

“A veces estamos demasiado dispuestos a  
creer que el presente es el único estado  
posible de las cosas”  
Marcel Proust

# PLAN ESTRATÉGICO 2022-2027

## Fundación Maimona

Diseñado y elaborado por:

Patronato de la Fundación Maimona

---

## Índice

1. CONTEXTO GENERAL	...	...	...	...	...	...	...	2
2. OBJETIVOS, MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	...	...	...	...	...	...	...	3
3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	...	...	...	...	...	...	...	6
4. GRUPOS DE INTERÉS	...	...	...	...	...	...	...	9
5. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS	...	...	...	...	...	...	...	12
5.1. Comisión de economía	...	...	...	...	...	...	...	13
5.2. Comisión de jóvenes...	...	...	...	...	...	...	...	15
5.3. Comisión de desfavorecidos	...	...	...	...	...	...	...	18
5.4. Comisión de comunicación	...	...	...	...	...	...	...	20
6. PLAN DE ACCIÓN E IMPLEMENTACIÓN	...	...	...	...	...	...	...	21
6.1. Objetivo de participación social y filantropía	...	...	...	...	...	...	...	22
6.2. Objetivo de realización de proyectos sostenibles y emprendedores	...	...	...	...	...	...	...	25
6.3. Objetivo de comunicación	...	...	...	...	...	...	...	27
7. CONCLUSIONES	...	...	...	...	...	...	...	28
Anejo I: Identificación y priorización de los grupos de interés	...	...	...	...	...	...	...	29
Anejo II: Protocolo de aceptación de nuevos proyectos y actividades	...	...	...	...	...	...	...	32
Anejo III: Fichas de actividades por comisión	...	...	...	...	...	...	...	35
III.2. Comisión de jóvenes	...	...	...	...	...	...	...	36
III.3. Comisión de desfavorecidos...	...	...	...	...	...	...	...	56

---

# 1. CONTEXTO GENERAL

---

La **Fundación Maimona** está en un momento de cambios que requiere que estos conduzcan a objetivos congruentes con sus misiones estatutarias. De ahí que se haya estimado oportuno elaborar un programa de trabajo en consecuencia.

Normalmente, los designios de la **Fundación Maimona** son llevados por el excelente equipo técnico del que siempre ha disfrutado esta institución, y esto ha hecho siempre prescindible o, cuando menos, complementario el tener o no un plan estratégico. En algún momento, incluso, se encargó a una entidad especializada la elaboración de otro plan estratégico, mucho más profesional de lo que pretende ser este. Sin embargo, este viene a recoger el nuevo contexto en el que está la **Fundación Maimona** y tiene como principal activo el que ha sido pensado y trabajado por todos los miembros de su Patronato. Es decir, intenta suplir con la ilusión y el trabajo las carencias que pudiera encontrar por su falta de pericia en estas artes. Esto último es precisamente una de las ideas que va a marcar casi todo el plan de actuaciones que recoge este plan.

Un factor determinante en la conceptualización y el desarrollo de este plan es la situación económica de la institución. Su activo corriente va decreciendo año a año debido a una constante sucesión de ejercicios deficitarios. Por otra parte, es la ilusión de todos que esta institución tenga una continuidad indefinida, por lo que debemos encontrar el modo de crear un sistema autosostenible sin dejar de atender estas misiones estatutarias. El símil con una empresa es bastante claro, en una empresa se trabaja por beneficios y en una fundación comunitaria se debe trabajar para tener más ingresos que gastos, dejando esta diferencia para entregar a la sociedad, a la comunidad en la que se centra la fundación. Y dado que los gastos de funcionamiento están ya muy aquilatados, si no encontramos nuevas fuentes de ingresos, estamos avocados a la desaparición en ocho o diez años. Tampoco se trata de vivir enrocados para sobrevivir, se trata de ser ingeniosos y responsables para conseguir mantener un buen nivel de funcionalidad en un entorno de sostenibilidad económica. Y para conseguir esto es muy evidente que hace falta que todos arrimemos el hombro, desde el último miembro de esta comunidad hasta cada uno de los miembros del Patronato que dirige sus designios.

## 2. OBJETIVOS, MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La **Fundación Maimona** es una organización sin ánimo de lucro, filantrópica e independiente creada por Diego Hidalgo Schnur y dedicada desde el año 2000 a potenciar el desarrollo sostenible de Los Santos de Maimona a través de la innovación, el uso de las nuevas tecnologías, la formación, la orientación empresarial y el apoyo a los emprendedores, a quienes consideramos los mayores proveedores de riqueza y crecimiento.

Los estatutos de **Fundación Maimona** marcan como objetivos prioritarios:

OBJETIVOS
1. Promover actividades de carácter cultural, económico y social que eleven la calidad de vida de los santeños.
2. Participar en los proyectos elaborados por instituciones, entidades sin ánimo de lucro, de particulares y de empresas implantadas o con incidencia en la localidad mediante la incorporación al capital, la prestación de asistencia financiera o apoyo en la gestión.
3. Diseño y gestión de proyectos financiados con fondos públicos o privados, internacionales o nacionales, destinados a fines coincidentes con las propias misiones de la Fundación.
4. Promocionar la imagen, las empresas y los productos de Los Santos de Maimona.
5. Realización, de forma directa o concertada, de programas y actividades de formación profesional, de inserción social y laboral y de creación de empleo en favor de los santeños y extremeños que permitan la formación y preparación para puestos de trabajo, especialmente de programas de investigación y aplicación de las nuevas tecnologías.
6. Cooperar con las instituciones y personas que trabajen en el mismo ámbito de fines y objetivos de la Fundación.
7. Edición de libros y trabajos relacionados con la historia, la cultura, la economía, la estructura social y otros aspectos de Los Santos de Maimona.
8. Dotación de becas y ayudas para estudios.
9. Creación de premios y ayudas para la investigación de temas relacionados con Los Santos de Maimona.
10. Colaboraciones en la dotación material y en las actividades de las entidades y centros culturales y sociales del pueblo.
11. Creación, participación y gestión de fondos de capital y de patrimonio de dotación

para fines específicos, que estén relacionados con el objeto fundacional.
12. Realización de estudios sectoriales y generales sobre la realidad y proyección cultural, económica y social del pueblo y su entorno.
13. Realización o colaboración en actividades de información, divulgación, sensibilización y formación relacionadas con las acciones enumeradas en los puntos anteriores.

Con la evolución de la ejecución de las actividades del presente Plan Estratégico se estudiará si merece la pena cambiar, eliminar, refundir o ampliar estos objetivos.

La misión de la **Fundación Maimona** es

MISIÓN
Nuestra misión es colaborar con las personas, instituciones y organizaciones de diferente naturaleza en la construcción de un proyecto ejemplar en el que todos aportemos y compartamos nuestras ideas y conocimientos para hacer de Los Santos de Maimona y su entorno un polo dinámico, próspero, socialmente avanzado e incorporado a los patrones económicos y culturales contemporáneos. Por esta razón se nos define, a pesar de nuestra naturaleza de entidad privada, como fundación comunitaria o cívica.

Igualmente, la visión de la **Fundación Maimona** es:

VISIÓN
Nuestra visión es, desde el primer día y hasta hoy, colaborar en la construcción de un proyecto colectivo ejemplar, capaz de hacer de Los Santos de Maimona y de su entorno, Extremadura, un polo dinámico, próspero, socialmente avanzado e incorporado plenamente a los patrones económicos y culturales contemporáneos.

Y los valores de la **Fundación Maimona** que permiten soñar con los objetivos marcados basándonos en nuestra misión estatutaria y pensando en nuestra visión son:

- **Colaboración:** acometemos nuestros proyectos dialogando y cooperando con los agentes más idóneos y expertos disponibles para cada materia. Actuamos con objetivos definidos y visibles.

- **Transparencia:** nuestras cuentas están auditadas y son presentadas ante la comunidad y nuestros donantes, al igual que el uso de los recursos económicos y los resultados.

- **Innovación:** todas nuestras actuaciones contienen una dimensión innovadora.

- **Procesos eficientes claramente definidos:** operamos conforme a procedimientos que son públicamente conocidos, revisados periódicamente, eficientes y certificados en busca de su mayor calidad.

- **Recursos estables:** creamos y mantenemos una dotación económica permanente que asegura la estabilidad de la fundación, de nuestros proyectos y los de nuestros donantes y aliados.

- **Perspectiva estratégica y global:** trabajamos en el marco de indicadores generales medibles y definidos a largo plazo que van más allá de nuestro entorno local.

