRAMAS Y PROYECTOS

Línea estratégica 1		
Prevención de situaciones de riesgo o exclusión social de colectivos desfavorecidos, en infancia, juventud, mujer y mayores, promoviendo acciones y proyectos desarrollados por voluntarios		
OBJETIVO	ACCIONES	INDICADORES
PREVENIR EL FRACASO ESCOLAR Y CONDUCTAS SOCIALES POSITIVAS EN COLECTIVOS DE RIESGO	<p>Programas de REFUERZO ESCOLAR</p> <p>. PROYECTOS:</p> <p>. “Integración en barrios desfavorecidos”</p> <p>. “Refuerzo académico”</p> <p>. “Apoyo académico”</p> <p>Programas de OCIO Y TIEMPO LIBRE</p> <p>. PROYECTOS:</p> <p>. Escuela de verano</p> <p>. Animación Hospitalaria</p> <p>. Apoyo lúdico en centros de menores y asociaciones con menores con alguna dificultad</p> <p>. Actividades deportivas</p>	<p>- Alumnos que mejoran su rendimiento académico (notas, asistencia, comportamiento)</p> <p>- Menores que adquieren nuevas habilidades sociales y de ciudadanía</p> <p>- Mejora del estado emocional de los menores</p>
PREVENCIÓN DETERIORES NEURODEGENERATIVOS Y ESTADOS DE SOLEDAD	<p>Programas DE ACOMPAÑAMIENTO</p> <p>. PROYECTOS:</p> <p>. Acompañamientos domiciliarios</p> <p>. Acompañamiento en residencias 3º edad</p> <p>. Acompañamiento hospitalario</p> <p>Programas de ACTIVIDADES PARA MAYORES</p> <p>PROYECTOS:</p> <p>. Formación no reglada para adultos</p> <p>. Estimulación cognitiva</p> <p>Programa de ACCESIBILIDAD</p> <p>PROYECTO:</p> <p>. Adaptación espacios personas mayores o movilidad reducida</p>	<p>-Horas/semana dedicadas al acompañamiento</p> <p>- mejora del estado emocional y anímico de los mayores</p> <p>. mejora de la calidad de vida en la tercera edad</p> <p>-iniciativas realizadas</p>

<p>INTEGRACIÓN Y CAPACITACIÓN SOCIOLABORAL DE MUJERES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO</p>	<p>PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> . Proyecto: . “Capacitación y formación de mujeres en riesgo de exclusión social” . Bolsa de empleo 	<ul style="list-style-type: none"> . Nº de mujeres que finalizan el proyecto . nº de mujeres que mejoran su autoestima . Nº de mujeres empleadas . Grado de satisfacción del empleador
<p>ACOMPañAMIENTO Y TALLERES QUE FACILITAN LA INTEGRACIÓN DE PERSONAS CON ALGUNA DISCAPACIDAD</p>	<p>PROGRAMAS DE ACOMPañAMIENTO</p> <p>Proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Acompañamiento a personas en residencias . Ocio y tiempo libre saludable <p>Proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Apoyo educativo 	<ul style="list-style-type: none"> . mejora del estado emocional y anímico de estas personas . Horas/semana dedicadas al acompañamiento . Trabajo en red con otras entidades

Línea estratégica 2

Erradicación de la pobreza a través de proyectos de cooperación internacional que favorezcan la reducción de las desigualdades sociales y la creación de oportunidades, especialmente entre las mujeres

OBJETIVO	ACCIONES	INDICADORES
<p>CONSOLIDAR Y FAVORECER EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES - CENTRO KAMALINI EN GURGEON (INDIA)</p>	<p>Obtención de recursos para su ejecución a través del diseño, formulación y presentación de proyectos a entidades públicas y privadas locales y nacionales (Fundación de Bancaja, Ayuntamiento de Castellón).</p> <p>Búsqueda de nuevos socios locales y financiadores.</p>	<p>Plazos previstos: según las bases de cada convocatoria.</p> <p>4 proyectos presentados cada año.</p>
<p>CONSOLIDAR Y FAVORECER EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES, LA DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA Y PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO EN EL SALVADOR, GUATEMALA Y ETIOPÍA</p>	<p>Obtención de recursos para su ejecución a través del diseño, formulación y presentación de proyectos a entidades públicas y privadas locales y nacionales (AECID, Ayuntamiento de Valencia, Diputación de Valencia, Generalitat Valenciana, EuropeAid).</p> <p>Búsqueda de nuevos socios locales y financiadores.</p>	<p>Plazos previstos: según las bases de cada convocatoria.</p> <p>5 proyectos presentados cada año.</p>
<p>INTEGRACIÓN EN LAS ESTRATEGIAS DE LA UNIÓN EUROPEA EN LA LUCHA CONTRA LA POBREZA Y LOS PROGRAMAS DE JUVENTUD</p>	<p>ERASMUS PLUS – KA1 – SVE PROGRAMA DE JUVENTUD Y VOLUNTARIADO DE LA UE</p>	<p>Nº proyectos</p> <p>2 proyectos presentados cada año.</p>

