



**Fundació Social
Obra de Maria**

ANÀLISI CONCEPTUAL, NOU POSICIONAMENT ESTRATÈGIC I EIXOS ESTRATÈGICS.



FUNDACIÓN ICLOBY
Ciencia, Conciencia y Compromiso

PART I. ANÀLISI CONCEPTUAL.....	5
1. Anàlisi conceptual.....	6
2. Introducció.....	7
3. Antecedents.....	10
4. Breu resum estatutari.	11
5. Quadre d'entrevistes i conclusions.....	13
PART II. NOU POSICIONAMENT ESTRATÈGIC.....	19
1. Nou posicionament estratègic.	20
2. Identitat estratègica	20
Canvi de denominació.....	21
Missió.	22
Visió.	24
Valors	25
Proposta Valors FSOM.	26
3. Proposta d'ideari.....	29
El Comitè Ètic.....	31
4. La garantia de transparència.....	32
5. Garantia dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)	33
6. Garantia per a la cura i la protecció en la vellesa.....	34
7. Orientacions per a la col·laboració de la Fundació.	39
Sobre les característiques de la col·laboració	40
Sobre el procés de col·laboració.....	41
Sobre possibilitats de col·laboració.....	43
PART III. EIXOS ESTRATÈGICS I LÍNEES D'ACCIÓ.....	45
1. Introducció, nomenclatura i codis	46
2. Eixos estratègics i vectors d'activitat principals.....	53
Estratègia Govern Corporatiu. Vector d'activitat: gestió transparent	54
Estratègia de govern corporatiu. Vector d'activitat: pla activitat anual	58
Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: informe anual acompanyament MN	61
Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: accions acompanyament MN	66
Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: participació en formació acompanyament i dol	70

Estratègia de Comunicació. Vector d'activitat: Comunicació i posicionament.	73
Estratègia de RSC i territori. Vector d'activitat: filantropia estratègica.	77
3. Eixos estratègics I vectors d'activitat secundaris.	80
Estratègia de govern corporatiu. Vector de activitat: recollida de bones pràctiques.	81
Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: formació al final de la vida.	84
Estratègia de RSC i territori. Vector d'activitat: Certificació ODS	87
Estratègia de productes i serveis. Vector de activitat: formació a Voluntariat	91
Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: formació a col·lectius vulnerables	94
Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: acció de voluntariat al MN.	97
Patrimonis i actius. Vector d'activitat: pisos tutelats.	100
Patrimonis i actius. Vector d'activitat: ampliació Línia Negoci amb Cooperació Pública/Privat.	103
ANNEXOS	106
Annex I. Pla d'activitat.	107
Annex II. Avaluació Filantropia Corporativa.	114

El pla estratègic és la brúixola, que marca els principals objectius a aconseguir, mitjançant quines accions s'aconseguirà i com s'implementaran. Per tant, aquest document recull de manera detallada, les informacions per a prendre les grans decisions del patronat que marcaran l'estratègia per a aconseguir el posicionament i els objectius que es determinin en els pròxims anys. No es tracta de donar a cegues, sinó d'aconseguir un impacte real.

“No hi ha vent favorable per al vaixell que no sap on va”

Sèneca

PART I. ANÀLISI CONCEPTUAL.

1. Anàlisi conceptual..

Fundació Social Obra Marí (FSOM) com la resta d'organitzacions, desenvolupen les seves activitats en entorns canviants, i precisament per això la vital importància de planificar les activitats des d'una perspectiva estratègica, que permeti gestionar efectivament les situacions adverses i obtenir un major impacte social. És acceptat que els resultats demostrin que la implementació d'un pla estratègic està vinculat a l'èxit de les organitzacions pel seu impacte i lideratge, el desenvolupament de la millora contínua, l'augment de les fortaleces d'una fundació, així com la gestió eficient de costos, beneficiaris, i la resta de grups d'interès.

També dóna ordre i guia a l'empresa. La implementació d'un pla estratègic dóna avantatges com: generar avantatges competitives, permetre la millora contínua, també aporta el mesurament de la capacitat d'impacte; així mateix, permet mesurar als col·laboradors, possibilita a l'alineació estratègica, identifica fortaleces i febleses, identifica oportunitats i amenaces, dóna la visualització al futur i permet enfocar-se en el creixement.

L'anàlisi conceptual d'un pla estratègic aconsegueix el disseny o el re-disseny del posicionament i la definició d'un pla que doni resposta a aquest nou posicionament i el fem en quatre parts fonamentals. La primera amb una Introducció en la qual s'explica l'objectiu, els antecedents de la FSOM i una sèrie d'entrevistes amb els patrons de la Fundació i conclusions que formaran part de la proposta del nou disseny competitiu.

2. Introducció

El disseny de l'estratègia només es pot realitzar quan l'entitat i els responsables posseeixen tota la informació crítica i de valor, tant interna com externa, de l'entitat, del sector, dels mercats i de l'entorn on operi, en la situació actual.

Per això, avui en dia, pren la màxima importància el disseny d'una actual, precisa i adequada identitat estratègica. El conjunt de missió, principis de la gestió, valors corporatius i visió conformen “ l'ànima de l'organització o l'ADN d'aquesta”.

L'objectiu és assegurar que FSOM sigui una Fundació reconeguda i líder en el territori al Maresme, i per a això ha d'establir projectes i programes per a la consolidació real i efectiva de la seva identitat estratègica amb plans estratègics anuals i plurianuals. Aquests plans plurianuals escometran les accions en el mitjà/llarg termini perquè, complint la seva missió, s'aconsegueixin la visió i les metes establertes.

El pla estratègic constarà de quatre parts amb tres lliuraments.

El primer lliurament constarà de dos parts, una anàlisi conceptual i el nou posicionament. Respecte a l'anàlisi conceptual, consta d'uns antecedents i un capítol introductori. També es lliuraran les principals conclusions de les primeres entrevistes amb els membres del patronat i les seves conclusions. El nou posicionament consta de definicions i propostes per a crear una identitat estratègica amb la missió, visió, principis i valors corporatius. També s'afegeix una proposta, un ideari ètic i orientació per a la relació amb tercers.

La identitat estratègica és la informació clau a estudiar per a entendre el posicionament desitjat i la clau perquè els patrons, empleats si n'hi hagués en algun moment i grups d'interès, entenguin el model que vol aconseguir la Fundació.

Aquests 4 elements missió, visió, valors i principis han d'aprovar-se, assumir-se i avaluar-se en la gestió i en el perfil de la Fundació per a assegurar que efectivament s'han integrat en les persones i en el desenvolupament de processos, productes i relacions amb tots els grups d'interès.

En el segon lliurament, i després de tenir converses amb cada patró altre vegada, es proposarà un marc estratègic, eixos estratègics i vectors per a crear un model relacional i de valor social de la Fundació.

Els principis en els quals es dissenya aquest pla estratègic de FSOM persegueixen:

- *mesurar l'impacte social, el retorn social de la inversió (SROI) i econòmic si fos necessari, i treball en xarxa,*
- *no oblidar els assumptes rellevants crítics per a FSOM,*
- *focalitzar-se en millores i les innovacions,*
- *orientar-se cap a la diferenciació, la notorietat i la competitivitat en filantropia estratègica,*
- *atenció a les necessitats i marcs de relació amb els grups d'interès,*
- *generació d'intangibles, especialment reputació,*
- *anticipar, si és possible, el compliment de la futura legislació i les propostes de prescriptores rellevants,*
- *necessitat inequívoca i obligatòria d'accions i projectes filantròpics a responsables concrets.*

En el tercer lliurament es defineixen els plans estratègics que parteixen de la definició dels eixos estratègics i de les línies d'acció.

Per a la redacció d'aquests dos blocs de documents utilitzarem fitxes o registres electrònics amb la següent informació,

La informació a incloure en els eixos estratègics:

- *número i descripció de l'eix,*
- *benefici,*
- *unitat o càrrec responsable,*
- *òrgan encarregat de la integració en el negoci (enllaç lateral),*
- *grups d'interès: objectiu i rellevants,*
- *línies d'acció associades,*
- *impacte en el valor i en l'estratègia de l'organització,*
- *assumptes rellevants,*
- *metes (indicadors).*

La informació que inclourem en les línies d'acció:

- *número i descripció de l'eix d'origen,*
- *número i descripció de la línia d'acció,*
- *objectiu,*
- *unitat o càrrec responsable,*
- *òrgan encarregat de la integració en el negoci (enllaç lateral),*
- *grups d'interès objectiu i rellevants,*
- *camp tècnic de la línia d'acció,*
- *conceptes principals, continguts i metodologies,*
- *impacte en el valor i estratègia de l'organització,*
- *assumptes rellevants i compromisos amb GGI,*

- *compromisos amb grups d'interès,*
- *metes (indicadors).*

3. Antecedents

Fundació Social Obra Maria (FSOM) requereix a Fundació Icloby d'un pla estratègic. La idea inicial és superar les diverses activitats filantròpiques heterogènies i locals que s'han fet amb l'objectiu de cobrir les urgències derivades dels moments aguts de pandèmia.

Per a això, se sol·licita elaborar una proposta amb la finalitat d'implementar en els pròxims exercicis, un pla estratègic, amb l'esperit que l'acció social de la FSOM i la filantropia de la Fundació, vagin molt més enllà d'estendre una almoïna, dotar d'aliment o assistir a una persona sense llar davant moments de necessitat. Es tracta de no només oferir la possibilitat d'ajudar sinó també d'acompanyar, innovar, investigar i obtenir més impacte social en la població i per tant també més reputació.

És a dir, FSOM com veurem més endavant, vol incidir estratègicament en l'envelliment, l'acompanyament, la pobresa, però no tant regalant aleatòriament donacions, sinó participant en projectes, creant capacitats i oportunitats, relacionades amb la pròpia Fundació. Aquest treball és obvi que no pot fer-se en solitari.

Aquesta nova filantropia estratègica que aprovarà el Patronat de FSOM en els pròxims exercicis, cerca crear un futur més prometedori i també és un mitjà per a redistribuir part de la riquesa generada, prenent la filantropia com una eina d'utilitat social productiva. Aquest pla i aquesta filantropia estratègica no tenen la pretensió de ser curt terministes, tot el contrari, per això crea mecanismes de posicionament dins del pla estratègic com els plans plurianuals.

És de destacar la voluntat i l'esforç de l'actual patronat de FSOM a avaluar i treballar un pla estratègic, ja que actualment un nombre rellevant d'entitats no està desenvolupant, ni seguint plans estratègics plurianuals, sota la raó de la pandèmia, per la volatilitat i canvis existents en els sectors, mercats i societats que produeixen canvis que es deriven en incompliments dels plans i, per tant, en l'escassa validesa i valor d'aquests. És d'esmentar que la European Foundation for Quality Management, en el seu model d'excel·lència 2020, proposa que qualsevol organització ha de gestionar i millorar les seves capacitats, utilitzant el canvi d'una forma intel·ligent, tant dins com fora d'ella. L'aprovació del pla estratègic pot ser una eina competitiva per a un posicionament més excel·lent i ràpid. Per a això, estableix dos rangs d'actuació. Un per al curt termini (programes anuals) i un altre, per al llarg termini (plans plurianuals).

4. Breu resum estatutari.

El pla estratègic és el mapa, que defineix els principals objectius a aconseguir, i mitjançant quines accions s'aconseguiran. Per tant, aquest document incorpora, de manera detallada, les indicacions per a prendre les grans decisions del Patronat que marcarà l'estratègia per a aconseguir els objectius que es marquin en els pròxims anys.