Resumiendo todo esto, podríamos decir que la **Fundación Maimona** promueve la participación social, la filantropía, el emprendimiento y desarrollo de proyectos sostenibles, dentro y fuera de Los Santos de Maimona, con alianzas estratégicas, para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

# 3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En el momento actual, la Fundación Maimona desarrolla proyectos empresariales y filantrópicos y ambos, tanto de gestión propia como ajena. La siguiente tabla muestra un resumen de los proyectos más trascendentes:

	Tipo	Propio (P) / Ajeno (A)	Nombre del proyecto
Actividad Empresarial	1. Formación	P	Escuela de Micronegocios
		A	Emprendimiento (Escuelas profesionales, YBS,...)
	2. Alquiler	P	Espacios CEI
		P	Kontenedores
		P	Naves
		P	Aulas formación
	3. Consultoría	A	Red Fundaciones Comunitarias España
Actividad Filantrópica	1. Voluntariado	A	Caja Social Ezequiel
		P	Maimona Directo
		P	Consultoría empresarial
		P	Mainova
	2. Donaciones	P	Convocatoria innovadores en residencia
		P	Ayudas proyectos innovadores

El análisis DAFO en el momento actual de la **Fundación Maimona** podría ser:

<p><b>DEBILIDADES</b> (estrategia de mejora ante aspectos negativos internos)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispersión de información</li> <li>• Mucha y muy variada cantidad de proyectos</li> <li>• No se identifican bien los objetivos de la entidad</li> <li>• Dificultad para expresar qué hace la FM</li> <li>• Poca visibilidad local</li> <li>• Poca participación social</li> <li>• Localización alejada para el resto de la población</li> <li>• Duplicidad de tareas en algunas temáticas respecto a la administración</li> <li>• Recursos escasos a largo plazo</li> <li>• No hay una buena estrategia empresarial</li> <li>• Falta de seguimiento y gestión de algunos proyectos propios</li> </ul>	<p><b>FORTALEZAS</b> (estrategia de relanzar ante aspectos positivos internos)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad económica actual para poner en marcha iniciativas sostenibles a largo plazo</li> <li>• La fuerza de la imagen del patrono fundador</li> <li>• Muchos contactos con entidades públicas y privadas</li> <li>• Buen equipo de trabajo</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b> (estrategia de mejora ante amenazas externas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos económicos</li> <li>• Aumento de servicios públicos gratuitos sobre lo que trabaja FM</li> <li>• Fama de entidad adinerada que no necesita colaboración económica externa</li> <li>• Crisis económica</li> <li>• Reducción de proyectos públicos financiados</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b> (estrategia de posicionamiento ante oportunidades externas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena imagen de la Fundación en España y la Red de F Comunitarias</li> <li>• Mejora de la participación ciudadana</li> <li>• Financiación de proyectos de la administración a entidades del tercer sector</li> </ul>

En general subyace en el pueblo que la **Fundación Maimona** es una entidad que merece mucho respeto y que hace muchas cosas, pero que realmente no se nota suficientemente sus esfuerzos en Los Santos de Maimona. Entre el patronato subyace que el equipo técnico está saturado de trabajo, cada vez hay más personal, se está trabajando cada vez más, pero que no se direccionan los esfuerzos hacia actividades identificadas y acordes con los objetivos de la

**Fundación Maimona** que estén centralizadas en la comunidad local a la que debe servir. Es por todo esto por lo que este plan estratégico busca racionalizar estos esfuerzos mientras que, a la par, busca un mayor impacto en la comunidad local, cuidando al voluntariado y aprovechando al máximo el recorrido de los proyectos en los que ya se ha trabajado.

De todos los proyectos que se están desarrollando en la actualidad cabe hacer una evaluación objetiva de si tienen o van a tener impacto en nuestra comunidad, cuánto cuestan o cuánto generan y, en consecuencia de todo esto, si merece la pena mantenerlos o deben cerrarse para poder abrir otros orientados a nuestros objetivos, centrados en nuestra comunidad local, que sean compatibles con la proyección económica que buscamos.

---

## 4. GRUPOS DE INTERÉS

---

Inicialmente se desarrolló la identificación y la priorización de los grupos de interés de la **Fundación Maimona**. Para ello se creó una hoja Excel en la que cada miembro del equipo técnico y del Patronato fue evaluando el impacto y la influencia de cada grupo de interés identificado. La figura 1 del Anejo I de este documento recoge los valores medios de esta encuesta. Los grupos de interés se clasificaron en Internos y Externos a la **Fundación Maimona**, identificándose como internos a la Familia Hidalgo, al Patronato, al Consejo Económico y Social y a los propios trabajadores. Los externos eran mucho más numerosos, destacando los grupos de empresas residentes en nuestras instalaciones, otros clientes, organismos públicos o el tejido social y asociativo de Los Santos de Maimona, entre otros.

Todos estos grupos de interés para la **Fundación Maimona** fueron evaluados bajo dos grandes criterios, el impacto que pueden causar y la influencia que tienen. A su vez, dentro del impacto se evalúa la oportunidad de contar con esos impactos, de ser positivos, y la amenaza de dichos impactos en la institución si fueran negativos. Por otra parte, la influencia mide aspectos como la urgencia en atenderlo, la legitimidad de ese grupo de interés o su poder.

Con esta clasificación se establecen cuatro tipos de grupos de interés:

- Inactivos: La carencia de acción en estos grupos de interés los condiciona a observadores. Poseen un bajo nivel de influencia e impacto.
- Facultativos: Son unos grupos de interés que adquieren una alta capacidad de impactar a la empresa. Sin embargo, su nivel de influencia es bajo.
- Vigilantes: Presentan un alto nivel de influencia, aunque no demasiada capacidad de impactar. Su movilidad dependerá del impacto que puedan tener sus acciones.
- Determinantes: Son grupos de interés que pueden fijar los términos de una resolución. Su gran influencia puede suponer un alto impacto en la institución.

Con la evaluación (de 0 a 4 para cada grupo de interés) de cada miembro del equipo técnico y de cada patrono se elaboró una gráfica que tenía en la abscisa la medida del impacto y en la ordenada la influencia, resultando en la parte más cercana al 0,0 los grupos de interés inactivos, los grupos de interés facultativos se localizaban sobre los primeros en esta gráfica, los grupos de interés vigilantes ocupaban la zona a la derecha de los grupos inactivos y los grupos determinantes se ubicaban en la zona alta de la derecha de esta gráfica, que se muestra en la figura 2 del Anejo I.

En esta figura aparecen codificados los tipos de interés, sus códigos pueden identificarse en la figura anterior de ese mismo Anejo I.

El análisis de esta estrategia de valoración de grupos de interés es muy interesante y ofrecería muchos comentarios. Se podría decir que nos ha enseñado a conocernos mejor. Sin embargo, la conclusión más trascendente de esta estrategia fue que no era sensible a los verdaderos problemas de la **Fundación Maimona** y que no infería una base de planificación como la que buscábamos. Esta era una estrategia más propia de una empresa que de un organismo como el nuestro. Por tanto, se desestimó este sistema de priorización de grupos de interés y se optó por consensuarlos en una reunión a tal efecto. De esta reunión, y tras la apreciada colaboración del Consejo Económico y Social en la única reunión que tuvo en el año 2020, se concluyó que había dos grandes grupos de interés, la juventud de nuestro pueblo y las personas desfavorecidas por cualquier razón. A la par que la identificación de estos dos grandes grupos de interés, también se puso patente la necesidad de trabajar especialmente en dos grandes ámbitos, la gestión económica de la **Fundación Maimona** y un plan de comunicación eficaz.

Para que el equipo de trabajo constituido por los patronos de la **Fundación Maimona** fuera eficiente, se decidió crear varias comisiones de trabajo, cada una de las cuales estaría constituido por tres o cuatro miembros y todas ellas coordinadas por el presidente de la **Fundación Maimona**. La elección de cada patrono fue por afinidad a cada una de las comisiones y por su capacidad de aportar especialmente a cada una de ellas. Ni que decir tiene que todos los miembros del Patronato tienen toda la capacidad y la oportunidad de intervenir en cualquiera de los trabajos de cualquier comisión, ayudando a perfeccionar sus trabajos. De esta forma, se constituyeron las siguientes comisiones para la elaboración de este Plan Estratégico:

**COMISIÓN DE ECONOMÍA:**

Integrada por Olga Galea, Francisco Javier Morato y Juan Francisco Farrona.

**COMISIÓN DE JÓVENES:**

Integrada por Carmen Lavado, Jofe Morenas, Poli Venegas y Olga Galea.

**COMISIÓN DE DESFAVORECIDOS:**

Integrada por María Testal, Manuel Lavado y José María Cerón.

**COMISIÓN DE COMUNICACIÓN:**

No hay comisión de comunicación creada porque se decide posponer la elaboración de un plan de comunicación hasta no tener claro qué se debe comunicar. Además, probablemente este plan deba encargarse a una empresa especializada en comunicación.

Para cada comisión de trabajo se establecen unos objetivos a corto, medio y largo plazo, todos ellos congruentes con la misión fundacional que nos hemos dado y todos ellos ambiciosos, pero abordables; interesantes, pero consecuentes con la situación económicas; imaginativos, pero de éxito medible; y colaborativos, pero cada uno de ellos tutelados por un miembro concreto del Patronato.

Cuando hablamos de corto, medio y largo plazo, estamos refiriéndonos a unas horquillas temporales aproximadas a uno, tres y cinco años respectivamente.

En base a atender los objetivos establecidos en cada marco temporal se diseñan actividades concretas destinadas a conseguirlos mediante un formato de fichas de trabajo que suponen parte de la responsabilidad que todos tenemos como personas involucradas de una u otra manera en la **Fundación Maimona**.

Concretamente, la comisión de economía ha basado su trabajo en establecer un protocolo de aceptación de proyectos a realizar por parte de la **Fundación Maimona**, para filtrar aquellos que no tengan un reporte importante en la misión estatutaria y, además, supongan un incremento injustificado del déficit. Por otra parte, esta comisión, buscando el necesario objetivo de alcanzar la sostenibilidad y equilibrio presupuestario de la institución, también ha trabajado en la identificación de posibles fuentes de ingresos y cómo conseguirlos.

Por otro lado, la comisión de jóvenes ha distinguido dos subgrupos de interés, uno serían las personas adolescentes y jóvenes estudiantes y otro estaría constituido por jóvenes más mayores, que ya están buscando su mejor encaje social y laboral en nuestro pueblo y su entorno. Para cada uno de estos subgrupos de interés ha determinado los objetivos a conseguir y ha diseñado actividades conducentes a lograr dichos objetivos en los tres marcos temporales ya definidos.