<p>DESARROLLAR ACCIONES DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO: INFORMACIÓN, SENSIBILIZACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y FORMACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA</p>	<p>Obtención de recursos para su ejecución a través del diseño, formulación y presentación de proyectos a entidades públicas y privadas locales y nacionales (Diputación de Valencia, Generalitat Valenciana).</p> <p>Inclusión del voluntariado europeo en las acciones de EpD.</p> <p>Inclusión de la Agenda 2030 y los ODS (Objetivos Desarrollo Sostenibles) en las nuevas iniciativas de EpD.</p> <p>Búsqueda de nuevos financiadores.</p>	<p>2 proyectos presentados cada año.</p>
--	---	--

Línea estratégica 3

Promoción de acciones encaminadas a la sensibilización social, a la formación de voluntarios y a la promoción de valores entre los jóvenes

OBJETIVO	ACCIONES	INDICADORES
PROMOVER EL VOLUNTARIADO SOCIAL	<p>JORNADAS DE SENSIBILIZACION DIRIGIDAS A JOVENES Y PUBLICO EN GENERAL</p> <p>DIFUNDIR LA FORMACION ONLINE</p>	<p>-Nº jornadas organizadas</p> <p>. asistentes (nuevos y de la entidad)</p> <p>. encuestas satisfacción</p> <p>-Fichas inscripción cursos</p>
PROMOVER INICIATIVAS DE CARÁCTER ASISTENCIAL	<p>CAMPAÑA DE NAVIDAD: ALIMENTOS Y REYES MAGOS</p> <p>MERIENDAS CENTROS EDUCATIVOS</p>	<p>-Nº beneficiarios atendidos</p> <p>-nº familias atendidas</p>

Línea estratégica 4

Lograr la estabilidad económica de la entidad

OBJETIVO	ACCIONES	INDICADORES
CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE ACTUACION	Seguimiento mensual del presupuesto	Presentación de cuentas mensual
IMPULSAR Y AMPLIAR LA CAPTACIÓN DE RECURSOS	<p>CAMPAÑA NUEVOS SOCIOS</p> <p>Solicitar ayudas a nuevos organismos tanto públicos como entidades privadas</p> <p>Aprovechar los incentivos de la nueva ley de fiscalidad en materia de deducciones</p>	<p>-Nº de nuevos socios</p> <p>-Ayudas solicitadas</p> <p>-Incremento de las aportaciones periódica de socios actuales</p>
CONTABIULIDAD ANALITICA	Contabilidad por proyectos	<p>Balance mensual</p> <p>Identificación elementos de ingreso y de coste por proyectos</p>
SINERGIAS CON EMPRESAS RSC	<p>ESTABLECER CONVENIOS CON ENTIDADES Y EMPRESAS PRIVADAS</p> <p>ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON EMPRESAS RSC</p>	Firmar al menos un convenio de colaboración empresarial al año

Línea estratégica 5

Mejora de la Organización mediante el desarrollo de personas y equipos

OBJETIVO	ACCIONES	INDICADORES
IMPLANTAR LAS HERRAMIENTAS DE TRANSPARENCIA Y BUEN GOBIERNO	Compartir y cumplir los principios de transparencia	Auditoría de buenas prácticas y herramientas
EFICIENCIA: PLAN DE CALIDAD	Diagnóstico de la entidad y revisión de procesos La Calidad como estrategia de competitividad y sostenibilidad de la Organización	Aplicación de los procesos
LOGRAR SINERGIAS ENTRE LOS TRABAJADORES	PLAN DE FORMACIÓN REUNIONES PERIÓDICAS	Jornada de formación anual Trabajo en equipo

Línea estratégica 6

Diseñar e implantar una nueva estrategia y plan de comunicación orientado a la captación de socios