És d'assenyalar que la Fundació Obra de María (FSOM), ja en el preàmbul dels seus estatuts refereix que està destinada a l'atenció espiritual i material de persones de la tercera edat amb falta de recursos econòmics i d'atencions bàsiques. En l'article 5 detalla i àmplia específicament que la Fundació té per objecte:

*Atendre persones, preferentment persones grans,
en situació de vulnerabilitat econòmica i / o social i
/ o dependència, dotant-les dels recursos i serveis
suficients per acompanyar-les en el seu propòsit..*

Fins i tot en l'article 6 dels estatuts, es detallen les activitats perquè la Fundació pugui desenvolupar activitats directament i/o en col·laboració amb altres entitats, institucions o persones com:

El servei de residència assistida per a persones grans, serveis de centre de dia per a persones d'edat, serveis d'habitatges amb suport o tutelats, cobertura de necessitats bàsiques (alimentació, higiene, vestit, atenció sanitària, suport i acompanyament afectiu, activitats d'oci i temps lliure, atenció i orientació social, manteniment o millora de les capacitats funcionals, serveis domiciliaris: ajuda a les activitats bàsiques de la vida diària, assessorament tècnic per a l'autonomia personal, adaptació d'habitatges, formació i suport a les famílies de persones amb dependència funcional, grups d'ajuda mútua i activitats de voluntariat, etc.

5. Quadre d'entrevistes i conclusions.

Patró	Data	Càrrec
Joan March	24-06-2021	President
Joaquim Pons	14-07-2021	Vicepresident
Pere Aragonés	9-07-2021	Patró
Carmeta Aragonés	30-06-2021	Patró
Francesc Arcas	5-07-2021	Secretari

De les reunions individuals també podem destacar aspectes comuns i acords sobre l'activitat que pot generar la Fundació en els següents aspectes:

- 1. Existeix un clar orgull de pertinença, de reconeixement de l'èxit de la història, dels seus inicis i del recorregut de succès de la Fundació Obra de María. El camí es va iniciar en 1978 i ha aconseguit una independència i superioritat financera respecte a altres entitats de l'entorn. Avui la Fundació és coneguda i reconeguda a nivell local a Pineda de Mar i Calella. Aquest aspecte com es veurà més endavant és aconsellable posar-lo en valor.*
- 2. La Fundació, per a ajudar en aquests moments de pandèmia, ha desenvolupat accions filantròpiques curt terministes i locals, gràcies a la capitalització dels seus actius mitjançant el traspàs de la gestió de serveis a tercers.*
- 3. Hi ha també la necessitat, en els pròxims anys, d'obrir una nova època de gestió, i definir accions d'alt*

impacte social per a convertir-se en una entitat referent a nivell comarcal.

4. No es considera d'interès la generació en solitari de projectes, serveis o activitat amb recursos propis, especialment referent a organitzar accions específiques en solitari que requereixin intensitat laboral de treballadors assalariats.

5. La majoria de patrons no poden responsabilitzar-se de liderar o iniciar projectes.

6. S'està obert a conformar accions d'alt impacte social, que d'alguna manera, beneficiïn a la tercera edat i als col·lectius en situació de vulnerabilitat econòmica i / o social i / o dependència, dotant-les dels recursos i serveis suficients perquè puguin realitzar el seu projecte de vida segons estatuts.

7. Es vol ampliar el Patronat en un temps raonable. Per a aquesta ampliació hi ha interès en professionals, paritat de gènere, en persones joves, que puguin incorporar talent i treball, ampliant a la comarca o a la resta de comarques de Catalunya.

En estar probablement en la fase final de la pandèmia, possiblement sorgeix la necessitat d'obrir debat dins del Patronat sobre els següents aspectes:

o A causa de l'emergència social viscuda amb la pandèmia s'ha consumat una caritat passiva d'emergència, per a ajudar especialment als municipis vinculats. Sembla que la via de caritat passiva ha de veure's superada per una estratègia definida per endavant pel Patronat per a consolidar una línia d'actuació, evitar personalismes i posar en valor la transparència de totes les actuacions

filantròpiques i d'auxili que puguin fer-se amb el major impacte social.

Per tant, tots els membres sembla que estan d'acord que no n'hi ha prou amb ajudar, i que no es la manera per la competència que es podria generar de peticions de beneficiaris. L'ajuda no ha de ser només almoïna, ha de donar resultats significatius a un cost raonable. Per a aconseguir aquest bon impacte social, el Patronat haurà d'aprovar un protocol d'actuació per a aplicar mètodes empresarials que portin a una millor gestió dels fons invertits o donats en tots els grups d'interès, segons es desenvolupa en el següent punt i tenint en compte actualment els principis d'imparcialitat i no discriminació, aprovats en l'article 8.

o Grups d'interès (GGII).

i. Es considera com a grup d'interès els patrons.
ii. El segon grup d'interès són els usuaris i beneficiaris dels serveis. Els clients directes, l'outsourcing de la Residència Geriàtrica i els beneficiaris residents que paguen una part de la seva pensió. Les entitats que reben donacions de la Fundació. Els usuaris que estan arrendant els pisos. Aquest és un dels grups que són la raó de ser de la Fundació, que estan clarament exposats i detallats en l'article 8 dels estatuts de FSOM.

Article 8.

Són usuaris-beneficiaris de la Fundació els següents col·lectius: les persones, amb preferència de les persones grans, en situació de vulnerabilitat econòmica i / o social.

L'elecció dels beneficiaris es durà a terme pel Patronat, d'acord amb els principis d'imparcialitat i no discriminació, segons els següents criteris:

- priorització de les persones amb menor capacitat econòmica,*
- persones amb menor xarxa familiar i social,*
- persones amb major nivell de dependència física i / o psíquica.*

En resum, dins d'aquest grup es troben totes les entitats o persones que es beneficiïn a càrrec de la Fundació: organitzacions receptores de fons, projectes socials i també inquilins dels pisos propietat de la Fundació. També usuaris residents que no paguen res.

iii. El tercer grup és dels proveïdors de serveis i béns.

iv. Els col·laboradors de la Fundació, ambaixadors, voluntaris, més els possibles empleats que tingui en un futur.

v. *Organitzacions, administracions públiques, reguladors i ajuntaments amb als quals hauria de fer actuacions per a possibles col·laboracions. Aquest GGII, juntament amb el d'altres Fundacions i organitzacions no governamentals, és especialment sensible a realitzar aliances per a millorar la vida i la qualitat de les persones amb menor capacitat econòmica, especialment aïllades i amb major nivell de dependència física i/o psíquica.*

vi. *Organitzacions, Fundacions i les ONG, amb les que es pogués fer projectes conjunts en aliança. Aquest col·lectiu és sensible a formalitzar acords, convenis i aliances privades amb el tercer sector per a col·laborar projectes d'alt impacte social, que ja estiguin iniciats o que es puguin iniciar conjuntament.*

vii. *Socis. Empreses i persones que puguin aportar, per exemple, donacions de productes.*

PRINCIPALS CONCLUSIONS

- Orgull de pertinença i de la història.
- Millorar la qualitat de vida de les persones adultes dependents i acompanyar-los en totes les seves activitats.
- Nou paradigma social, noves necessitats socials, nova època de gestió.
- Valorar projectes en aliança amb alt impacte social a Maresme Nord, especialment a Pineda i Calella.
- Els patrons actualment no poden liderar projectes d'envergadura.
- Necessitat d'ampliar el Patronat.

PART II. NOU POSICIONAMENT ESTRATÈGIC.

1. Nou posicionament estratègic.

El pla estratègic serveix per a valorar un canvi de rumb, si escau, i enfocar els interessos de la Fundació als grups d'interès (GGII).

El posicionament estratègic es centra en cómo FSOM es posiciona, i es diferencia d'altres Fundacions i associacions benèfiques, alhora que ens centrem en oferir un benefici de valor a usuaris, que repercuteixi en la pròpia reputació de la marca.

Per a aquest propòsit, ens proposem valorar un canvi de denominació, identitat estratègica, missió, visió, valors, així com una proposta d'ideari i orientació per a la col·laboració de la Fundació amb empreses, sobre les característiques, procés i possibilitats de cooperació. També un Comitè Ètic, la garantia de transparència, la garantia dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), la cura, la protecció en la vellesa i defensa dels col·lectius més vulnerables.

2. Identitat estratègica

Una vegada explicats els antecedents que han motivat el pla estratègic, la introducció i el desenvolupament d'entrevistes i les seves conclusions, aprofundim en la construcció d'un ideari per a FSOM, sintetitzant propostes que han de ser, com sempre valorades i aprovades, si és el cas, pel Patronat de FSOM.

Per a elaborar la identitat estratègica és necessari precisar què entenem per la missió, la visió, els valors i els principis d'una Fundació.

Detallar de manera precisa la missió, visió i valors de l'empresa és clau, ja que marcarà la forma en què entenem que es compleixen les metes proposades. En

això està la base eventual de l'èxit. D'aquesta manera, es permetrà perfilar els objectius de la Fundació, la manera en la qual s'aproximarà al seu públic objectiu i les seves estratègies de creixement i desenvolupament futur.

Per tant, hem d'entendre que la missió, visió i valors són en essència la declaració de principis de la Fundació del Patronat. És la seva base teòrica, la qual cosa justifica la seva existència, i per la qual ha estat creada. I és més, per la que ha de regir-se ara i en un futur en totes les seves actuacions.

Canvi de denominació.

L'actual nom no reflecteix la voluntat del Patronat de convertir-se en una entitat referent en el Maresme en acompanyament i suport a col·lectius en situació de vulnerabilitat econòmica i/o social i/o dependència, perquè puguin realitzar el seu projecte de vida dotant-los d'eines i recursos.

Resta al Patronat, si actualment a més de dedicar-se a la gent gran i col·lectius vulnerables, vol ampliar-se el col·lectiu de beneficiaris, i si vol, aliances o reconeixement en l'àmbit de la sostenibilitat.

En aquest sentit, i depenent de la profunditat dels canvis aprovats pel Patronat, és de rigorosa ortodòxia de procediment plantejar-se la conveniència de fer o no un canvi de nom amb la finalitat de desvincular-se de l'aspecte religiós. Aquest és un punt que només esbossem per a valoració del Patronat. En qualsevol cas, si es volgués fer, aquest seria un bon moment.

També hi ha la possibilitat de jugar més amb les sigles FSOM.

Missió.

La missió d'una organització ha de descriure l'activitat. Aquesta identitat és clau en l'organització per a l'assoliment de la seva visió, quines són les metes o assoliments que constitueixen la raó de ser de l'empresa.

Es tracta de la raó fonamental i l'objectiu d'una empresa o negoci vist sempre a llarg termini. Mai a curt termini.

Per tant, el concepte de missió és fonamental i ha d'estar en total consonància amb la visió de futur que volem aconseguir.

Una forma senzilla d'explicar què és la missió seria trobar la resposta al per a què.

Seguidament exposo una sèrie de preguntes que haurien de respondre o ajudar a donar forma a la missió de la FSOM.

1.- Què és el que vol proporcionar FSOM?

2.- Per a què volem mantenir FSOM?

3.- Quin és el perfil de beneficiari que vol assumir FSOM?

4.- Quina imatge de FSOM volem comunicar?

5.- Quins factors determinen l'import i la qualitat de serveis que proporciona FSOM?

6.- Quina relació tindrà FSOM amb els voluntaris i/o empleats?

7.- Quin és l'aspecte diferenciador que FSOM destaca sobre altres fundacions similars i amb igual capacitat?

8.- La FSOM pot ser realment professional?

Trobada la resposta a aquestes i altres preguntes, podrem anar acostant-nos a les raons fonamentals per a les quals hem creat i presentem la missió de la Fundació, i quins són els objectius que volem arribar a aconseguir.

Hem vist que la missió fa referència a l'activitat que exerceix la Fundació en la societat. Però també en la missió es pot detallar el tipus de públic al qual s'orienta i els factors que distingeixen a l'hora de posar en marxa la pròpia activitat de la Fundació. La missió contempla, en definitiva, preguntes del tipus: què fem?, a què es dedica?, quin és el seu públic objectiu?, amb quines avantatges competitives compte?, què ho diferencia de les altres fundacions?.

Després de respondre l'equip, aquestes preguntes es proposen al Patronat, i seria bo donar la següent forma a la missió de la Fundació Social Obra de Maria, que creiem ajudarà aconseguir l'èxit.

MISSIÓ FUNDACIÓ SOCIAL OBRA MARIA.

Millorar la qualitat de vida de les persones dependents i l'acompanyament en totes les seves activitats fins el final de la vida.

Visió.

Hem d'incorporar el mateix treball a definir la visió de la FSOM. Per a això definirem la visió de la Fundació.