A su vez, la comisión de desfavorecidos también ha identificado dos subgrupos de interés, las personas mayores que deseen o necesiten una interacción social mayor y, por otro lado, aquellas personas en edad laboral que se hayan quedado sin trabajo por cualquier motivo y necesiten y quieran reinsertarse en el mundo laboral. Para ambos subgrupos se han identificado objetivos concretos y se han planificado actividades concretas que acerquen esos objetivos en los marcos temporales de trabajo.

---

## 5. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

---

Del análisis anterior, el equipo redactor de este Plan Estratégico ha identificado tres objetivos principales en base a los cuales se desarrollan las estrategias que cada una de las comisiones ha identificado como conducentes a la consecución de dichos objetivos. Son:

1. Más participación social y filantropía: Búsqueda activa y cuidado máximo de voluntarios en cualquier actividad, sin dejar de buscar también activamente nuevos filántropos.
2. Desarrollo de proyectos sostenibles y emprendedores: Centrados en la comunidad local, buscando un impacto inmediato, pero duradero, sostenibles y no necesariamente complejos. Puede ser muy interesante reciclar proyectos ya muy trabajados que no hayan sido aún suficientemente aprovechados. Y sobre todo, sostenibles, no podemos incurrir en proyectos que minen la economía de la **Fundación Maimona** a no ser que prometan un resultado al menos proporcional al esfuerzo que requieren.
3. Comunicación: Debe haber un plan de comunicación que enseñe permanentemente qué hace la **Fundación Maimona**.

## 5.1. Comisión de economía

La comisión de economía ha buscado cómo conseguir unas ratios económicas compatibles con la sostenibilidad buscada, a la par que planificar actividades concretas para conseguirlas.

En este sentido, y teniendo como fondo que no hay más secreto que disminuir los gastos y aumentar los ingresos ha basado su tarea en reducir los gastos manteniendo la actividad normal de la **Fundación Maimona** y en aumentar los ingresos trabajando en actividades concretas que más adelante describimos.

Para aquilatar más los gastos se decide elaborar un protocolo para la aceptación previa de proyectos y actividades que se expone en el Anejo II de este documento. Como esencia del contenido, puede deducirse la preocupación por desarrollar proyectos rentables que ayuden a conseguir un equilibrio presupuestario, a la par vayan en consonancia con los objetivos de los estatutos de la **Fundación Maimona**. Se quiere intervenir más en la viabilidad económica de cada proyecto o actividad para tener una idea más clara y permanentemente actualizada de en qué proyectos se va a trabajar o está trabajando en cada momento. Si bien cada miembro del Patronato siempre ha tenido las puertas abiertas a estos datos, trabajando por objetivos se va a conseguir implícitamente alcanzar un mayor grado del funcionamiento de la institución y una mayor implicación de todos en ella, lo que inevitablemente debe conducir a una mejora en este sentido. No se puede mejorar lo que no se conoce y no se mide de una manera u otra.

En esta comisión solo hay un objetivo nítido y perfectamente medible, que es conseguir en el mínimo plazo posible el equilibrio presupuestario.

Para alcanzar este objetivo se diseñan las siguientes actuaciones:

- A corto plazo:
  - a) Identificación de los proyectos actuales en los que está trabajando la **Fundación Maimona**, en la que se realizará una ficha por proyecto que contenga al menos la siguiente información: identificación del proyecto, breve resumen, tiempo de ejecución, presupuesto y tiempo de dedicación por técnico. Se adjunta un posible modelo en el Anejo II de este documento.
  - b) Creación de nuevas fichas de proyectos y actividades con este mismo contenido, que será presentado al equipo técnico por cada comisión para que puedan incluirla en su programación.

- c) Creación de un protocolo para aceptación de proyectos y actividades: Es lo que ya se ha hecho y se presenta en el Anejo II de este mismo documento.
- A medio plazo las líneas principales de trabajo que han sido aprobadas son:
  - a) Inmobiliaria / constructora: es una línea en la que se podrá invertir en el largo plazo, para ello se estudiarán las posibilidades cuando se presenta una oportunidad.
  - b) Terrenos y fincas agrícolas: de nuevo, es una línea de inversión a largo plazo donde también se estudiarán las posibilidades cuando se presente una oportunidad.
  - c) Formación: Se potenciará la formación, prestando atención sobre todo a lo relacionado con los productos “Bio”, que está siendo potenciado por la Unión Europea y creciendo su demanda fuertemente en las principales ciudades españolas.

Este tipo de productos puede ser explotado, producido y manufacturado por cooperativas que gracias a estas hay posibilidades de ampliar la formación.

- d) Investigación: en este punto a la **Fundación Maimona** se le presenta una gran oportunidad al poder comprar el edificio del CETIEX y alquilarlo a otras instituciones y empresas.

Esta infraestructura se podría usar para albergar el eCITE, la Asociación Centro Industrial Tecnológico y Empresarial de Extremadura, ya constituido y al que se le prevén necesidades de infraestructuras adecuadas.

- A largo plazo:

Las oportunidades y necesidades a cinco años vistas son tan difíciles de prever en estos momentos tan cambiantes que no se ha estimado interesante suponerlas con tanta antelación. Además, como el objetivo es tan nítido se considera que los criterios marcados a medio plazo pueden seguir vigentes en el largo plazo.

## 5.2. Comisión de jóvenes

Como ya se ha adelantado, el grupo de personas denominado “jóvenes” lo diferenciamos en dos subgrupos: adolescentes entre 14 y 18 años y jóvenes entre 19 y 25. No obstante, más que marcarse por edades concretas, se atiende más al momento vital de cada persona, entendiendo que el primer grupo está viviendo y estudiando en el pueblo y el segundo grupo está en la fase de encontrar el mejor trabajo posible y de estabilizar su vida de una manera u otra.

Con estos dos subgrupos de personas se pretende conseguir una serie de objetivos comunes, entre los que podemos destacar los siguientes:

1. Conseguir mejores hábitos de vida.
2. Conseguir una correcta autoestima.
3. Conseguir un proyecto de vida personal ambicioso.
4. Conseguir una buena concienciación ciudadana.
5. Conseguir que los mayores conozcamos las necesidades de la juventud.
6. Promover un sentimiento de orgullo de pertenencia al pueblo y el acercamiento a las propias raíces.

Estos objetivos se pretenden cumplir con el desarrollo de diferentes actividades diferenciando de nuevo entre corto, medio y largo plazo. En la siguiente tabla se especifican todos estos objetivos estructurados en los tres marcos temporales comentados.

OBJETIVOS	GRUPO JÓVENES 14-18 AÑOS	GRUPO JÓVENES 19-25AÑOS
CORTO PLAZO	Conseguir que los mayores conozcamos las necesidades de la juventud Conseguir hábitos de vida saludable	Conseguir que los mayores conozcamos las necesidades de la juventud Conseguir hábitos de vida saludables
MEDIO PLAZO	Conseguir una correcta autoestima Tener un proyecto de vida personal	Conseguir una correcta autoestima Tener un proyecto de vida personal
LARGO PLAZO	Promover el sentimiento local Conseguir una concienciación ciudadana	Promover el sentimiento local Conseguir una concienciación ciudadana

En el corto plazo, algunas de las actividades a participar son las siguientes:

- Crear una comisión juvenil, a modo de Patronato Juvenil.

En el medio plazo, las actividades a realizar son:

- Evento de concentración mixta de jóvenes de los dos grupos. En un día talleres de manualidades, naturaleza y creaciones artísticas, por ejemplo.

- Entrevistar a los que hacen cosas en el pueblo. Jóvenes destacados. Entrevistas a los mejores alumnos del instituto, a los que han terminado una carrera en el último año y los que tienen menos de 35 años, que han montado su propio negocio.
- Encuentro de antiguos compañeros de clase para intercambiar experiencias.
- Evento de jóvenes con ancianos de la residencia o el hogar de mayores. Por ejemplo, competición de ajedrez o damas. (En esta actividad no solo estaríamos incidiendo en el grupo joven, sino también en el de mayores).
- Periódico del instituto.
- Talleres de cocina y nutrición
- Talleres de deporte: yoga, relajación, meditación.
- Charlas médicas de interés.

Los objetivos de cada una de estas actividades pueden ser múltiples, pero es evidente que todas ellas buscan ofrecer a los jóvenes actividades educadoras e integradoras en la idiosincrasia de nuestro pueblo. Las charlas médicas y los talleres se centran en la educación física y maduración personal de los jóvenes. Se trata en definitiva de potenciar la cultura con los jóvenes, nada nuevo, pero nada más interesante y productivo para el futuro. En este caso cabe hacer especial mención a la necesaria coordinación de estas actividades con las que pueda ofrecer el ayuntamiento a través de sus propios programas y de la Universidad Popular Santeña. No se trata ni mucho menos de competir, se trata precisamente de lo contrario, colaborar para conseguir los objetivos comunes.

En el largo plazo, se proponen actividades como:

- Charlas de apoyo a grupos afines: música, técnicas de estudio, violencia de género, baile, yoga, lectura, consumo responsable.
- Juegos compartidos, club de ajedrez, damas o similares.
- Radio local (se desarrollará más adelante).
- Crear grupo de delegados de clase del instituto. Poner puntos en común y cómo mejorar en sus cargos.
- Reactivar el Laboratorio Social Mainova, sección joven.
- Grupos voluntarios de colaboración con las asociaciones locales.

Estas acciones van dirigidas a la consecución de unos jóvenes con autoestima, con sensibilidades y capacidades que puedan ayudarle a crear un proyecto de vida ambicioso, y si puede ser, dentro de nuestro pueblo.