OBJETIVO	ACCIONES	INDICADORES
<p>PROMOVER MAYOR IMPLICACIÓN DEL EQUIPO Y EL SENTIMIENTO DE PERTENENCIA A LA ENTIDAD TANTO EN SOCIOS COMO EN VOLUNTARIOS MEDIANTE ACCIONES DE FIDELIZACIÓN</p>	<p>DE COMUNICACIÓN INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none"> - CON EL EQUIPO: <p>A1: Sesiones de trabajo con el personal de oficina sobre el alcance de los objetivos de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> - CON SOCIOS Y VOLUNTARIOS: <p>A2: Convocar a los socios y a los voluntarios explicando los objetivos a alcanzar y la marcha de los mismos.</p>	<p>Dos sesiones al año.</p> <p>Dos sesiones al año.</p>
<p>MULTIPLICAR POR DOS EL NÚMERO DE SOCIOS</p> <p>LLEGAR A NUEVOS PÚBLICOS, ESPECIALMENTE LOS MILENNIALS</p>	<p>DE COMUNICACIÓN EXTERNA</p> <p>A3: Mantener reuniones periódicas junto con expertos del sector o representantes de instituciones públicas. “Desayunos de trabajo” en los que se impliquen los socios y los voluntarios líderes de la entidad</p> <p>A4: Generación de contenidos: Entrevistas a socios, a voluntarios y a beneficiarios que se colgarán en la web y se les dará visibilidad en redes sociales.</p> <p>A5: Promover la “firma invitada”: expertos del tercer sector que redactan una columna breve para nuestra web.</p> <p>Artículos de opinión o de actualidad</p>	<p>Una sesión al trimestre</p> <p>Todas las semanas una entrevista nueva</p> <p>Tres veces al año.</p> <p>Una vez al mes.</p>

	realizados por gerencia o esporádicamente por algún miembro de la Junta de Patronos, relacionados con el tercer sector.	
AUMENTAR NUESTRA NOTORIEDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: CONVERTIRNOS EN ENTIDAD DE PRESTIGIO	<p>A1: actualización de la base de datos de los recursos humanos que hay en los medios de comunicación.</p> <p>A2: Elaboración de nota de prensa de todos los eventos y de todas las acciones con expertos. Conforme se vayan llevando a cabo las acciones anteriormente descritas, iremos llamando la atención de los medios de comunicación. Queremos convertirnos en “influencers”</p>	<p>Revisión anual.</p> <p>Revisión semestral del clipping de prensa.</p>

BORRADOR PRESUPUESTO PLAN ESTRATÉGICO CUADRIENAL 2015-2018	2015	2016	2017	2018
GASTOS	1.398.301	1.596.053	1.267.480	1.191.223
1.- Ayudas monetarias y otros	391.880	597.880	257.880	217.880
Entidades de Cooperación	50.000	50.000	60.000	70.000
Entidades de Cooperación ACFN	300.000	300.000	-	-
Ayudas a Asociaciones Culturales	41.880	41.880	41.880	41.880
Ayudas a otras entidades / colectivos		6.000	6.000	6.000
Programa adecuación de espacios		200.000	150.000	100.000
2.- Consumos a la Explotación	77.600	53.900	56.000	58.000
3.- Gastos de personal	145.000	163.865	167.142	170.485
4.- Dotaciones para amortización del inmovilizado	179.955	159.458	139.458	139.458
5.-Otros gastos	50.000	69.500	65.000	65.000
7.-Gastos Financieros y otros Gastos asimilados	77.000	63.400	61.000	59.400
8.- Adquisición Inmovilizado				
9.-Gastos Inmuebles	14.000	22.950	16.000	16.000
10.-Aumento Inmovilizado material				
11.- Aumento de Tesorería	- 66.296	33.305	11.178	13.635
12.-Aumento de capital de funcionamiento				
13.-Disminución de deudas	462.866	465.100	505.000	465.000
Prestamos Entidades Financieras	342.866	355.100	355.000	355.000
Préstamo personal 1	40.000	-	-	-
Préstamo 2	20.000	20.000	20.000	20.000
Préstamo 3	60.000	90.000	90.000	90.000
Préstamo 4	-	-	40.000	-

BORRADOR PRESUPUESTO PLAN ESTRATÉGICO CUADRIENAL 2015-2018	2015	2016	2017	2018
INGRESOS	1.332.005	1.629.358	1.278.658	1.204.858
1.- Ingresos por actividades propias	801.000	1.191.500	953.200	874.400
a) Ingresos donativos socios periódicos	603.000	963.200	713.200	623.400
b) Ingresos Colaboradores puntuales	28.000	30.000	31.000	32.000
c) Subvenciones, donaciones y legados imputados al resultado				
Proyectos Cooperación y Sensibilización	55.000	60.000	70.000	80.000
Proyectos Sociales	115.000	132.300	133.000	133.000
Retos solidarios web		6.000	6.000	6.000
3.- Otros ingresos	167.000	182.400	180.000	185.000
Alquileres inmuebles	112.000	107.400	105.000	105.000
Actividades y eventos	55.000	60.000	60.000	62.000
Venta Postales Navidad y shop on line		15.000	15.000	18.000
4.- Ingresos Financieros	6.000	6.000	6.000	6.000
5.- Ingresos extraordinarios	78.050	-	-	-
Devolución préstamos	78.050	-	-	-
7.- Disminución Inmovilizaciones materiales	100.000	90.000	-	-
Venta inmueble				
Venta inmuebles Benicarló	100.000	40.000	-	-
Venta inmueble Cartagena		50.000	-	-
8.-Amortización	179.955	159.458	139.458	139.458