La visió apunta a la imatge que l'empresa vol transmetre a futur. Aquest punt genera l'expectativa ideal del que l'empresa espera. A més, ha de ser realista. Tot i això, sense deixar de costat cert marge d'ambició perquè motivi, mogui als grups d'interès, a l'equip, i generi una projecció de futur de cara a aconseguir certs objectius proposats.

Igual que desenvolupem la missió de la FSOM per a aconseguir definir la seva visió, és important respondre a algunes preguntes del tipus: què es vol aconseguir?, on es vol estar en el futur?, per a qui es farà?, s'ampliarà la zona d'actuació?

Podem denominar la visió d'una empresa com el “somni real”. És com una declaració d'aspiracions que els patrons tenen a mitjà o llarg termini. És la imatge a futur de com desitgem que sigui la FSOM més endavant en el temps. El seu propòsit és ser el motor i la guia de l'organització, per a poder aconseguir l'estat desitjat, aquest “somni real”.

D'alguna manera, cal fer l'exercici de quin és el moment actual en el qual es troba la Fundació, i després tractar de dibuixar la imatge mental futura de FSOM.

1.- Com creus que serà la FSOM en uns anys?

2.- Quines creus son les metes a curt, mitjà i llarg termini de la FSOM?

3.- Quins seran els valors i actituds clau de FSOM?

4.- Què vols que opinin en un futur les persones de FSOM?

5.- Quins aspectes per a créixer t'agradaria aconseguir?

Sempre que pensem en el pla estratègic hem de poder projectar com ens agradaria veure a FSOM en 2 i 4 anys vista. Encara i així, hem de tenir en compte que un pla mai és un element estàtic, sinó que és un element que ha de créixer i variar-se en funció de l'evolució que estigui tenint l'empresa.

VISIÓ FUNDACIÓ SOCIAL OBRA MARÍA.

Ser una fundació referent a la comarca del Maresme en envelliment i acompanyament a persones.

Valors

Els valors són els enfocaments estratègics que cada persona ha de tenir al treballar amb la Fundació com a voluntari, empleat, client, proveïdor o qualsevol grup d'interès relacionat.

Igual que en els apartats anteriors, analitzarem com podem saber quins poden ser els valors d'una fundació i com podem definir-los.

FSOM hauria de respondre a les preguntes: *cóm som?*, en què creiem?

Aquest intangible, que alhora és tan important, ens servirà després de referència per a definir els principis ètics de FSOM. Una fundació amb valors atreu i reté els seus grups d'interès, al talent professional, la qual cosa el condueix a obtenir més reputació i en definitiva millors resultats.

Mai hem de canviar els veritables valors perquè al final això es castigat durament pels beneficiaris i usuaris. Algunes preguntes que podríem plantejar-nos són:

- 1.- Quina podria ser la proposta de valor de FSOM?*
- 2.- Quina és l'estratègia de l'organització de FSOM, i com contribueix al seu assoliment?*
- 3.- Quins són els valors corporatius que distingeixen a FSOM sobre unes altres?*
- 4.- Cóm encaixen els valors en FSOM?*
- 5.- Quins són els meus principis ètics?*

Els valors són els grans oblidats en alguns plans estratègics. Moltes vegades no se'ls destina la mateixa importància que als dos factors anteriors, la qual cosa és un error. Els valors ètics han de ser la brúixola de la Fundació i fer que es respecti l'ètica i els valors morals en tots els grups d'interès de la Fundació.

Proposta Valors FSOM.

Aquests valors de la Fundació reflecteixen la filosofia del seu Patronat, i la seva visió sobre la manera de gestionar la Fundació.

Humanitat:

Mostrar en tota la gestió humanitat i solidaritat.

Obertura

Diàleg amb tots els grups d'interès i la vocació d'actuar teixint aliances de valor amb organitzacions públiques i privades per generar projectes d'abast.

Voluntariat: crear una xarxa de voluntaris per a complir amb la missió.

Acompanyament: assistir fins al final a la vellesa i a persones amb menys recursos i aïllades.

Transparència: Principi de gestió de la Fundació indispensable. Establir aliances clares i atorgar donacions segons una puntuació d'acord amb els estatuts i definida per endavant pel Patronat, per a complir la visió en els pròxims tres anys.

Innovació social: La innovació social és clau per a generar valor en la empresa i en la societat, per dotar dels recursos i serveis suficients perquè els col·lectius beneficiats puguin realitzar el seu projecte de vida.

VALORS FUNDACIÓ SOCIAL OBRA MARÍA

- HUMANITAT
- OBERTURA
- VOLUNTARIAT
- ACOMPANYAMENT
- TRANSPARÈNCIA
- INNOVACIÓ SOCIAL

3. Proposta d'ideari

Aquesta part del pla ha de ser útil tant per al Patronat, com per a tots els col·laboradors de la Fundació que estableixen i realitzen el seguiment de les relacions amb els grups d'interès, o els que ja col·laboren, o vagin a col·laborar en un futur compartint els objectius de FSOM.

FSOM ha de valorar la imprescindible col·laboració amb altres fundacions i organitzacions en l'esforç de construir un model de cooperació, de reciprocitat i ajuda mútua. Les administracions públiques i empreses poden sumar-se a les aliances.

La cooperació, el diàleg i teixir aliances són el camí de transformació, i les claus per a superar l'actual desemparament i aïllament de la gent gran, afavorir a les persones majors, persones en situació de pobresa i col·lectius en exclusió social.

Per tant, sigui com sigui el tipus de col·laboració de FSOM amb terceres entitats, es planteja una triple estratègia que podrà desenvolupar-se al llarg de la relació amb cada organització:

1. Sensibilitzar les diferents organitzacions amb les quals FSOM tingui contacte. Treballar, per tant, per a una relació que faci conscients els desafiaments socials, tant cap als seus grups d'interès interns (voluntaris, empleats, Patronat) com cap als externs (beneficiaris, clients i proveïdors), com també cap al conjunt de la

societat. FSOM farà especial èmfasi en sensibilitzar a aquelles empreses i organitzacions que, no complint amb els principis que s'assenyalen més a baix, mostrin interès per col·laborar amb FSOM.

2. Dialogar i col·laborar per a aconseguir transformacions en la societat. FSOM dialogarà i col·laborarà per trobar millores amb corporacions locals, reguladors i altres fundacions per augmentar la solidaritat amb els col·lectius vulnerables i la gent gran.

Fer un informe situació 3a edat.

3. Aconseguir aliances i suport per a l'acció social de FSOM, i la missió de promoure el desenvolupament integral de les persones majors i els col·lectius més pobres. Per això, la FSOM afavorirà les aliances amb empreses que, com a part integral de la seva política de govern corporatiu, disposin d'un codi ètic i justifiquin la seva posada en pràctica i estableixin mesures de transparència fiscal.

Tenint en compte tot l'anterior, es proposa al Patronat que les relacions estiguin basades en compartir els principis basats en aquest ideari, el codi ètic i de conducta, i que es complementin amb els principis de l'ONU i els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) com a aposta política concreta per a les pròximes dècades.

El Comitè Ètic

FSOM hauria de comptar amb un Comitè Ètic per a la relació amb els grups d'interès i les empreses. La constitució l'ha d'aprovar el Patronat.

El Comitè s'ha de crear amb la vocació d'establir vincles estables amb aquelles empreses i institucions afins per a posar en valor les accions que tenen en la millora de les condicions de vida i l'acompanyament en la vellesa i als col·lectius més desfavorits.

El Comitè Ètic de FSOM és de caràcter consultiu i té la missió d'analitzar les empreses i valorar les col·laboracions des d'un punt de vista ètic, alhora que salvaguarda la imatge i la reputació de FSOM. Les seves propostes s'elevan al Patronat, qui pren la decisió final d'impulsar o no les col·laboracions plantejades.

La composició dels membres del Comitè Ètic és aprovada pel Patronat i poden ser o no persones voluntàries. Amb la finalitat d'obtenir la major riquesa i equilibri en les anàlisis i les valoracions, els seus integrants poden provenir de diferents sectors socials: món empresarial, Universitat, moral i ètica, RSC, deontologia professional i també FSOM.

Per a facilitar la labor del Comitè, des del Patronat es prepara un informe sobre cada empresa i diferents propostes de col·laboració. Aquest informe inclou, entre altres elements, una anàlisi ètica de cada empresa, i per a això es poden utilitzar les següents fonts d'informació:

- Agències de notícies, mitjans de comunicació en línia o webs especialitzades en informes empresarials per a saber si l'empresa té alguna denúncia que atempti contra els principis ètics del FSOM.
- Valoracions per les empreses de ràting social, ONU, certificacions de sostenibilitat i/o objectius de

desenvolupament sostenible o informes socialment responsables.

- Web corporativa, amb la finalitat de saber si l'empresa compta amb una política de RSC, memòria de RSC, si inverteix en innovació social, col·labora amb organitzacions del tercer sector, si està compromesa amb els col·lectius més desfavorits.
- Les dades que puguin aportar sobre l'empresa o la col·laboració de la FSOM en aquesta anàlisi.

És important ressaltar que cap dels membres del Comitè Ètic ha de ser part interessada en les propostes que es presenten, ni en la seva valoració final.

4. La garantia de transparència

FSOM ha de garantir sempre la transparència. En aquest sentit, l'empresa no és només responsable d'aplicar la normativa de les fundacions -la financera, la laboral o la mediambiental-, sinó també de preveure les conseqüències de la seva activitat diària en la seva àrea d'influència, per exemple en relació a les donacions, o als proveïdors amb alt risc de vulneració dels drets humans.

La transparència en les empreses es reflecteix en la responsabilitat social corporativa (RSC), que es defineixen com a activitats voluntàries dirigides a millorar la societat, l'economia o el medi ambient. La RSC millora la imatge corporativa i, d'aquesta manera, el valor afegit de la pròpia empresa. La transparència empresarial generarà confiança entre tots els que d'alguna manera tenen relació amb l'entitat: voluntaris, clients, proveïdors, accionistes o la mateixa societat.

Dit d'una altra manera, la transparència és un pas voluntari i actiu de les entitats que va més enllà del mer compliment de les lleis i es pot considerar com un conjunt d'accions que busquen repercussions positives sobre la societat.

Aquesta transparència per a FSOM, en part, consisteix a fer saber a la societat que l'empresa té la filosofia o política de retornar-li a la societat, i en particular a la gent gran, el que ha rebut, i reconèixer així en les memòries anuals que totes les accions filantròpiques i de RSE quedin recollides de manera convenient i nítida amb la finalitat que la societat pugui saber d'elles.

Hi ha diferents camins per a generar transparència i confiança en la Fundació, que ja es veuran en els propers capítols la comunicació interna i externa coherents, les dades veraces, els números públics i a l'abast de tots, estar oberts a el debat, xarxes socials, sempre actualitzades...etc.

5. Garantia dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)

El Patronat ha de valorar la possibilitat d'abanderar juntament amb administracions públiques, altres fundacions, empreses i altres GGII, la garantia dels objectius de desenvolupament sostenible com un referent per a recolzar l'alineació d'objectius i metes de l'agenda 2030 de l'ONU, i en concret la dels ODS en els quals FSOM està implicada.

Els Objectius de Desenvolupament Sostenible estan pensats per a ser integrats a les estratègies de les organitzacions. Els objectius de desenvolupament sostenible reconeix que l'erradicació de la pobresa, en totes les seves formes i dimensions, la salut i el benestar, la lluita contra la desigualtat dins i entre els països, la conservació del planeta, la creació d'un creixement econòmic sostenible, inclusiu i sostenible, i el foment de la inclusió social estan lligats entre si i són interdependents, fet en el qual estan d'acord tots els Estats membres. Si aquests desafiaments estan connectats entre si i depenen els uns dels altres, la manera en què treballem i les solucions que creguem han d'estar també integrades i amb fermes aliances.

La nova agenda de Nacions Unides per la implantació dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) inclou la salut i el benestar. Les empreses, i especialment les fundacions, tenen l'oportunitat d'alinejar els seus objectius individuals en aquesta proposta acceptada i validada internacionalment.