Como ya se ha expuesto, una de las actividades propuesta para el largo plazo es la creación de una radio local que vaya dirigida tanto a los jóvenes como a las personas mayores. Se trata de crearla, a través de un blog por ejemplo con podcasts. Se puede colaborar con los responsables del Instituto que lleven RadioEdu, de tal forma que utilicen sus medios o recursos formativos para poder hacer los podcasts por parte de los jóvenes. Sería interesante involucrar aquí también al colectivo de mayores jubilados con interés en esta materia, ya que podrían coordinar la radio. La participación será abierta y según intereses especialmente en periodismo, publicidad, etc. No es necesario tener una estructura concreta ni lugar determinado, se puede realizar con cualquier dispositivo móvil y editarlo por ejemplo con Audacity, que es una herramienta gratuita. Sería al

menos un podcast por semana. Para calcular el rendimiento de esta radio nos fijaremos en número de jóvenes voluntarios participantes, número de podcasts creados, número de visitas al blog o página y podcasts escuchados. Además, tendrá coste cero porque solo hará falta la coordinación de un joven voluntario o un mayor voluntario con un técnico. El objetivo de esta actividad es promover el desarrollo social local que sirva de instrumento de educación, formación, información y entretenimiento sano, fomentar la participación ciudadana y de los jóvenes en la transmisión de información de interés comunitario, incentivar a los jóvenes en actividades comunicativas y difundir información relevante de la comunidad.

Por otro lado, tenemos el coaching para estudiantes de bachillerato. Esta actividad va dirigida para los jóvenes, concretamente para 10 estudiantes de bachillerato del instituto IES Dr. Fernández Santana de Los Santos de Maimona, seleccionados según carta de motivación de cada uno. Se estudiará la posibilidad de emitirlo en *streaming*. Esta actividad trata, principalmente, de generar en cada persona un sentimiento de capacidad de soñar, de pensar en grande, de dirigir sus vidas. Se realizaría mediante sesiones de una hora aproximadamente en las que distintas personas de reconocida trayectoria personal (ya sea profesional, artística o deportiva) den una charla motivadora sobre sus vidas. Se realizaría en el salón de actos de la FM, con suficiente espacio para operar en perfectas condiciones sanitarias (solo 10 personas escogidas). Estas charlas podrían celebrarse los viernes por la tarde, donde las diez personas elegidas asistan a las diez charlas. Se pasarían encuestas a los alumnos para ver cuáles han gustado más y por qué, además de una encuesta inicial que evalúe los intereses de cada uno al inicio de la actividad y otra al final. Para medir el rendimiento de esta actividad tomaremos como índices cuanto ha mejorado visiblemente las expectativas de los participantes en la vida con las charlas recibidas. Otro índice de rendimiento podría ser cuantas personas se hacen voluntarias de la **Fundación Maimona**; y por último, también se podría tomar como índice la mayor o menor demanda de esta actividad, en el caso de que la demanda fuera grande se podrían hacer más ediciones. El coste monetario de esta actividad será nulo, ya que los ponentes vendrán en concepto de voluntarios y ellos mismos tendrán que costearse el desplazamiento. Si hay que tener en cuenta el coste del equipo técnico y los costes de materiales. Los objetivos principales que se pretenden conseguir con esta actividad son mejorar la autoestima y las perspectivas de los jóvenes, crear un grupo de jóvenes "amigos de la **Fundación Maimona**" o "Hidalgos de Los Santos" que quieran ayudar a los demás con su trabajo desinteresado, sacar cuanto antes lo mejor que cada joven tenga dentro para su beneficio propio y el de la sociedad.

Todas estas actividades sirven para los dos grupos diferenciados que hemos hecho entre los jóvenes que se clasificarían de la misma manera y los objetivos a cumplir serían los mismos y en el mismo tiempo. Igualmente, algunas de ellas servirán también para el grupo de mayores.

## 5.3 Comisión de desfavorecidos

Como ya se ha adelantado, esta comisión ha subdividido a este grupo de interés en dos subgrupos, el de personas mayores y el de aquellas personas adultas en edad laboral con problemas coyunturales o incluso estructurales, pero que en cualquier caso quieran remontar, mejorar sus vidas laborales. Se desestiman explícitamente personas que vivan permanentemente subsidiadas y aquellos acomodados con lo que tienen y no quieran luchar por mejorarlo. En este sentido se advierten las muchas herramientas de ayudas sociales, donde no debemos entrar por estar ya atendidas por Cáritas, ayuntamiento, Junta de Extremadura y otros.

La siguiente tabla recoge los objetivos que se han definido para cada marco temporal:

OBJETIVOS	PERSONAS EN EDAD LABORAL	PERSONAS MAYORES
CORTO PLAZO	Atender problemas económicos de paro sobrevenido por efectos del COVID o por otros muy justificados. Se estudiará la viabilidad de una bolsa de microcréditos.	Creación de una bolsa de personas de estas características interesadas en ser atendidas por la FM. Detectar otras necesidades que podamos cubrir.
	Asesoría para la reconducción laboral	Creación de una bolsa de posibles voluntarios de cualquier edad. Pueden establecerse sinergias con los objetivos del colectivo joven.
MEDIO PLAZO	Institucionalización de un recurso de asesoría para la reconducción laboral, probablemente creando una escuela continua a demanda para este colectivo	Acompañamiento mediante programas temáticos, como puede ser la alfabetización digital, cómo cuidarse, mantenerse, entender facturas domésticas, etc. Posible creación de grupos de intereses comunes entre ellos, teléfono de la soledad, etc.
LARGO PLAZO	No se especifican por estimar que las capacidades que tenemos no pueden dar para mucho más. Nos conformaríamos con mantener lo buscado a medio plazo.	

Para el subgrupo de personas mayores se quiere desarrollar una actividad de acompañamiento a personas en soledad mediante una bolsa de voluntariados. Para ello se formará un grupo de voluntariado que atienda las necesidades de acompañamiento de estas personas. Esta actividad se desarrollará coordinadamente con la directora del Hogar de Mayores de Los Santos de Maimona. Para medir el rendimiento de dicha actividad utilizaremos como índice el número de

voluntarios que se unen al proyecto durante el primer año y cuántos mayores se ofrecen a dejarse ayudar en este plazo. El coste monetario será nulo. Los objetivos de esta actividad son tan evidentes como necesarios, además ayudaría a mejorar la autoestima de los mayores, mejorar el mantenimiento de sus capacidades a nivel cognitivo y físico, crear un grupo de personas "amigos de la FM" o "Hidalgos de Los Santos" que quieran ayudar a los demás con su trabajo desinteresado y mejorar las relaciones sociales de los mayores en soledad, tanto en su entorno como fuera de él.

Para el subgrupo de personas que hayan salido del mercado laboral se establecerá un tratamiento personalizado, procurando generarles nuevas oportunidades y fomentando una reinserción laboral mejorando sus capacidades culturales, digitales, ambientales o específicas de algún sector concreto.

Se han sugerido algunas ideas de momento desdeñadas, como la de comedor social.

Queda clara la importancia de permanecer siempre coordinados con ayuntamiento, hogar del pensionista, Cáritas y otros organismos.

Se advierte sobre la imperiosa necesidad de disponer de un voluntariado extenso para poder atender todos objetivos propuestos, pero quedamos emplazados a luchar por ello.

## 5.4 Comisión de comunicación

La comunicación es uno de los mayores problemas a los que se ha enfrentado tradicionalmente nuestra entidad. Varias veces se ha detectado que el pueblo no se entera de qué hacemos en la **Fundación Maimona**. Y lo que no se conoce no se quiere.

Además, si fuéramos capaces de llegar bien hasta la población y transferirles todas las actividades y proyectos que ponemos en marcha, muchos ciudadanos podrían beneficiarse de ellos.

Para solucionar esta situación se piensa en poner estas necesidades en manos de profesionales del sector, pero ya nos atrevemos a mencionar varias líneas de trabajo:

- Una de ellas es mejorar la publicidad en redes sociales; hacerlo con más frecuencia y mejor enfocado, con post más interesantes que puedan interesar a futuros usuarios. Quizás se pueda pensar en la figura de un *Community Manager*.
- Otra forma de comunicar lo que la **Fundación Maimona** hace es mediante notas de prensa donde aparezca, de forma secundaria, comentando lo que se ha conseguido en los últimos meses o en los últimos proyectos.
- Por otro lado, se está cosechando bastante impacto en el programa Maimona Directo, por lo que para aumentar la audiencia se podrían hacer también mediante podcasts donde todas las semanas se publicaran las entrevistas a personas interesantes que tengan algo que aportar a todos los oyentes.

De todos estos proyectos cabe hacer una evaluación objetiva de si tienen o van a tener impacto en nuestra comunidad, cuánto cuestan o cuánto generan y, en consecuencia de todo esto, si merece la pena mantenerlos o deben cerrarse para poder abrir otros orientados a nuestros objetivos, centrados en nuestra comunidad local, que sean compatibles con la proyección económica que buscamos.

---

## 6. PLAN DE ACCIÓN E IMPLEMENTACIÓN

---

En orden a las actividades propuestas para la consecución de los objetivos buscados, cabe elaborar un plan de acción, esta vez clasificados por cada uno de los tres objetivos básicos. Para cada acción debe concretarse cuándo va a hacerse, qué patrono va a coordinar el proyecto, qué miembro del equipo técnico va a organizarlo (a designar por el Director) y desarrollarlo y qué recursos económicos requiere dicho proyecto. Además de esto, en la ficha correspondiente a la actividad concreta se especificarán todos los demás detalles que ayuden a entender los objetivos concretos de la actividad y la oportunidad de ella.