La responsabilitat de garantir la salut i el benestar, així com els drets humans des de les Fundacions i ONG, passa especialment per assegurar el compliment al menys dels ODS afectats. Per a això no és suficient -encara que sí que és imprescindible-, respectar el marc legal formal (lleis, convenis col·lectius, etc.), sinó que requereix també del compromís de l'empresa per a generar impactes positius en persones, comunitats i regions.

Es proposa també a FSOM, col·laborar amb empreses que es responsabilitzin de cuidar i protegir la casa comuna, que és el nostre planeta. Els sistemes naturals i els sistemes socials estan interrelacionats i requereixen respostes integrals i simultànies a la pobresa i a la deterioració de la naturalesa.

FSOM hauria d'acollir empreses que es comprometin amb oferir suport als col·lectius vulnerables i acompanyar a la vellesa, però també a secundar per aconseguir les metes del ODS 3. És garantia de compromís amb la societat el recolzar la sostenibilitat ambiental, cuidar l'impacte mediambiental de la seva activitat i proveïdors; així com minimitzant, si existeixen, els efectes negatius d'aquesta; i buscant solucions i alternatives que assegurin la sostenibilitat ambiental.

6. Garantia per a la cura i la protecció en la vellesa

En aquest apartat té especial esment fer partícip a FSOM dels Principis de les Nacions Unides en favor de les persones d'edat. Aquests Principis de les Nacions Unides en favor de les persones d'edat van ser adoptats per l'Assemblea

General de les Nacions Unides (resolució 46/91) el 16 de desembre de 1991. Es va exhortar als governs al fet que incorporessin aquests principis en els seus programes nacionals quan fos possible. Alguns dels punts manifestos dels Principis són els següents:

Independència

Les persones d'edat deuran:

- *tenir accés a alimentació, aigua, habitatge, vestimenta i atenció de salut adequats, mitjançant ingressos, suport de les seves famílies, de la comunitat i la seva pròpia autosuficiència;*
- *tenir l'oportunitat de treballar o de tenir accés a altres possibilitats d'obtenir ingressos;*
- *poder participar en la determinació de quan i en quina mesura deixaran d'exercir activitats laborals;*
- *tenir accés a programes educatius i de formació adequats;*
- *tenir la possibilitat de viure en entorns segurs i adaptables a les seves preferències personals i a les seves capacitats en continu canvi;*
- *poder residir en el seu propi domicili per tant de temps com sigui possible.*

Participació

Les persones d'edat deuran:

- *romandre integrades en la societat, participar activament en la formulació i l'aplicació de les polítiques que afectin directament el seu benestar i poder compartir els seus coneixements i habilitats amb les generacions més joves;*
- *poder buscar i aprofitar oportunitats de prestar servei a la comunitat i de treballar com a voluntaris en llocs apropiats als seus interessos i capacitats;*
- *poder formar moviments o associacions de persones d'edat avançada.*

Cuidats

Les persones d'edat deuran:

- *poder gaudir de les cures i de la protecció de la família i la comunitat de conformitat amb el sistema de valors culturals de cada societat;*
- *tenir accés a serveis d'atenció de salut que els ajudin a mantenir o recuperar un nivell òptim de benestar físic, mental i emocional, així com a prevenir o retardar l'aparició de la malaltia;*
- *tenir accés a serveis socials i jurídics que els assegurin majors nivells d'autonomia, protecció i cura;*
- *tenir accés a mitjans apropiats d'atenció institucional que els proporcionin protecció, rehabilitació i estímul social i mental en un entorn humà i segur;*
- *poder gaudir dels seus drets humans i llibertats fonamentals quan resideixin en llars o institucions on se'ls brindin cures o tractament, amb ple respecte de la seva dignitat, creences, necessitats i intimitat, així*

com del seu dret a adoptar decisions sobre la seva cura i sobre la qualitat de la seva vida.

Autorealització

Les persones d'edat deuran:

- poder aprofitar les oportunitats per a desenvolupar plenament el seu potencial;*
- tenir accés als recursos educatius, recreatius, culturals i espirituals de la societat.*

Dignitat

Les persones d'edat deuran:

- poder viure amb dignitat i seguretat i veure's lliures d'explotacions i de maltractaments físics o mentals;*
- rebre un tracte digne, independentment de l'edat, sexe, raça o procedència ètnica, discapacitat o altres condicions, i han de ser valorades independentment de la seva contribució econòmica.*

Per últim, fer referència a la Constitució espanyola, que reconeix en l'article 10.1 la dignitat de la persona com un dels fonaments de l'orde polític i de la pau social. En l'àmbit internacional, el Conveni sobre Drets Humans i Biomedicina té com a finalitat protegir l'esser humà en la dignitat i la identitat, i garantir a tota persona, sense cap discriminació, el respecte a la integritat i als altres drets i llibertats fonamentals. En l'àmbit de la Unió Europea, al desembre de 2002 es va aprovar a Niça la Carta de Drets Fonamentals, la qual proclama en l'article 1: "La dignitat humana és inviolable. Serà respectada i protegida." El reconeixement del valor

de la dignitat humana es manifesta també en l'àmbit de l'atenció a la gent gran, a través de la garantia dels drets del resident i de la millora contínua de la qualitat en la relació assistencial: la Carta dels Drets i Deures de la Gent Gran a Catalunya.

També el Govern de la Generalitat de Catalunya va acordar el 8 d'octubre de 2003 establir i promoure l'aplicació de la Carta dels Drets i Deures de la Gent Gran de Catalunya, aprovada pel Consell de la Gent Gran de Catalunya el 22 de setembre de 2003.

La Carta dels Drets i Deures de la Gent Gran de Catalunya, promoguda pel Departament de Benestar i Família i pel Consell de la Gent Gran de Catalunya, va néixer com a compliment dels compromisos presos al 4t Congrés Nacional de la Gent Gran de Catalunya, de les recomanacions del Llibre blanc de la gent gran activa i del Llibre blanc de la gent gran amb dependència. Respon també a les indicacions i els objectius plantejats al Pla estratègic de la Segona Assemblea Mundial de l'Envel·liment. La Carta també es fonamenta en l'Estatut d'autonomia de Catalunya, la Declaració dels Drets Humans i la Carta de Drets Fonamentals de la Unió Europea, i es construeix sobre el concepte de l'autonomia personal, entesa com el dret de ser lliures en la presa de decisions, de mantenir el propi projecte de vida des de la identitat personal, així com des de la responsabilitat de complir els compromisos adquirits lliurement en l'exercici de la ciutadania.

Per tant, FSOM pot recolzar amb la seva activitat, no sols els seus principis i els ODS, sinó també els principis de les Nacions Unides i altres administracions en favor de les persones d'edat, afavorint l'atenció als majors, suavitzar les seves vides i secundar-se en els mecanismes de l'Estat, així com col·laborar en serveis i productes creats i dissenyats especialment per a ells com: voluntariat, formació per atenció a l'envel·liment, acompanyament i dol, innovació social amb productes i serveis a la gent gran, emprenedoria per a col·lectius marginats, investigació .

Per això en l'ideari, FSOM ha de ser més conscient que mai que el progrés o el declivi econòmic no hauria d'entebolir els cicles vitals de l'ésser humà, ni fer-nos oblidar la important contribució de les persones majors a la societat. La vellesa es mereix les millors atencions.

El tipus d'ajuda disponible variarà si la persona major viu sola i aïllada; sola i acompanyada; si trasllada amb la família o si el trasllada a una residència. No obstant això i encara que podrà variar en general el suport, pren gairebé sempre la forma de visites de voluntaris i treballadors d'atenció domiciliària al matí i a la nit. Òbviament, la mesura en què s'administri l'atenció depèn de la mobilitat del seu familiar i de la facilitat amb la qual fan tasques de cura personal, com aixecar-se, vestir-se i cuinar.

També d'acord amb l'objectiu 17 dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) "Aliances per a aconseguir els objectius", FSOM afavorirà la relació amb organitzacions dedicades a la formació d'envelliment i dol, patronals i organitzacions no governamentals que promoguin una societat pacífica i inclusiva per al desenvolupament sostenible, on es faciliti l'accés a la els principis de dignitat de l'ésser humà.

7. Orientacions per a la col·laboració de la Fundació.

Les següents són orientacions per al Patronat sobre les característiques, el procés i algunes de les possibilitats de la col·laboració amb empreses. En els propers capítols es proposarà l'elaboració d'un sistema d'indicadors que ajudarà a concretar, tant les actuacions de sortida com d'entrada de recursos.

Sobre les característiques de la col·laboració

Com s'enuncia en altres apartats, FSOM cerca la col·laboració amb empreses que vagin més enllà del compliment de criteris mínims de responsabilitat social en l'àmbit de la vellesa i de col·lectius vulnerables, que respectin els principis anteriors. Per tant vol aconseguir que les col·laboracions es derivin en vincles:

- *Transparents*

Propis d'una relació clara, sens dubte o ambigüitat. Totes les finalitats de la col·laboració, des del seu desenvolupament, organització, resultats, administració dels recursos de tota mena, criteris per a la presa de decisions, característiques de la col·laboració, repartiment de tasques, justificacions econòmiques i l'impacte obtingut sigui manifest i estigui d'acord els principis aprovats del FSOM .

- *Alt impacte social*

Accions d'alt impacte social que impliqui el major nombre de beneficiaris, de voluntaris, o d'àrees de treball de FSOM, en àmbits de la vellesa i col·lectius vulnerables, entenent doncs, que es tracta d'aconseguir incidir en la societat el màxim possible.

- *Estables*

Donarem prioritat a relacions amb possibilitat de durada, considerant que, en la majoria dels casos, per aconseguir els objectius de transformació proposats serà necessari

propiciar que la relació es mantingui i consolidi els seus aprenentatges i assoliments.

- *Respectuosos*

Respectuosos amb la intimitat i dignitat de les persones majors i dels col·lectius vulnerables que participin en FSOM.

Sobre el procés de col·laboració

Com hem vist, a l'iniciar una col·laboració, la FSOM haurà de conèixer la trajectòria de l'empresa i realitzar una anàlisi el més complet possible que assegurï que l'empresa proposada assumeix els principis d'aquest Ideari. A més es,

- *Necessari dialogar sobre l'objectiu comú i establir un document de compromís.*

A través d'un diàleg, FSOM i l'empresa pactaran els objectius i les propostes de la col·laboració. El compromís al qual s'arribi haurà de recollir-se en un conveni, o en defecte d'això en un document ad hoc escrit, aprovat i signat per totes dues parts, on es recullin els objectius, els compromisos adquirits, els terminis estipulats, els resultats esperats, la quantitat aportada i els procediments de seguiment, justificació i avaluació.

- *Establir possibles impactes desitjables.*

Recollits en el Conveni o en el document de compromís, figuraran els objectius i resultats esperats (impacte), així com els compromisos, repartiment de tasques, pressupost i procediments de seguiments i avaluació.

- *Establir, formalment, els termes de la col·laboració.*

Els compromisos de la col·laboració, que poden ser diversos (difusió, formació, assessorament, etc.), juntament amb la resta de l'acord, han de quedar subscrits . Però a més, en el procés de formalització de la relació amb les empreses, FSOM ha de tenir en compte els següents criteris:

- *Transparència: FSOM promourà que les relacions que s'estableixin siguin sempre clares i transparents cap a tots els actors.*

- *Solidaritat: FSOM prioritzarà el criteri de solidaritat, entès com el suport incondicional a les persones grans i col·lectius vulnerables, sobre els interessos de l'empresa col·laboradora o proveïdora.*

- *Visió a llarg termini: FSOM intentarà avançar cap a relacions llargues i sostenibles per a aconseguir els objectius transformadors més estratègics i d'alt impacte, especialment en les localitats del Maresme Nord.*

FSOM valorarà i avaluarà conjuntament l'impacte del realitzat segons proposta de l'apartat eix estratègics i línies d'acció.

En funció de la durada del compromís establert poden ser necessàries reunions de seguiment o, almenys, d'avaluació final dels resultats obtinguts en relació als previstos.

Sobre possibilitats de col·laboració

En l'interès d'establir relacions transparents, d'alt impacte, solidàries, estables i respectuoses amb la dignitat de les persones, FSOM ha de comptar amb la col·laboració del sector empresarial, ONG, i altres fundacions, per a aconseguir el seu objectiu de millorar la societat acompanyant a la gent gran i dotant d'eines als col·lectius menys afavorits.

FSOM ha d'estar sempre oberta a altres possibles col·laboracions que puguin sorgir del diàleg amb Empreses i Institucions.

Els següents tipus poden donar idea per al seu desenvolupament:

- Sensibilització a grups d'interès.

Les aliances poden col·laborar amb informació i mitjans per a difondre els valors i activitats de la FSOM. Per a això, l'empresa donarà a conèixer a la societat els programes d'acció social i campanyes de sensibilització i captació, a través de les seves eines de comunicació.

Les iniciatives poden ser molt diverses, per exemple:

- *incloure informació sobre FSOM en els seus mitjans de comunicació corporatius; afegir enllaços a la pàgina web de FSOM en la seva pròpia web...etc.*

- *fomentar la participació del personal laboral de les empreses com a Voluntariat.*
- *permetre que FSOM informi sobre la seva activitat als diferents grups d'interès o àrees de l'empresa.*
- *facilitar no tan sols informació, sinó formació per a realitzar les accions de voluntariat en FSOM.*
- *facilitar temps lliure per a activitats de voluntariat.*

Mitjançant aquesta forma de col·laboració, grups de persones en una empresa poden participar en activitats organitzades amb FSOM, que tinguin com a objectiu animar el seu compromís en tasques socials, i canalitzar les seves inquietuds en relació amb la lluita contra la pobresa i a l'acompanyament de majors.

PART III. EIXOS ESTRATÈGICS I LÍNEES D'ACCIÓ.

1. Introducció, nomenclatura i codis

Formular diferents estratègies implica determinar els cursos d'acció adequats per a aconseguir les metes de cadascuna d'elles, segons la situació en la qual es trobi la Fundació.

En alguns casos, les estratègies són valor de “**creació de futur**” i d'innovació disruptiva. La implementació i el control d'aquestes estratègies són les dues últimes fases del procés de la gestió estratègica.

En la primera, s'ha d'assegurar la seva adequada implantació, mitjançant:

- Els processos de sensibilització als grups d'interès i assumpció per totes les persones.
- La incorporació de “**finestres**” perquè en les reunions o similars es tracti aquest tema, i es defineixi el “**camí ideal per a la introducció**” en l'entitat.
- L'assignació d'aquesta responsabilitat a un membre del Patronat, com a garant de la qualitat del procés.

En la segona, s'ha d'assegurar la importància clau del compliment d'aquestes, mitjançant el procés de control de les estratègies, a través de:

- La definició de mètriques de compliment amb valors objectius.
- La incorporació de “**finestres**” perquè en les reunions del comitè de direcció o similars es realitzi el seguiment i l'avaluació de les estratègies.

- Els informes agregats i el resum del directiu, garant de la qualitat del procés, per a conèixer la realitat del conjunt i de les estratègies, en les quals existeixen problemes o resultats insatisfactoris.

Els elements estructurals de l'estratègia són els grans capítols o *drivers* imprescindibles per a la definició dels grans camps de la gestió, i continguts més adequats del pla estratègic.

La seva identificació i concreció facilitarà la comprensió del pla i de les unitats organitzatives responsables de la seva gestió. Bàsicament són dos:

- Els eixos estratègics.
- Les línies d'acció o també anomenats vectors d'activitat.

Eixos estratègics

Els eixos estratègics són els macro assumptes del negoci sobre els quals serà necessari establir accions i projectes per a donar resposta a la missió i aconseguir la visió de l'organització.

Es despleguen en les denominades “**línies d'acció o d'actuació**”.

Característiques dels eixos estratègics.

- Donen cobertura als principals camps de la gestió: govern, activitat o negoci, tecnologia, medi ambient, etc.

- En alguns dels eixos poden tenir una unitat organitzativa responsable (del tipus direcció general o direcció de RSC) específica.
- També es denominen “**eixos de desenvolupament**”, etc.
- Els eixos solen ser excloents entre si, encara que poden interactuar per a l'assoliment d'una fita estratègica.
- No solen ser més de sis o vuit.

La concreció del que es vol aconseguir en cada eix estratègic es convertirà almenys en una estratègia.

Línies d'acció o vectors d'activitat

Les línies d'acció són els camps o matèries de la gestió del negoci, que donen total cobertura o despleguen cada eix estratègic i sobre les quals serà necessari establir accions i projectes clau, que donin resposta a la missió i ajudin, en major mesura, a aconseguir la visió de l'organització.

Característiques de les línies d'acció:

- Donen cobertura a importants camps de la gestió: qualitat, ètica, transparència, planificació, etc.
- Alguns dels camps poden tenir una unitat organitzativa responsable (del tipus departament o direcció) específicament encarregada d'aquesta,
- En alguns casos les denominen “**àrees d'actuació**” o similars, etc.
- Les línies d'acció solen no ser excloents entre si, sovint interactuen entre elles fins a integrar i fer front a les fites estratègiques fonamentals de l'organització.
- No solen ser més de cinc a vuit per eix estratègic.

La definició d'estratègies en aquestes línies d'acció podria realitzar-se d'igual manera a l'exposada anteriorment.

Les fitxes amb les diferents estratègies tenen les següents característiques o atributs:

Projecte estratègic: govern transparent.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques encaminades a que la Fundació tingui un govern transparent.

Número: 01P01, que correspon a : *(eix estratègic, P: prioritari; S: secundari, numeració línia d'acció o vector d'activitat).*

Eixos estratègics:

- 01: Govern Transparent.
- 02: Productes i Serveis.
- 03: Comunicació.
- 04: RSC i Territori.
- 05: Digitalització.
- 06: Patrimoni i Actius.

Nivells de Criticitat:

- 1 nul·la: *no és crític per l'organització.*

- 2 baixa: *pot afectar lleument a l'evolució i als valors de la Fundació a llarg termini.*
- 3 moderada: *pot afectar a l'evolució i als valors d'alguna línia d'acció de la Fundació a mig termini.*
- 4 alta: crític per l'evolució de la Fundació, afecta als valors.
- 5 màxima: crític per l'evolució de la Fundació, afecta a la missió.

Nivells de Complexitat:

- 1 nul·la: es pot fer sense cap recurs addicional o està en vies de fer-se.
- 2 baixa: es pot fer amb poques hores de dedicació.
- 3 moderada: es necessita dotació de recursos i cal planificació.
- 4 alta: és estratègic i cal planificació.
- 5 màxima: és estratègic, periòdic i cal planificació.

Descripció: caracterització més àmplia del que es vol aconseguir i del que cal evitar si s'escau.

El projecte: ha d'implicar el compromís de tots els membres de la Fundació perquè es subministri una informació que ha de ser veraç, rellevant, verificable, i respondre a principis ètics i honestos. Una informació falsa no generarà confiança, encara més, si es descobreix que s'ha mentit, l'empresa perdrà confiança i reputació, dos elements difícils de tornar a recuperar de manera ràpida.

Mesures que poden implicar la implementació del projecte.

Unitat responsable: secció o departament que farà el seguiment i serà responsable del dia a dia.

Unitats participants: elements que poden participar amb el projecte.

Pressupost: valoració econòmica inicial.

Garant (control i seguiment): responsable propi o aliè del dia a dia del projecte.

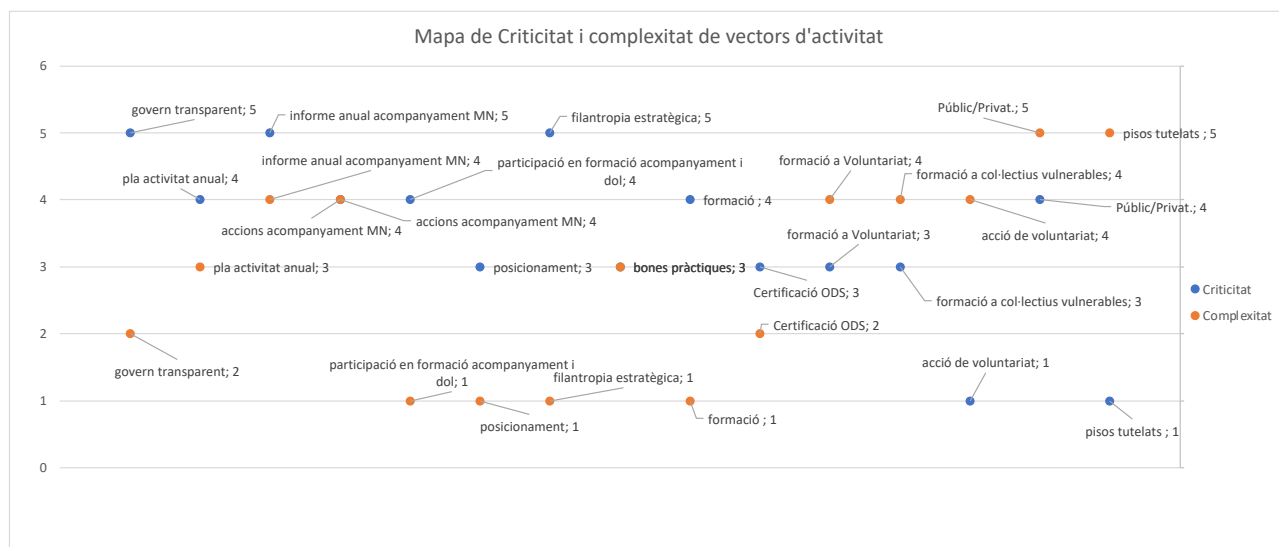
Grups d'interès: col·lectius i agrupacions constituïdes per organitzacions o individus que tenen com a objectiu influir en les decisions de la Fundació, amb la finalitat de satisfer els seus interessos i afegir les seves demandes.

Recursos: mitjans tangibles i intangibles propis o aliens per obtenir el resultat desitjable.

Mètrica : assoliment i quantificació de resultats i d'èxit.

- 0: 0%, ni s'ha començat.
- 1: 20%, s'ha començat a enraonar amb proveïdors.
- 2: 40%, tancat proveïdor o començament d'acció.
- 3: 60%, meitat de projecte fet.
- 4: 80%, $\frac{3}{4}$ parts del projecte fet.
- 5: 100%, fet i comunicat segons projecte.

Pressupost: aproximació pressupost de mercat.



2. Eixos estratègics i vectors d'activitat principals

Estratègia Govern Corporatiu. Vector d'activitat: gestió transparent

Projecte estratègic: govern transparent.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques encaminades a que la Fundació tingui un govern transparent.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 01P1

Criticitat: 5

Complexitat: 2

Descripció: comptar amb una comunicació interna i externa coherents, és a dir, que l'empresa ha de subministrar la mateixa informació i amb el mateix nivell d'exhaustivitat, tant a la seva plantilla, socis i patrons, com a la resta de la Fundació. Cal evitar els missatges contradictoris que puguin generar incertesa, tant en uns com en uns altres.

El projecte: ha d'implicar el compromís de tots els membres de la Fundació perquè es subministri una informació, que ha de ser veraç, rellevant, verificable, i respondre a principis ètics i honestos. Una informació falsa no generarà confiança, encara més, si es descobreix que s'ha mentit, l'empresa perdrà

confiança i reputació, dos elements difícils de tornar a recuperar de manera ràpida.

Mesures per un acord de Patronat per a començar a implementar la transparència a la Fundació:

- S'han de publicar els números de l'empresa, fins i tot quan aquests siguin negatius, de manera que treballadors i accionistes sàpiguin en tot moment la situació en la qual es troba l'empresa a nivell econòmic i financer. A més, quan l'empresa ho està fent bé, és una manera d'atreure possibles inversors i, alhora, de donar tranquil·litat als empleats.
- Establir protocol de comunicació per a quan es produeixen canvis a l'empresa. Cal informar-ne immediatament, primer als patrons, empleats i després, als clients i a la resta de la societat. Hi ha diferents eines (comunicats interns, notes de premsa, circulars, etc.). La qüestió és evitar la incertesa que es pot generar si comencen a circular rumors que facin perdre confiança a l'empresa.
- El públic ha de conèixer el Patronat i l'organigrama de la Fundació a través de la web, de manera que sàpiguin davant qui han de respondre de manera immediata, i qui són els directius i l'alta direcció de la companyia. Amb vista al públic, posar «cara i nom» als alts càrrecs d'una empresa facilita la generació de confiança.
- Actualitzar les xarxes socials de la Fundació. Moltes vegades són el primer punt d'informació a què recorren futurs candidats, clients potencials o qualsevol persona interessada a conèixer l'empresa. Si els perfils de l'empresa a les xarxes socials estan actualitzats i, a més a

més, ofereixen informació detallada de l'empresa: el que fa, els seus valors i principis, estarà contribuint a oferir una imatge de transparència.