En nuestra comunidad local hay mucha gente dispuesta a trabajar en determinadas actividades, cabe contar con ellos, cuidarlos y generar esa nube de voluntariado que libere al equipo técnico de algunas tareas. En este sentido, también se puede contar con alumnos en prácticas de centros de F.P. y otros, incluso de universidades.

De entre todas las actividades se escogerán aquellas que se prefieran justificadamente en cada ejercicio económico. Estas actividades se pueden ir ampliando, corrigiendo o eliminando dependiendo de las necesidades y oportunidades detectadas en cada momento.

## 6.1. Objetivo de participación social y filantropía

1. Participación social y filantropía	
a) Participación social	
a.1 Jóvenes	Cuándo
1. Crear una comisión juvenil, a modo de Patronato Juvenil.	Inicio: Septiembre 2022
2. Crear grupo de delegados de clase del instituto. Poner puntos en común y cómo mejorar en sus cargos.	
3. Coaching para estudiantes de Bachillerato	Inicio: Abril 2022
4. Evento de concentración mixta de jóvenes de los dos grupos. En un día talleres de manualidades, naturaleza y creaciones artísticas, por ejemplo.	Abril-Mayo 2022
5. Entrevistar a los que hacen cosas en el pueblo. Jóvenes destacados. Entrevistas a los mejores alumnos del instituto, a los que han terminado una carrera en el último año y los que tienen menos de 35 años, que han montado su propio negocio.	A determinar
6. Evento de jóvenes con ancianos de la residencia o el hogar de mayores. Por ejemplo, competición de ajedrez o damas. (En esta actividad no solo estaríamos incidiendo en el grupo joven, sino también en el de mayores).	A determinar
7. Encuentro de antiguos compañeros de clase para intercambiar experiencias.	A determinar
8. Periódico del instituto.	A determinar
9. Talleres de cocina y nutrición	A determinar
10. Talleres de deporte: yoga, relajación, meditación.	A determinar
11. Charlas médicas de interés.	A determinar
12. Charlas de apoyo a grupos afines: música, técnicas de	A determinar

estudio, violencia de género, baile, yoga, lectura, consumo responsable.	
13. Juegos compartidos, club de ajedrez, damas o similares.	Junio-Diciembre
14. Radio local (se desarrollará más adelante).	A determinar
15. Reactivar el Laboratorio Social Mainova, sección joven.	A determinar
16. Grupos voluntarios de colaboración con las asociaciones locales.	Junio-Diciembre
<b>a.2 Colectivos en riesgo</b>	
<b>a.2.1. Personas en Edad Laboral</b>	<b>Cuándo</b>
1. Atender a problemas económicos por el COVID: paro. Bolsa de microcréditos (¿CS Ezequiel?)	Junio-Diciembre
2. Asesoramiento reconducción laboral	A determinar
3. Escuela continua para asesoramiento laboral	Junio-Diciembre
<b>a.2.2. Personas mayores</b>	<b>Cuándo</b>
1. Creación de una bolsa de personas de estas características interesadas en ser atendidas por la FM. Detectar otras necesidades que podamos cubrir. - Acompañamiento a personas en soledad.	Junio-Diciembre
2. Creación de una bolsa de posibles voluntarios de cualquier edad. Sinergias con el colectivo joven. (Ya hay una red de voluntariado creada por la FM, que en estos momento está inactiva: Red Voderurex)	Junio-Diciembre
3. Acompañamiento mediante programas temáticos, como alfabetización digital, cómo cuidarse, mantenerse, entender facturas domésticas,... Creación de grupos de intereses comunes entre ellos,	A determinar

teléfono de la soledad,...	
<b>b) Filantropía</b>	
- Definir una estrategia de captación de fondos.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar posibles donantes para proyectos que cubran sus necesidades (notarías, entidades financieras, personas adineradas...)</li> </ul>	A determinar
- Elaborar una planificación de donaciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convocatorias de ayudas</li> <li>• Asesoramiento empresarial</li> <li>• Consultoría, gestión y asesoramiento: Caja Social EFS</li> </ul>	A determinar

## 6.2. Objetivo de realización de proyectos sostenibles y emprendedores

<b>2. Proyectos sostenibles y emprendedores</b>	
<b>1. Colaborar en la elaboración un estudio sectorial</b> sobre la realidad económica y social del pueblo y su entorno.	A determinar
<b>2. Desarrollar proyectos empresariales sostenibles</b>	
<b>a) Inmobiliaria / Constructora</b>	<b>Cuándo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprar terreno de CETIEX y acondicionarlo</li> <li>- Comprar terrenos y hacer casas para venderlas</li> <li>- Comprar casas para alquilarlas</li> <li>- Comprar casas para reformarlas y venderlas o alquilarlas</li> <li>- Construir naves industriales</li> </ul>	A determinar
<b>b) Terrenos y fincas agrícolas</b>	<b>Cuándo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprar terrenos agrícolas para explotarlos</li> <li>- Gestionar terrenos y fincas agrícolas</li> </ul>	A determinar
<b>c) Formación</b>	<b>Cuándo</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escuela de micronegocios</li> <li>- Academia online:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea Comunicación en todos los sentidos (oral y escrita, online,...)</li> <li>• Línea: Orientación profesional y búsqueda de empleo.</li> <li>• Línea: Clases particulares de profesionales en diferentes áreas: gestión y coordinación con plataforma web.</li> </ul> </li> </ul>	A determinar
<b>d) Investigación</b>	

e) <b>Consultoría / asesoría</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- A empresas, con una línea concreta más económica y empaquetada.</li><li>- Poner en marcha Maimona Directo en otras poblaciones bajo coste.</li></ul>	A determinar

## 6.3. Objetivo de comunicación

3. Comunicación	Cuándo
Desarrollar un Plan de comunicación de un año	A determinar
<ul style="list-style-type: none"><li>• Actualizar la página web de FM</li><li>• Mejorar la comunicación en redes sociales</li><li>• Comunicaciones en el HOY</li></ul>	A determinar

---

## 7. CONCLUSIONES

---

Como conclusiones a estas sesiones de trabajo que han servido para orientar el trabajo futuro, podemos extraer los siguientes puntos:

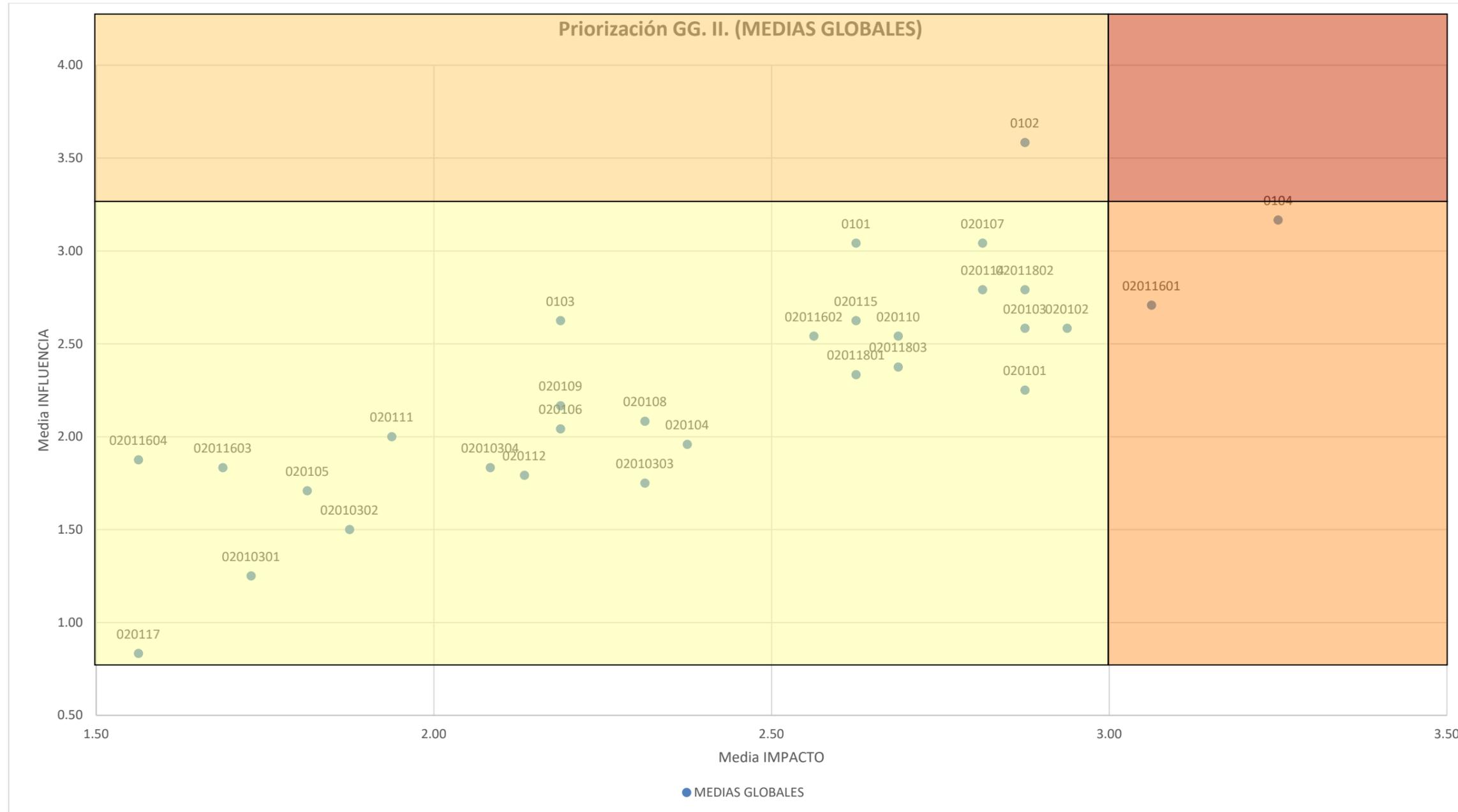
1. La **Fundación Maimona** está en un momento de evolución en el que todo el Patronato, el Consejo Económico y Social, su equipo técnico y un buen grupo de voluntarios están dispuestos a trabajar altruistamente para conseguir los objetivos estatutarios.
2. Estos fantásticos activos inmateriales de la **Fundación Maimona** están dispuestos a aportar su ingenio y su trabajo para conseguir lo que hasta ahora se ha podido hacer con su activo líquido.
3. La **Fundación Maimona** tiene unas instalaciones, un bagaje histórico y unas capacidades en su entorno que son fruto de un gran trabajo anterior y que son la base que permite poder diseñar así este plan estratégico.
4. Se ha decidido priorizar la atención a los jóvenes, desde la adolescencia hasta la consecución de su proyecto personal.
5. Se ha decidido atender también especialmente a las personas desfavorecidas, dando un acompañamiento personal a quien lo necesite, bien por vivir en soledad o bien por precisar una tutorización para favorecer su reinserción laboral a personas que por la edad ya lo tienen difícil.
6. Se decide profundizar a muy corto plazo de tiempo en un plan de comunicación de las actividades de la **Fundación Maimona**.
7. Se debe buscar ser un referente para todo el pueblo, un sitio a donde ir a pedir atenciones y a dar servicios a los demás, prescindiendo al máximo posible en esta ecuación de la monetización de todo. Se busca que todos ayudemos a todos, no que la **Fundación Maimona** financie todo, porque de esta otra forma simplemente desapareceríamos en un muy breve espacio de tiempo.
8. Se decide aplicar un protocolo a todas las actividades y proyectos que se propongan, priorizándose los que tengan unos efectos más alineados con los objetivos estatutarios y los que generen más beneficios.
9. Se potenciará el voluntariado social entre todas las personas, sea cual sea su edad y sus capacidades.
10. Se prefieren aquellos proyectos y actividades que más estimulen a nuestro pueblo, sin circunscribirnos a él, pero dándole la prioridad que mantiene en los estatutos.