- Creació d'un Comitè Ètic, i d'un Codi Ètic d'actuació.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: Responsable RSC.

Pressupost: totes les tasques, menys xarxes socials, quedarien incloses en els recursos humans contractats. Actualització xarxes socials i continguts: 550/mes.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/6

- Publicació rendició de comptes.
- Publicació organigrama i CVs.
- Publicació comitè ètic.

- Comunicació reflexa els valors de l'empresa.
- Informació dels canvis amb menys de 24 hores
- Publicació de memòries o certificacions.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador Intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

Fites del projecte	U.O. Responsable	2021-2023					
		2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Aprovar protocol comunicació	RSC	✓					
Implementar nova web i organigrama	RSC	✓	✓				
Actualitzar les xarxes socials de la Fundació	RSC		✓				
Publicar els números de l'empresa	RSC		✓	✓	✓	✓	✓
Testimonials	RSC			✓	✓	✓	✓
Publicació memòries, certificacions i valoracions d'impacte	RSC			✓	✓	✓	✓
Publicació comitè ètic	Patronat	✓					

Projecte estratègic: govern transparent.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques encaminades al fet que la Fundació tingui una planificació de les accions i previsions anuals com a govern transparent i responsable.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 01P2

Criticitat: 4

Complexitat: 3

Descripció: establir un pla anual de treball com instrument de planificació i gestió que permet dur a terme les fites de l'organització, mitjançant una adequada definició dels objectius i metes que es pretenen assolir, de manera que s'utilitzin amb eficiència, eficàcia i economicitat.

El projecte: s'adjunta un model en l'annex.

Model de pla d'activitat adjunt ajudarà a mesurar el grau de compliment de totes les activitats estratègiques aprovades pel Patronat.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: patrons i empleats.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/6

- Definir prioritats. S/N
- Determinar i quantificar metes i objectius. S/N
- Creació de pressupostos. S/N
- Aprovació i determinació responsable. S/N
- Seguiment. S/N
- Informe assoliment. S/N

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsabl e	2022 1 Sem	2022 2 Sem	2023 1 Sem	2023 2 Sem	2024 1 Sem	2024 2 Sem
Definir prioritats	RSC		X		X		X
Determinar i quantificar metes i objectius	RSC		X		X		X
Creació de pressupostos	RSC		X		X		X
Aprovació i determinació responsable	RSC		X		X		X
Seguiment	RSC			X		X	

Hi ha proposta adjunta a Annex I.

*Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: informe anual acompanyament
MN*

Projecte estratègic: informe anual acompanyament MN (Maresme Nord).

Objectiu: elaborar un informe que actualitzi any a any la situació d'aïllament i solitud a les poblacions definides del Maresme Nord. Així com que s'apunten les millores per a establir any a any, i es deixi així ben palès l'històric de la Fundació i d'aquest Patronat.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 02P1

Criticitat: 5

Complexitat: 4

Descripció: recerca empírica al Maresme Nord amb diferents instruments de mesura de la solitud, que analitzin l'aïllament i la percepció subjectiva de la solitud a la zona.

El projecte: la solitud ha esdevingut un dels problemes més rellevants. Actualment pot ser considerada una de les malalties més silencioses i difícils de

detectar. El projecte vol incorporar seguiment i millores any a any, mesurant impactes i evolució de la solitud.

Algunes mesures o ítems a valorar en l'estudi en l'informe anual sobre acompanyament al Maresme Nord:

- Dades de contacte, localització i salut de la població.
- Els que viuen sols i els que viuen acompanyats.
- Viure sol: decisió voluntària o necessitat.
- Aïllament i solitud: definició i mesurament.
- Les causes de l'aïllament.
- Les causes de la solitud.
- Reaccions davant la solitud.
- Satisfacció amb la vida.
- Grups socials més proclius a patir solitud.
- Respostes socials per a pal·liar la solitud.
- Aïllament i solitud en persones amb algun tipus de discapacitat: definició i mesurament.
- Entorn econòmic de la solitud i l'aïllament.
- Les causes de l'aïllament en persones amb algun tipus de discapacitat.
- Les causes de la solitud en persones amb algun tipus de discapacitat.
- Anàlisi estadístic quantitatiu i qualitatiu.
- Reaccions davant de la solitud en persones amb algun tipus de discapacitat.
- Satisfacció amb la vida en persones amb algun tipus de discapacitat.
- Grups socials més proclius a patir solitud a opinió de les persones amb algun tipus de discapacitat. .

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: consultor extern.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleat, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics i R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Assumptes rellevants : s'aprofitaria l'estudi per a fer campanya de comunicació, i donar a conèixer els resultats de l'estudi i la Fundació.

Mètrica: 0/5

- Definir prioritats: desenvolupar estudi. Extreure conclusions. Definir línies d'acció en base a conclusions. Divulgació 20%.

- Determinar i quantificar metes i objectius. L'estudi ha de servir com a guia per a determinar les accions a fer a la zona, i com a oportunitat per a augmentar la notorietat de la fundació. 20%.
- Aprovació i determinació responsable: Patronat 20%.
- Seguiment: empleats 20%.
- Informe assoliment: empleats 20%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsable	2022 1 Sem	2022 2 Sem	2023 1 Sem	2023 2 Sem	2024 1 Sem	2024 2 sem
Limitació del problema i subcontractació	RSC	X (1T)					
Recol·lecció d'informació	RSC	X(2T)	X(3T)	X(2T)	X(3T)	X(2T)	X(3T)
Enquestes	RSC		X (4T)		X (4T)		X (4T)
Organització i anàlisi de les dades	RSC		X (4T)		X (4T)		X (4T)
Redacció de la monografia i primer informe de la recerca	RSC			X (1T)		X (1T)	

Redacció de conclusions	RSC			X (1T)		X (1T)	
Comunicats de premsa i xarxes socials	Patronat			X (2T)		X (2T)	
Retroalimentació següent edició	Patronat		X		X		X

Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: accions acompanyament MN

Projecte estratègic: accions d'acompanyament MN (Maresme Nord).

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques encaminades a reduir la solitud i l'aïllament a les poblacions del Maresme Nord, definides pel Patronat.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 02P2

Criticitat: 4

Complexitat: 4

Descripció: establir un pla anual de feina per a gestionar la reducció de la solitud i la població aïllada al Maresme Nord, mitjançant contracte d'equips d'acompanyament i voluntariats estudiants en formació, per a assolir anualment els objectius i metes, reduir la solitud de manera que s'utilitzin amb eficiència, eficàcia i economicitat, els recursos destinats.

El projecte: ha d'implicar la confirmació de l'estratègia central de la Fundació i un compromís veraç de tots els membres del Patronat. Important que aquesta estratègia central d'acompanyament estigui present en totes els discursos, presentacions, xarxes social i protocols de comunicació de la FSOM.

Mesures per portar la fita del projecte :

- Participar en les conclusions i necessitats d'un pla d'actuació de l'estudi, i fer una publicació excel·lent.
- Establir protocol d'actuació i participar en patrocinar formació d'acompanyament per tal de ser un referent, i voluntariat per tal de poder destinar recursos humans, a la vegada que també es pot formar a personal explícitament de la pròpia Fundació.
- Establir protocol d'actuació i participar en formació de voluntariat per tal de poder destinar recursos humans i activitats amb un futur.
- Establir un proveïdor amb relacions acadèmiques, que serveixi de referència i doni seriositat al treball, que es farà amb una periodicitat anual.
- Pla de comunicació i dinamització amb xarxes socials.
- Presentació a empreses del sector, patronals i entitats públiques i privades.

Unitat responsable: Responsabilitat Social

Unitats participants: patrons i empleats.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/6

- Definir prioritats d'actuació segons conclusions inform. 25%.
- Determinar i quantificar metes i objectius. 25%.
- Mapa d'actuació, protocols i entrevistes . 10%.
- Anàlisi de dades. 10%.
- Comunicació. 15%.
- Publicació i presentació d'un informe d'activitat i assoliment. 15%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsable	2022 1 Sem	2022 2 Sem	2023 1 Sem	2023 2 Sem	2024 1 Sem	2024 2 Sem
Definir prioritats d'actuació segons conclusions informe P02013	RSC	X		X		X	
Determinar i quantificar metes i objectius	RSC	X		X		X	
Mapa d'actuació, protocols i entrevistes	RSC	X		X		X	
Anàlisi de dades	RSC		X (1T)		X (1T)		X (1T)
Comunicació	RSC		X (1T)		X (1T)		X (1T)
Publicació i presentació d'un informe d'activitat i assoliment	RSC		X (1T)		X (1T)		X (1T)

*Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: participació en formació
acompanyament i dol*

Projecte estratègic: participació formació acompanyament i dol.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques encaminades a que la Fundació participi en formació d'acompanyament i dol.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 02P3

Criticitat: 4

Complexitat: 1

Descripció: aconseguir coneixement i reputació, com un distintiu de qualitat amb acompanyament i dol, i tenir accés a voluntariat, patronals, i altres stakeholders.

El projecte: aquest projecte implica ser un referent en estar present en formació i esdeveniments, amb caràcter local i regional, en acompanyament i dol.

Mesures per cercar patrocinador,

- Definir el projecte i l'impacte anual amb claredat.
- Aprovar un pressupost.

- Fer una llista d' activitats col·laterals i patrocinadors que s'impliquin amb FSOM.
- Acordar una col·laboració completa que englobi, a més del patrocini, investigació i actuacions diverses en aquest àrea, que puguin refermar la presència de FSOM.

Unitat responsable: Responsabilitat Social

Unitats participants: patrons i empleats.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/5

- Definir el projecte i impacte anual amb claredat. 60%.

- Aprovar un pressupost. 10%.
- Fer una llista activitats col·laterals i patrocinadors, que s'impliquin amb FSOM. 20%.
- Acordar una col·laboració completa. 10%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

Fites del projecte	U.O. Responsable	2021-2023					
		2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Definir el projecte i impacte anual amb claredat	RSC	X		X		X	
Aprovar un pressupost	RSC	X		X		X	
Fer una llista activitats col·laterals i patrocinadors que s'impliquin amb FSOM	RSC	X		X		X	
Acordar una col·laboració completa	RSC	X		X		X	

Projecte estratègic: Comunicació. Estratègia de posicionament tradicional i digital.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques encaminades a que la Fundació tingui una comunicació excel·lent medís digitals i xarxes socials.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 03P1

Criticitat: 3

Complexitat: 1

Descripció: comptar amb una comunicació interna i externa coherent, és a dir, que l'empresa ha de subministrar la mateixa informació i amb el mateix nivell d'exhaustivitat, tant al seu treballador, com a socis i patrons, com a la resta de grups d'interès de la Fundació. Cal evitar els missatges contradictoris que puguin generar incertesa, tant en uns com en uns altres.

El projecte: ha d'implicar el compromís de tots els membres de la Fundació, per a que es subministri una informació, que ha de ser veraç, rellevant, verificable, i respondre a principis ètics i honestos. Una informació falsa no generarà confiança, encara més, si es descobreix que s'ha mentit, l'empresa perdrà

confiança i reputació, dos elements difícils de tornar a recuperar de manera ràpida.

Mesures per a un acord de Patronat per començar a implementar la transparència a la Fundació:

- S'han de publicar els números comptables de l'empresa, fins i tot quan aquests siguin negatius, de manera que treballadors i patrons sàpiguin en tot moment la situació en la qual es troba l'empresa a nivell econòmic i financer. A més, quan l'empresa ho està fent bé, és una manera d'atreure possibles inversors i de donar tranquil·litat als empleats.
- Establir protocol comunicació per quan es produeixen canvis a l'empresa. Cal informar-ne immediatament, primer als patrons, empleats i després als clients i a la resta de la societat. Hi ha diferents eines (comunicats interns, notes de premsa, circulars, etc.). La qüestió és evitar la incertesa que es pot generar si comencen a circular rumors que facin perdre confiança en l'empresa.
- El públic ha de conèixer el Patronat i l'organigrama de la Fundació, a través de la web, de manera que sàpiguin davant qui cal respondre de manera immediata i qui són els directius i l'alta direcció de la companyia. Amb vista al públic, posar «cara i nom» als alts càrrecs d'una empresa facilita la generació de confiança.
- Actualitzar les xarxes socials de la Fundació. Moltes vegades són el primer punt d'informació al qual recorren futurs candidats, clients potencials o qualsevol persona interessada a conèixer l'empresa. Si els perfils de l'empresa a les xarxes socials estan actualitzats i, a més, ofereixen informació detallada de l'empresa, el que fa, als seus valors i principis, estarà contribuint a oferir una imatge de transparència.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: RSC i proveïdor.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/5

- Definir estratègia comunicació. 45%.
- Aprovar un pressupost. 5%.
- Implementació. 45%.
- Valoració de l'impacte. 5%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Padrins: beneficiaris del serveis.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsable	2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Aprovar protocol comunicació	RSC	X					
Implementar nova web i organigrama	RSC	X	X				
Actualitzar les xarxes socials de la Fundació	RSC		X				
Publicar els números de l'empresa	RSC			X	X	X	X
Testimonials	RSC			X	X	X	X
Publicació i valoració d'impacte	RSC			X	X	X	X

Estratègia de RSC i territori. Vector d'activitat: filantropia estratègica.

Projecte estratègic: estratègia de RSC i territori.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques, sotmetent l'activitat filantròpica als mateixos processos que s'exigeixen en l'empresa, emmarcant les donacions en un pla estratègic, amb objectius quantificables d'acord a la missió, visió i valors aprovats.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 04P1

Criticitat: 5

Complexitat: 1

Descripció: articular una visió estratègica, que inclogui el motiu de l'enfocament escollit. Aquesta visió ha d'englobar, no només la missió general de la filantropia, sinó també la raó per avançar en aquesta missió. També hauria d'incloure un pla de contingència per a canvis en la societat o recessió econòmica, que pugui augmentar bruscament la demanda de les aportacions de l'organització.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: Patrons.

Pressupost: a valorar en cada cas.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: beneficiaris, usuaris, clients, aliances, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/3

- Definir visió estratègica. 15%.
- Definir pla estratègic de donacions. 50%.
- Desenvolupar pla de contingència. 35%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Padrins: beneficiaris dels serveis.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: beneficiaris i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsable	2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Desenvolupar pla de filantropia estratègica	RSC	X					
Aprovar pla	RSC	X	X				
Dur a terme les accions definides	RSC		X				
Seguiment i valoració de les accions	RSC			X	X	X	X
Testimonials	RSC			X	X	X	X
Publicació i valoració d'impacte	RSC			X	X	X	X

S'adjunta annex 2 : Avaluació Filantropia Estratègica FSOM.

3. Eixos estratègics I vectors d'activitat secundaris.

Projecte estratègic: govern corporatiu.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques encaminades a que la Fundació tingui un govern transparent.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 01S1

Criticitat: 3

Complexitat: 3

Descripció: recollida d'accions o iniciatives, vinculades o no a FSOM, amb repercussions tangibles i mesurables en quant a l'acompanyament de persones vulnerables, a la millora de la qualitat de vida dels habitants o del medi ambient d'una forma sostenible, i que poden servir com a models per a què altres països o regions els puguin conèixer i adaptar a la seva pròpia situació.

El projecte: publicacions de bones pràctiques vinculades a FSOM. Valorar posteriorment si editar o patrocinar un llibre de bones pràctiques.

Variables a recollir a les accions de bones pràctiques:

- Signatura LPOD dels interessats.

- Dades del contacte.
- Denominació del projecte o activitat.
- Serveis o programes.
- Innovacions o projectes d'investigació.
- Participació de FSOM.
- Objectius aconseguits.
- Metodologia del projecte i fases d'execució.
- Recursos empleats i finançament.
- Impacte mesurat.
- Conclusions i expectatives futures.

Unitat responsable: Responsabilitat Social

Unitats participants: Patrons.

Pressupost: recursos propis.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: beneficiaris i usuaris, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: recursos propis i aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètriques:0/2

- Número de bones pràctiques: 50%.
- Impacte de les bones pràctiques: ¿?(nº usuaris o beneficiaris al MN).

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsable	2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Recollida de bones pràctiques	RSC	X	X	X	X	X	X
Preparació edició llibre	RSC		X		X		X

Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: formació al final de la vida

Projecte estratègic: formació.

Objectiu: oferir cursos de formació d'acompanyament i dol a diferents col·lectius per a saber com afrontar el final de la vida.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 02S1

Criticitat: 4

Complexitat: 2

Descripció:

El projecte: cursos de formació gratuïts dirigits a diferents col·lectius per a acompanyar i saber com afrontar el final de la vida. Iniciativa per ajudar en aquesta etapa de la vida a, les famílies, als cuidadors i a la societat en general a canviar aquesta situació, derruir tabús, humanitzar i normalitzar el procés de morir.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: Patrons i aliances.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: aliances, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: recursos econòmics, aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRiques I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/3

- Participar i trobar un projecte formatiu 30%.
- Donar a conèixer suport formatiu 40%.
- Fer una llista d'activitats col·laterals i patrocinadors que s'impliquin amb els programes formatius i a fer-ne difusió dels mateixos 30%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Padrins: beneficiaris dels serveis.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

Fites del projecte	U.O. Responsabl e	2021-2023					
		2022 1 Sem	2022 2 Sem	2023 1 Sem	2023 2 Sem	2024 1 Sem	2024 2 Sem
Desenvolupar pla formatiu	RSC	X					
Difusió oferta formativa	RSC	X	X				
Testimonials	RSC			X	X	X	X
Publicació i valoració d'impacte	RSC			X	X	X	X

Projecte estratègic: Certificació Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

Objectiu: obtenir una certificació i garanties sobre cómo estar alineats amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) i les seves fites en tots els projectes que assoleixi la Fundació, i fer-ho conèixer a tots els grups d'interès.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 03S1

Criticitat: 3

Complexitat: 2

Descripció: certificar que el Patronat segueix i està alineat amb els ODS. Fer cas de les recomanacions de la consultora a la vegada pot suposar un estalvi de costos. Comunicar interna i externament a posterioritat la certificació, que la Fundació ha obtingut, i seguir les recomanacions per impactar a les fites dels ODS en cada línia d'acció.

El projecte: el Patronat ha d'assumir, si s'escau, seguir el compromís dels consells de la consultoria per tal de certificar el compliment dels ODS, per tal d'augmentar el respecte, confiança i reputació, dels diferents grups d'interès.

Mesures per a un acord de Patronat per començar a implementar la transparència a la Fundació:

- Sol·licitud de certificació i estudi de la documentació.
- Reunió amb persona responsable de RSC prèvia.
- Auditoria de certificació.
- Revisió del Certificat.
- Protocols Renovacions del Certificat.

Unitat responsable: Responsabilitat Social

Unitats participants: Patrons i empleats.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: Recursos econòmics.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètrica: 0/6

- Detecció dels ODS i metes de cadascun dels ODS que afecten l'empresa. 20%
- Anàlisi del grau de compliment inicial dels objectius de desenvolupament sostenible que afecten l'empresa. 15%
- Detecció dels ODS que afecten l'empresa i que no estan complerts. Objectius de compliment. 15%.
- Seguiment del compliment, segons els objectius marcats, dels ODS de la fase 3. quadre de comandaments amb seguiment i dades de compliment (optatiu). 15%.
- Certificació de compliment dels ODS. 20%.
- Comunicació del projecte i del compliment dels ODS. 15%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleat i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsable	2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Sol·licitud de certificació i estudi de la documentació	RSC	X		X		X	
Reunió amb persona responsable de RSC prèvia	RSC	X		X		X	
Auditoria de certificació	RSC	X		X		X	
Revisió del Certificat	RSC	X		X		X	
Renovacions del Certificat		X		X		X	

Estratègia de productes i serveis. Vector de activitat: formació a Voluntariat

Projecte estratègic: formació

Objectiu: la formació s'ha convertit en un dret per a les persones voluntàries i una obligació per a les entitats de voluntariat després de l'entrada en vigor de la *Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado*. Aquesta norma no fa més que posar en valor, de forma oficial, una pràctica fonamental per al creixement de l'acció voluntària i una via de captació per a augmentar el número de voluntaris.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 02S2

Criticitat: 3

Complexitat: 4

Descripció: definir un pla de formació acord a les temàtiques i eixos d'actuació de la Fundació.

El pla formatiu haurà d'incloure formacions en diferents modalitats sobre diferents competències relacionades amb l'objecte de la Fundació. La formació ha de ser un estímul per als voluntaris, per la seva aportació a la Fundació com una via de captació i retenció de voluntaris.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: Patrons i aliances.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRiques I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètriques: 0/5

- Triar proveïdor 10%.
- Aprovar pla formatiu 25%.
- Pla comunicació 25%.
- Accions captació voluntariat 30%.
- Valorar impacte accions formatives 10%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: Aliances i Corporacions locals.

Responsable GGII: Aliances, clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

Fites del projecte	U.O. Responsable	2021-2023					
		2022 1 Sem	2022 2 Sem	2023 1 Sem	2023 2 Sem	2024 1 Sem	2024 2 Sem
Aliança i pla formatiu	RSC		X				
Donar a conèixer les accions formatives	RSC		X	X			
Formació					X	X	
Publicació i valoració d'impacte	RSC						X

Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: formació a col·lectius vulnerables

Projecte estratègic: formació.

Objectiu: oferir diferents activitats formatives, que tinguin com a finalitat aconseguir la independència social, econòmica i personal de col·lectius vulnerables mitjançant aquestes formacions.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 02S3.

Criticitat: 3

Complexitat: 4

Descripció: definir un pla formatiu que permeti millorar les oportunitats d'ocupació per als grups de persones més grans de 50 anys amb dificultats per trobar feina, mitjançant:

- Formació en competències que facilitin l'accés al mercat laboral.
- Capacitació als col·lectius vulnerables per a iniciar o millorar els seus negocis a través de les noves competències adquirides.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: Patrons, aliances en emprenedoria e innovació social.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètriques:0/3

- Definir pla formatiu 50%.
- Comunicació accions formatives 30%.
- Valorar impacte accions formatives 20%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: clients i usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

Fites del projecte	U.O. Responsable	2021-2023					
		2022 1 Sem	2022 2 Sem	2023 1 Sem	2023 2 Sem	2024 1 Sem	2024 3 Sem
Aliança i pla formatiu	RSC		X				
Donar a conèixer les accions formatives	RSC		X	X			
Formació					X	X	
Publicació i valoració d'impacte	RSC						X

Estratègia de productes i serveis. Vector d'activitat: acció de voluntariat al MN.

Projecte estratègic: voluntariat.

Objectiu: elaborar una estratègia raonable i mesurable d'accions i pràctiques de l'àrea de voluntariat amb impacte al MN.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 04S1

Criticitat: 1

Complexitat: 4

Descripció:

Definir el Pla de Voluntariat, un document que ha d'incloure, entre d'altres apartats:

- Objectius del pla de voluntariat.
- Tipus de voluntariat.
- Àrees d'actuació de les persones voluntàries.
- Requisits del voluntariat.
- Drets i deures dels voluntaris.
- Obligacions/drets de FSOM amb els voluntaris.
- Integració, dependència i supervisió voluntariat.

- Noves necessitats de voluntariat/publicació i difusió d'ofertes de voluntariat.
- Procediment d'acollida de voluntariat.
- Formació voluntariat.

Unitat responsable: Responsabilitat Social

Unitats participants: Patrons i aliances de formació.

Pressupost: a valorar per Fundació Icloby, si s'escau.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètriques:0/6

Definir Pla de Voluntariat.