---

# ANEJO I: IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

---

Clasificación de los grupos de interés			CÓDIGOS	Priorización de los grupos de interés (MEDIAS GLOBALES)							
				Impacto			Influencia				
				Riesgos	Oportunidades	Media IMPACTO	Urgencia	Legitimidad	Poder	Media INFLUENCIA	
01 Internos	01 Familia Hidalgo		0101	2,00	3,25	2,63	2,25	3,25	3,63	3,04	
	02 Patronato		0102	2,38	3,38	2,88	3,13	3,88	3,75	3,58	
	03 Consejo Económico y Social		0103	1,50	2,88	2,19	1,75	3,50	2,63	2,63	
	04 Empleados		0104	3,00	3,50	3,25	2,88	3,38	3,25	3,17	
02 Externos	01 Clientes		020101	2,50	3,25	2,88	2,63	1,75	2,38	2,25	
	02 Inquilinos Mainnova		020102	2,88	3,00	2,94	2,75	2,50	2,50	2,58	
	03 Inquilinos Kontenedores		020103	2,88	2,88	2,88	2,75	2,50	2,50	2,58	
	04 Banco Santander (CETIEX)		020104	1,63	3,13	2,38	2,13	2,00	1,75	1,96	
	05 Proveedores		020105	1,63	2,00	1,81	1,50	1,88	1,75	1,71	
	06 Sistema bancario		020106	2,13	2,25	2,19	2,00	2,00	2,13	2,04	
	07 Ayuntamiento		020107	2,25	3,38	2,81	2,75	3,25	3,13	3,04	
	08 Mancomunidad Zafra/Rio Bodión		020108	1,75	2,88	2,31	2,00	2,25	2,00	2,08	
	09 Dip. Badajoz		020109	1,75	2,63	2,19	2,13	2,13	2,25	2,17	
	10 Junta Extremadura		020110	2,25	3,13	2,69	2,50	2,38	2,75	2,54	
	11 Gobierno central		020111	1,88	2,00	1,94	1,75	2,00	2,25	2,00	
	12 Comunidad Europea		020112	2,14	2,13	2,13	1,50	1,88	2,00	1,79	
	01 Entorno Específico	13 Otras fundaciones	01 Comarcales	02010301	1,33	2,13	1,73	1,50	1,13	1,13	1,25
			02 Regionales	02010302	1,50	2,25	1,88	1,50	1,38	1,63	1,50
			03 Nacionales	02010303	2,00	2,63	2,31	1,75	1,75	1,75	1,75
			04 Internacionales	02010304	1,67	2,50	2,08	1,63	1,88	2,00	1,83
	14 Tejido asociativo santeño		020114	2,25	3,38	2,81	3,00	2,75	2,63	2,79	
	15 Ciudadanos necesitados		020115	2,50	2,75	2,63	3,25	2,63	2,00	2,63	
	16 Sistemas sociales santeños	01 Empresarios	02011601	2,63	3,50	3,06	3,25	2,63	2,25	2,71	
		02 Cooperativa	02011602	2,25	2,88	2,56	2,75	2,38	2,50	2,54	
03 Iglesia. Virgen de la Estrella		02011603	1,38	2,00	1,69	1,88	1,75	1,88	1,83		
04 Cáritas		02011604	1,38	1,75	1,56	1,88	1,88	1,88	1,88		
17 Directorio		020117	2,00	1,13	1,56	0,88	0,63	1,00	0,83		
18 Visitantes	01 Al pueblo	02011801	2,25	3,00	2,63	2,38	2,13	2,50	2,33		
	02 A la Fundación	02011802	2,25	3,50	2,88	2,75	2,63	3,00	2,79		
	03 Al centro de empresas	02011803	2,25	3,13	2,69	2,38	2,25	2,50	2,38		



**LEYENDA:**

- INACTIVOS: La carencia de acción en estos grupos de interés los condiciona a observadores. Poseen un bajo nivel de influencia e impacto
- FACULTATIVOS: Son unos grupos de interés que adquieren una alta capacidad de impactar a la empresa. Sin embargo, su nivel de influencia es bajo
- VIGILANTES: Presentan un alto nivel de influencia. Su movilidad dependerá del impacto que puedan tener sus acciones
- DETERMINANTES: Son grupos de interés que pueden fijar los términos de una resolución. Su influencia tiene un alto impacto en la institución

---

# ANEJO II: PROTOCOLO DE ACEPTACIÓN DE NUEVOS PROYECTOS Y ACTIVIDADES

---

Todo proyecto o actividad que se presente desde **Fundación Maimona** debe ser aceptado previamente, y para ello debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. La propuesta puede ser interna, dentro de la propia organización, o externa, como colaboración con otras entidades.
2. Será presentada por el Director Gerente o cualquiera de los Presidentes de los órganos de gobierno de la entidad.
3. Cada proyecto o actividad tiene que incluir una ficha de proyectos, según el modelo propuesto por la entidad, que será presentada al Patronato o Comisión Ejecutiva y revisada por la Comisión de Patrimonio, que emitirá, esta última, su propuesta a los órganos de decisión.
4. Las fichas de proyectos y actividades serán evaluadas por los órganos antes designados y emitirán su aprobación o rechazo en no más de un mes desde su presentación.
5. Se podrá solicitar por parte de los órganos designados de evaluación, más información y documentación de los proyectos o actividades a los responsables, para evaluar de forma precisa y eficaz cada proyecto.
6. La resolución será presentada en una reunión o mediante comunicación del presidente del órgano correspondiente por escrito.
7. Para proyectos o actividades con un presupuesto mayor a 50.000 €, será necesaria una reunión para la comunicación de la resolución.
8. Criterios a considerar:
  - Los proyectos a estudiar deben estar alineados con los objetivos de **Fundación Maimona** y sus líneas de trabajo.
  - El presupuesto no debe superar el 30% de la liquidez en ese momento de la entidad y tampoco el 70% del total de los proyectos en activo en ese momento.
  - El beneficio de cada proyecto tiene que ser igual o superar el 5% de rentabilidad
9. En el caso de presentarse un proyecto con una línea diferente de trabajo a las establecidas por la organización y se considere prioritaria o estratégica en ese momento, será precisa una reunión concreta del Patronato para su revisión y será la que emita la resolución.
10. Los proyectos se presentarán en la siguiente ficha:

<b>FICHA DE PROYECTO</b>				
<b>Información General</b>				
Nombre del Proyecto				
Responsable				
Línea de abajo				
Fecha de inicio				
Finalización Prevista				
Presupuesto previsto				
<b>Descripción</b>				
Breve resumen				
Objetivos				
Entregables				
Métricas	Previstas	Alcanzadas		
<b>Planificación</b>				
Planificación de actividades	Hito/ Fase	Técnico encargado	Horas dedicadas	Coste hora
	Planificación del trabajo			
	Finalizar Plan			
	Ejecución			
	Análisis			
	Mejora			
	Control			
	Informe Resumido del Proyecto			
<b>Definición de Recursos y Costes e Ingresos</b>				
Equipo de trabajo (Técnicos)				
Necesidades Especiales				
Costes				Importe
Servicio				0,00 €
Mano de Obra/Trabajo				0,00 €
Otros				0,00 €
Varios				0,00 €
	<b>Total Costes</b>			0,00 €
Ingresos				Importe
Varios				0,00 €
	<b>Total Ingresos</b>			0,00 €
<b>Descripción de Riesgos</b>				
Riesgos				

---

# ANEJO III: FICHAS DE ACTIVIDADES POR COMISIÓN

---

## III.1. Comisión de jóvenes

### FICHA DE ACTIVIDAD

#### TÍTULO ACTIVIDAD

Coaching para estudiantes de bachillerato

#### OBJETIVOS

1, Mejorar la autoestima y las perspectivas de los jóvenes. 2, Crear un grupo de jóvenes "amigos de la FM" o "Hidalgos de Los Santos" que quieran ayudar a los demás con su trabajo desinteresado, es decir, ir creando "cantera" y 3. Sacar cuanto antes lo mejor que cada joven tenga dentro para su beneficio propio y el de la sociedad.

#### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Actividad para los jóvenes. Concretamente para 10 Estudiantes de bachillerato de nuestro instituto seleccionados según carta de motivación de cada uno. Se estudiará la posibilidad de emitirlo en streaming.

#### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Desde marzo hasta antes de los exámenes. Las sesiones que de tiempo y no más de 10. Se repetiría una vez al año.

#### DESCRIPCIÓN SOMERA

Se trata de generar en cada persona un sentimiento de capacidad de soñar, de pensar en grande, de dirigir sus vidas. Se realizaría mediante sesiones de una hora aproximadamente en las que distintas personas de reconocida trayectoria personal (ya sea profesional, artística o deportiva) den una charla motivadora sobre sus vidas.

#### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

Se realizaría en el salón de actos de la FM, con suficiente espacio para operar en perfectas condiciones sanitarias (solo 10 personas escogidas). Podrían celebrarse los viernes por la tarde y la idea es que los 10 elegidos vengan a las 10 charlas, no que a cada una venga un grupo diferente. Se pasarían encuestas a los alumnos para ver cuáles han gustado más y por qué. Además de una encuesta inicial que evalúe los intereses de cada uno al inicio de la actividad y otra al final.

#### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

El índice de rendimiento podría ser cuántos han mejorado ostensiblemente sus expectativas en la vida con estas charlas. Otro índice de rendimiento podría ser cuántos se hacen voluntarios de la FM y un último índice podría ser si nos solicitan más ediciones.

#### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

KPI= Nº expectativas mejoradas + Nº voluntarios + Nº de peticiones por escrito de otras ediciones. Si KPI < 3 ha sido un fracaso. Hasta 7 ha cumplido expectativas y más de 7 sería una actividad muy exitosa

#### PRESUPUESTO

Cero o despreciable. Los coaching deben venir a ayudar y costearse el desplazamiento, que lo harán de buen grado si de verdad valen para lo que se les pide. Bien es cierto que toda actividad requiere tiempo del equipo técnico, aunque no tengan nada que hacer explícitamente. También cabría contar el material fungible y los costos indirectos. Pero no requeriría comprar nada.

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

Crear una comisión juvenil

### OBJETIVOS

Obtener entendimiento entre jóvenes y adultos  
 Promover la cooperación entre jóvenes  
 Desarrollar liderazgo entre los jóvenes  
 Mejorar las comunicaciones con los jóvenes  
 Detectar las necesidades de los jóvenes

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

A partir de septiembre, al comienzo de las clases del instituto

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Crear un nexo de comunicación con los jóvenes para detectar sus necesidades y poder trabajar con ellos, ofreciéndoles oportunidades para resolverlas.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

Se realizará en el Espacio Joven del pueblo o en la Casa de la Cultura, una vez al mes. Los cargos serán designados por los órganos directivos de FM al inicio (estará formado inicialmente por los delegados de cada clase del Instituto) y posteriormente por el propio comité juvenil, consensado con la aprobación de los órganos directivos de FM. Se encargarán de: Identificar, planificar, organizar y desarrollar actividades para los jóvenes y participar en actividades de colaboración y voluntariado. Los planes serán anuales.

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

Número miembros del comité juvenil, grado de participación activa de los miembros, número de actividades propuestas y ejecutadas, número de jóvenes participantes en las actividades

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

A partir de 5 miembros del comité, con una participación activa del 80% de sus miembros, 2 actividades propuestas como mínimo y 2 actividades ejecutadas. Participación de =>50 jóvenes

### PRESUPUESTO

0. Coordinación con los órganos directivos y algún técnico

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

Evento para los jóvenes con la naturaleza

### OBJETIVOS

Fomentar y promover las relaciones sociales entre los jóvenes  
Incrementar el sentimiento solidaridad y colaboración  
Potenciar las actividades con la naturaleza y el cuidado del medio ambiente  
Mejorar la comunicación entre los jóvenes  
Promover la educación ambiental

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Abril o mayo

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Recogida de basura en la Sierra, analizar los residuos y comportamiento ecologista. Lectura de paisaje.  
Taller de Plantación de semillas.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

Se realizará un viernes o fin de semana, en la Sierra en colaboración con otras entidades como: IES Dr. Fernández Santana, Ayuntamiento, Pulmón Verde, ADENEX,...

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

Número de jóvenes participantes en las actividades

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

Participación de =>30 jóvenes

### PRESUPUESTO

0. Coordinación con los órganos directivos y algún técnico

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

El periódico del Instituto

### OBJETIVOS

Fomentar la convivencia entre los jóvenes  
 Mejorar la visibilidad de las actividades del centro y el trabajo del alumnado  
 Incrementar el sentido de pertenencia a la comunidad y al centro educativo  
 Fomentar el valor de la educación y su correcta comunicación

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes del instituto

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

A partir de septiembre 2022-enero 2023

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Darle visibilidad a las actividades diarias del centro y mostrar las capacidades del alumnado a través de un periódico del centro. Con el lanzamiento de un periódico al mes.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

Se realizará en el Instituto en los recreos o en sus casas. Será preciso contar con jóvenes con habilidades y destrezas comunicativas y de informática. Con 5 voluntarios que elaboren una noticia pequeña al mes, sería suficiente. Realizaría un blog (los alumnos de informática) y allí subiría tanto fotos como el periódico en un folio tipo periódico organizado como tal. No debería ser algo que les lleve mucho tiempo, media hora o una hora al mes a cada voluntario. Será un medio de comunicar reuniones, convocatorias, documentos del centro ( charlas, anuncios de actividades ofertadas por los ayuntamientos y Universidad Popular para jóvenes, actividades que va a realizar cada centro durante el curso, peticiones de colaboración, encuestas, salidas profesionales, etc.)

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

Número de voluntarios del periódico, grado de participación activa de los miembros, número de ejemplares publicados, número de visitas a la web y a las diferentes redes sociales

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

A partir de 5 miembros de de voluntarios en el periódico, con una participación activa del 80% de sus miembros, 5 periódicos lanzados como mínimo y un blog realizado. Posibilidad de tener página en Facebook e Instagram. Visitas: > 2.000 en total en el blog y/o redes sociales.

### PRESUPUESTO

0. Coordinación con los órganos directivos y algún técnico. Colaboración con el IES (orientación)

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

Encuentro de antiguos alumnos

### OBJETIVOS

Fomentar y promover las relaciones sociales entre los jóvenes  
Incrementar el sentimiento de pertenencia a la localidad y sus raíces a través de la educación  
Mejorar la comunicación entre los jóvenes  
Reforzar la orientación profesional

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes de 25 a 30 años

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

A partir de enero 2023

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Encuentro anual de antiguos alumnos del Instituto.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

El encuentro se podrá realizar en verano o primeros de septiembre. Se podría organizar una visita por la localidad, una charla de algún profesor y un encuentro de comida/cena entre ellos.

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

Número de jóvenes participantes

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

A partir de 50 alumnos

### PRESUPUESTO

0. Coordinación con algún profesor del instituto. Organización por los jóvenes o un técnico de FM (40 horas).

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

Voluntariado de colaboración

### OBJETIVOS

Mobilizar a los jóvenes en temas sociales  
 Potenciar el voluntariado juvenil  
 Generar cambios de hábito en los jóvenes  
 Aumentar la sensibilidad de los jóvenes en las actividades de las asociaciones locales

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

A partir de enero 2023

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Promover el voluntariado de los jóvenes para participar en las actividades que promuevan las diferentes asociaciones o colectivos sociales de la localidad.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

La participación será abierta y según intereses, pero se tienen que comprometer a participar como un socio más de la asociación durante al menos 6 meses. Tendría que coordinarse por medio de un técnico o alguien del grupo participante que se quisiera responsabilizar.

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

Número de jóvenes voluntarios participantes, grado de participación activa y número de asociaciones con las que han participado.

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

A partir de 5 miembros de voluntarios en las asociaciones, con una participación activa del 80% de sus miembros en las actividades de la asociación, =>3 asociaciones.

### PRESUPUESTO

0. Coordinación de un joven voluntario. Coordinación de un técnico (coste 1 h/semana)

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

Radio Local

### OBJETIVOS

Promover el desarrollo social local por medio de una radio comunitaria, que sirva de instrumento de educación, formación, información y entretenimiento sano  
 Fomentar la participación ciudadana y de los jóvenes en la transmisión de información de interés comunitario  
 Incentivar a los jóvenes en actividades comunicativas  
 Difundir información relevante de la comunidad

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes y mayores

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

A partir de enero 2023

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Crear una radio local, a través de un blog por ejemplo con podcasts. Se puede colaborar con los responsables del Instituto que lleven RadioEdu, de tal forma que utilicen sus medios o recursos formativos para poder hacer los jóvenes los podcasts. Sería interesante involucrar aquí también al colectivo de mayores jubilados con interés en esta materia, ya que podrían coordinar la radio.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

La participación será abierta y según intereses especialmente en periodismo, publicidad,... No es necesario tener una estructura concreta ni lugar determinado, se puede realizar con cualquier dispositivo móvil y editarlo por ejemplo con Audacity, que es una herramienta gratuita. Sería al menos un podcast por semana.