- Hores 20%.
- Beneficiaris 20%.
- Número d'accions fetes 20%.
- Número de testimonials 20%.
- Valoració econòmica de les accions 20%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

-

Coordinador: Responsable RSC.

Col·laboradors: empleats i proveïdors.

Responsable GGII: corporacions locals, proveïdors, beneficiaris i Patronat.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

		2021-2023					
Fites del projecte	U.O. Responsabl e	2022 1 Sem	2022 2 Sem	2023 1 Sem	2023 2 Sem	2024 1 Sem	2024 2 Sem
Aliança per formació	RSC		X				
Redactar Pla de Voluntariat	RSC			X			
Implementació	RSC					X	

Projecte estratègic: pisos tutelats.

Objectiu: oferir habitatges agrupats per donar un servei d'atenció integral a persones grans autònomes o a persones amb alguna discapacitat física o intel·lectual que tenen un alt nivell d'autonomia, però necessiten, tot i així, suport o supervisió per ser completament independent

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 06P02

Criticitat: 1

Complexitat: 5

Descripció: amb col·laboració dels agents socials i de les necessitats detectades en els estudis realitzats als GGII, FSOM disposa de diferents pisos en règim de lloguer els quals es podrien posar a disposició de les persones objectiu del projecte.

El projecte: destinar els diferents pisos propietat de FSOM o altres, a ser ocupats per a persones en situació econòmica i/o mobilitat precària, assegurant-nos així d'oferir-los uns mínims de qualitat de vida es complexa no només perquè s'ha de decidir abans com treure llogaters, o vendre els pisos, o altres opcions sinó també per la pròpia complicació del projecte. Es important, tenir unanimitat amb

aquest tipus de decisions, i avui es una decisió pendent del Patronat. Seria viable estudiar una possibilitat nova amb col·laboració públic privat.

Unitat responsable: President.

Unitats participants: Corporacions locals, Patrons, beneficiaris i usuaris, aliances i empleats.

Pressupost: no disponible per falta d'informació.

Garant (control i seguiment): Patronat.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: immobles, recursos econòmics compra de serveis legals, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètriques:0/6

- Acordar amb a corporacions locals i fundacions privades a participar 40 %.
- Definir projecte 30%.

- Construcció: elaborar estatuts i permanència amb totes els grups d'interès 20%.
- Publicació, bones pràctiques 10%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Fites del projecte	U.O. Responsable	2021-2023					
		2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Acordar amb a corporacions locals i fundacions privades a participar	RSC	X	X				
Definició i construcció del projecte	RSC			X	X		
Elaborar estatuts i permanència amb totes els grups d'interès	RSC					X	
Publicació i bones pràctiques	RSC						X

Patrimoni i actius. Vector d'activitat: ampliació Línia Negoci amb Cooperació Pública/Privat.

Projecte estratègic: engegar un nou projecte públic-privat com a colofó de un nou posicionament de la FSOM. La idea es pensar amb una nova residència o espai adaptat per ajudar a la gent gran i els col·lectiu més vulnerables que visquin en règim de cooperativisme.

Objectiu: assegurar la continuïtat de l'acció social de FSOM de la mà de cooperació privada/ pública via ingressos, vers l'activitat inicial i, alhora, enfortir la imatge i reputació de futur amb corporacions locals, sector privat, tercer sector, Fundacions, etc.

1. DADES IDENTIFICATIVES DEL PROJECTE ESTRATÈGIC

Número: 06P01

Criticitat: 4

Complexitat: 5

Descripció: atenent les necessitats dels grups d'interès, basant-nos amb les cada vegada més altes taxes d'envelliment de la població, el que comporta la creixent i cada vegada més necessària creació d'espais i de serveis destinats a la gent gran, es planteja la possibilitat de engegar un projecte conjunt de residència o espai adaptat. Aquest tipus de necessitat en règim cooperatiu.

El projecte: un conjunt de residència o espai adaptat a fi de donar els serveis propis d'una residència de la 3ª edat, on els usuaris residents gaudeixen en règim cooperatiu. En aquest projecte es imprescindible la col·laboració dels diferents Organismes ARA a fi i efecte de desenvolupar el projecte de manera pública/privada. Alt increment de la reputació de FSOM al llarg dels anys, alhora que estableix una font d'ingressos per a la continuïtat de l'obra social.

Unitat responsable: Responsabilitat Social.

Unitats participants: Patrons i empleats.

Pressupost: dependrà de les subvencions i/o aportacions dels Organismes ARA implicats amb el projecte.

Garant (control i seguiment): Patronat i Responsable RSC.

Grups d'interès: empleats, clients, aliances, proveïdors, govern local i superiors, societat en general.

R Tangibles: recursos econòmics / R Intangibles: aliances, voluntariat.

2.- ABAST, MÈTRIQUES I IMPACTES EN L'ESTRATÈGIA

Mètriques:0/6

- Convidar a corporacions locals i fundacions privades a participar 10 %.
- Definir projecte 20%.
- Construcció 50%.
- Publicació dels informes pertinents 10%.

3.- ROLS IMPLICATS I CRONOGRAMA

Coordinador: Patronat.

Col·laboradors: corporacions locals i sector privat.

Responsable GGII: proveïdors, sector públic, sector privat, clients, usuaris.

Avaluador intern: Patronat.

Avaluador extern: consultor o altre proveïdor.

Fites del projecte	U.O. Responsable	2021-2023					
		2022	2022	2023	2023	2024	2024
		1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem	1 Sem	2 Sem
Convidar a corporacions locals i fundacions privades a participar	RSC	X					
Definir projecte	RSC		X				
Construcció				X	X	X	
Publicació informes pertinents							X

ANNEXOS

Annex I. Pla d'activitat.

PLA D'ACTUACIÓ

FUNDACIÓ: FUNDACIÓ SOCIAL OBRA MARÍA

Nº REGISTRE:

EXERCICI: 01/01/2022 - 31/12/2022

La Fundació presenta el seu Pla d'Actuació per Exercici 2022.

1.- ACTIVITATS DE LA FUNDACIÓ

ACTIVITAT 1

A) Identificació

Denominació de l'activitat	
Tipus d'activitat	
Identificació de l'activitat per sectors	
Lloc de desenvolupament de l'activitat	

Descripció detallada de l'activitat prevista

--

B) Recursos humans empleats en l'activitat

Tipus	Número	Nº hores/any
	Previst	Previst
Personal assalariat		
Personal amb contrate de serveis		
Personal voluntari		

C) Beneficiaris o usuaris de l'activitat

Tipus	Número
	Previs
Persones físiques	
Persones jurídiques	

D) Objectius i indicadors de la realització de l'activitat

Objectiu	Indicador	Quantificació
NÚMERO MÍNIM ESTUDIANTS		
NÚMERO MÍNIM PROJECTES SOCIALS		

ACTIVITAT 2

A) Identificació

Denominació de l'activitat	
Tipus d'activitat	
Identificació de l'activitat per sectors	
Lloc de desenvolupament de l'activitat	

Descripció detallada de l'activitat prevista.

--

B) Recursos humans empleats en l'activitat

Tipus	Número	Nº hores/any
	Previst	Previst
Personal assalariat		
Personal amb contrate de serveis		
Personal voluntari		

C) Beneficiaris o usuaris de l'activitat

Tipus	Número
	Previst
Persones físiques	
Persones jurídiques	

D) Objectius i indicadors de la realització de l'activitat

Objectiu	Indicador	Quantificació
NÚMERO MÍNIM ESTUDIANTS		
NÚMERO MÍNIM HORES VOLUNTARIAT		
NÚMERO MÍNIM PROJECTES SOCIALS		

ACTIVITAT 3

A) Identificació.

Denominació de l'activitat	
Tipus d'activitat	
Identificació de l'activitat per sectors	
Lloc de desenvolupament de l'activitat	

Descripció detallada de l'activitat prevista

--

B) Recursos humans empleats en l'activitat

Tipus	Número	Nº hores/any
	Previst	Previst
Personal assalariat		
Personal amb contracte de serveis		
Personal voluntari		

C) Beneficiaris o usuaris de l'activitat

Tipus	Número
	Previst
Persones físiques	
Persones jurídiques	

D) Objectius i indicadors de la realització de l'activitat

Objectiu	Indicador	Quantificació
NÚMERO MÍNIM CONVENIS		15
PROJECTES		1

2.- PREVISIÓ DE RECURSOS ECONÒMICS A EMPRAR PER LA FUNDACIÓ

Despeses/Inversions	Activitat 1	Activitat 2	Activitat 3	Total activitats	No imputats a les activitats	TOTAL
Despeses per ajuts i altres						
a) Ajuts monetaris						
b) Ajuts no monetaris						
c) Despeses per col·laboracions i òrgans de govern						
Variació d'existències de productes acabats i en curs de transformació						
Aprovisionaments						
Despeses de Personal						
Altres despeses d'explotació						
Amortització de l'immobilitzat						
Deteriorament i resultat per alienació d'immobilitzat						
Despeses financeres						
Variació de valor raonable en instruments financers						
Diferències de canvi						
Deteriorament i resultat per alienació d'immobilitzat						
Impostos sobre beneficis						
Subtotal despeses						
Adquisicions d' Immobilitzat (excepte Bens Patrimoni Històric)						
Adquisicions Bens Patrimoni Històric						
Cancel·lació deute no comercial						
Subtotal inversions						
TOTAL RECURSOS EMPLEATS						

3.- PREVISIÓ DE RECURSOS ECONÒMICS A OBTENIR PER LA FUNDACIÓ

3.1) Previsió d'ingressos a obtenir per la Fundació

INGRESSOS	Import total
Rendes i altres ingressos derivats del patrimoni	
Vendes i prestacions de serveis de les activitats pròpies	
Ingressos ordinaris de les activitats mercantils	
Subvencions del sector públic	
Aportacions privades	
Altres tipus d'ingressos	
TOTAL INGRESSOS PREVISTOS	

3.2) Previsió d'altres recursos econòmics que cal obtenir per la Fundació.

ALTRES RECURSOS	Import total
Deutes contraïdes	
Altres obligacions financeres assumides	
TOTAL ALTRES RECURSOS PREVISTOS	

Annex II. Avaluació Filantropia Corporativa.



FUNDACIÓN ICLOBY
Ciencia, Conciencia y Compromiso

PLANTILLA AVALUACIÓ FILANTROPIA ESTRATÈGICA		
1. El projecte està dintre de la missió de FSOM?		4
☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☒ 4.	marginalment afecta específicament, però fora de població afecta específicament en Maresme Nord impacte en el MN, medible i amb creixement sòlid i sostenible	
2. El projecte aconsegueix implementar alguna línia estratègica?		4
☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☒ 4.	marginalment afecta específicament, però fora de població afecta específicament en Maresme Nord impacte al MN, medible i amb creixement sòlid i sostenible	
3. Ajuda a aconseguir la visió que te la FSOM?		4
☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☒ 4.	marginalment afecta específicament, però fora de població afecta específicament en Maresme Nord impacte al MN, medible i amb creixement sòlid i sostenible	
4. Aporta coneixement i talent a la FSOM?		4
☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☒ 4.	marginalment aporta talent, però fora del Maresme Nord aporta talent, dins del Maresme Nord aporta talent al MN, medible i amb creixement sòlid i sostenible	
5. Es medible l'impacte a la comarca?		4
☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☒ 4.	marginalment afecta específicament, però fora de població afecta específicament al Maresme Nord aporta talent al MN, medible i amb creixement sòlid i sostenible	
6. Están implicats més de tres GGII de la comarca ?		4
☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☒ 4.	1 2 3 o més més de 3	
7. Hi ha co direcció del projecte ?		1
☒ 1. Si ☐ 2. No		
8. Pot aportar alguna bona pràctica a FSOM?		1
☐ 1. Si ☐ 2. No		
9. Aporta coneixement i talent a la FSOM?		1
☒ 2. Si ☐ 1. No		
10. Pot aportar voluntaris o algun altre actiu material o immaterial ?		4
☐ 1. ☐ 2. ☐ 3. ☒ 4.	poc probable puntualment uns quants reiteradament amb possibilitat de tenir projectes	
TOTAL		31
Màxim		31
		100%