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

Número de jóvenes voluntarios participantes, número de podcasts creados, número de visitas al blog o página y podcasts escuchados.

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

A partir de 5 miembros de voluntarios de jóvenes, con una participación activa del 80% de sus miembros en la realización de podcasts, =>5000 visitas al blog e igual número de podcasts escuchados.

### PRESUPUESTO

0. Coordinación de un joven voluntario o un mayor voluntario. Coordinación de un técnico (coste 1 h/semana)

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

Concurso de cortometrajes

### OBJETIVOS

Mejorar la creatividad de los jóvenes  
 Utilizar adecuadamente las herramientas tecnológicas  
 Afianzar el sentimiento de pertenencia local y valorar su patrimonio  
 Potenciar sus habilidades y motivación por aprender  
 Mejorar la comunicación entre los jóvenes  
 Promover la colaboración entre los jóvenes

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes de secundaria y ciclos formativos

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Antes de junio 2022 o de septiembre a octubre 2022

### DESCRIPCIÓN SOMERA

El concurso estará orientado a la realización de creaciones audiovisuales sobre de Los Santos de Maimona en materia de turismo, patrimonio, costumbres y riqueza en general, con una extensión máxima de 2 minutos.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

Se coordinaría con un técnico de la entidad. Se realizaría un cartel con las bases del concurso, difusión en redes sociales y página web. También ir personalmente al IES Dr. Fernández Santana y explicar en qué consiste a los alumnos. Se puede hacer una votación por Redes Sociales. Al ganador se le podría dar 100 €, para comprar en Los Santos o una tablet.

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

Número de cortos presentados, número de alumnos participantes y número de personas alcanzadas en redes sociales.

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

KPI= nº de cortos presentados. Si KPI < 5 ha sido un fracaso. Hasta 8 ha cumplido expectativas y más de 10 sería una actividad exitosa

### PRESUPUESTO

El coste concreto de esta actividad sería la realización de carteles, bases, presentación, difusión y coordinación. (3 jornadas laborales). Y 100 € del premio.

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

PLAN INTEGRAL DE JUVENTUD

### OBJETIVOS

Buscar el consenso de diferentes entidades de nuestra localidad (fundación, grupos políticos, agentes sociales, centros educativos, asociaciones, jóvenes...) para la elaboración de un documento que recoja y coordine las medidas que se pondrán en marcha a largo de los próximos años con el objetivo de favorecer la participación activa de la juventud en la sociedad, todo ello desde una perspectiva integral que aborde las diferentes dimensiones de la persona (educación y formación, valores, inserción al empleo, ocio, estilos de vida, relaciones, ...)

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Juventud santeña de 12 a 25 años.

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

La elaboración del plan se haría durante el curso escolar 2022-23, aunque los durante el curso anterior se realizarían contactos previos y una encuesta que nos valga como referencia y punto de partida. La asamblea se podría reunir una vez por trimestre, y el grupo motor con mayor periodicidad dependiendo del punto donde se encuentre el plan.

### DESCRIPCIÓN SOMERA

La fundación propondría, lideraría y coordinaría la elaboración de un plan integral de juventud. Para ello habría que contar con diferentes entidades e instituciones (colectivo de jóvenes, ayuntamiento, asociaciones, centro educativos,...). La idea es que la localidad tenga un plan a corto, medio y largo plazo para que impulse a sus jóvenes a desarrollar su potencial y capacidades, promoviendo a la vez valores y actitudes. Habría que buscar el máximo consenso de las distintas entidades para que dicho plan sea un compromiso social y esté por encima del devenir político y de los posibles cambios de gobiernos. Para la elaboración de este plan convendría partir de un ANÁLISIS DE LA JUVENTUD SANTEÑA, para un mayor conocimiento de esta parte de la sociedad, en lo que a necesidades y demandas se refiere.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

Dicho plan tendría varias etapas:

- Primer contacto privado con las diferentes entidades y colectivos para presentar la idea (curso 21-22).
- Establecer un grupo motor (que trabaje de forma más continuada) y asambleas (más esporádicas) en las que se reúnan representantes de las distintas entidades e instituciones.
  - Análisis de la juventud mediante una encuesta (curso 21-22).
- Analizar las encuestas para obtener información útil y conclusiones (análisis estadístico, DAFO y otras herramientas que se estimen). Publicar los resultados para presentarlos a la sociedad.
- Consenso sobre los objetivos deseables y alcanzables en distinta dimensiones, marcando plazos a corto, medio y largo plazo
  - Planificación de actividades, programas, espacios,... para conseguir dichos objetivos.
- Evaluación continua de los pasos que se van dando y si se ajustan a las directrices marcadas o se abren otras posibilidades.

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

KPI= nº de participantes

### **MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO**

Si KPI < 7 es un fracaso, hasta 12 ha merecido la pena y a partir de 12 es un éxito

### **PRESUPUESTO**

La elaboración del plan tiene un coste prácticamente nulo. Su aplicación será otra cosa. Para esto último, los diferentes grupos políticos tendrían que consensuar y comprometerse a una partida presupuestaria mínima del ayuntamiento para el área de juventud para los siguientes años, independientemente del color del gobierno.

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

RED DE JÓVENES. FUNDACIÓN JOVEN

### OBJETIVOS

Crear un grupo de jóvenes voluntarios que sirva como espacio de formación, crecimiento, diálogo y reflexión acerca de su realidad personal como joven y del colectivo al que pertenecen (necesidades, capacidades, dificultades,...). A partir de esto, que hagan propuestas a las diferentes instituciones y que animen y lideren a sus iguales para participar y/o generar distintas actividades y programas.

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes de 13 a 25 años. Se puede subdividir el grupo en dos rangos (13-17 y 18-25)

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Comenzaría en el curso 2022-23 (o incluso en el presente), y se repetiría cada curso. Una reunión quincenal en la que se marcarán objetivos para la siguiente reunión. Quizas al principio las reuniones necesiten ser semanales.

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Un grupo de jóvenes (máximo 10) se reúnen con algún(os) adulto(s) que harán sus veces de animador(es) (no monitor, ya que el protagonismo ha de ser de los jóvenes)  
 A partir de las preocupaciones, inquietudes, necesidades o experiencias personales de cada uno, se trabajará la dimensión juvenil del grupo y de su entorno.  
 En las reuniones, según vaya surgiendo las necesidades, habrá sesiones de reflexión, de experiencias, de dinámicas de grupo, de coaching y talleres de formación en diferentes aspectos que puedan interesarles (autoestima, empatía, relaciones, cohesión social, trabajo en grupo, igualdad, futuro,...)

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

El grupo (o grupos) se reúnen con su animador(es) quincenalmente.  
 Se establece una programación mensual o trimestral de los aspectos que se quieren trabajar y con qué formato abordarlos (dinámica, taller formativo, charla, reflexión,...)  
 Sería bueno que para cada reunión hubiese un trabajo o materiales previos para no partir de cero, y que al finalizar se llevasen una serie de conclusiones y/o compromisos.  
 Además del espacio de reflexión y formación, este grupo estaría orientado a la acción de los jóvenes, a su participación como agentes de transformación de su realidad (en sus lugares de estudio, pandillas, pueblo,...)

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

J: Número de jóvenes que participan en la actividad durante el curso completo (50%)  
 V: Valoración general del proceso de 0 a 10 (50%)  
 A: Número de animadores (+1 por cada uno extra)  
 $KPI = J * 0,5 + V * 0,5 + A - 1$

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

No se establecen grupos o  $KPI < 5$ , fracaso  
 $5 \leq KPI < 7$  Se cumplen las expectativas  
 $7 \leq KPI < 9$  Éxito notable  
 $KPI > 9$  Éxito rotundo

**PRESUPUESTO**

Nulo o muy bajo.

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

PLAN INTERGENERACIONAL

### OBJETIVOS

Fomentar momentos y espacios de encuentro entre personas de distintas generaciones (en particular jóvenes y personas mayores) para el conocimiento mutuo, el intercambio de experiencias, de habilidades, conocimiento.

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Adolescentes y jóvenes del pueblo y personas mayores

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Un encuentro bimensual o trimestral a partir del año 2022

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Se diseñaran actividades (talleres, charlas de experiencias, servicio a la comunidad,...) en las que los dos colectivos puedan encontrarse e intercambiar experiencias y conocimientos.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

En primer lugar, habría que ponerse en contacto con grupos de adolescentes (lo más fácil es a través del instituto) y grupos de personas mayores (a través del hogar de mayores y la residencia) que deseen trabajar conjuntamente.

Se diseñaría un conjunto de actividades en los que unos y otros puedan enriquecerse mutuamente (uso del teléfono móvil e internet, transformación del pueblo, experiencias, cocina, visión del otro colectivo,...)

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

M: Número de mayores participantes  
 J: Número de Jóvenes participantes  
 E: Número de encuentros programados  
 $KPI = (NM + NJ) / NE$

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

Siempre que  $NE \geq 2$   
 Si  $KPI > 15$  Éxito moderado  
 Si  $KPI > 25$  Éxito Alto  
 En otro caso, Fracaso

### PRESUPUESTO

Dependerá de las actividades que se programen, pero en principio tendría un coste mínimo.

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

APRENDIZAJE SERVICIO-SERVICIO COMUNITARIO

### OBJETIVOS

Promover acciones de Servicio a la comunidad diseñadas, organizadas y ejecutadas por grupos de jóvenes en colaboración con otros colectivos.

Inculcar a los jóvenes que no son los ciudadanos del futuro, sino que son ya ciudadanos capaces de provocar cambios en su entorno.

Formar buenos ciudadanos capaces de mejorar su entorno, su localidad y la sociedad.

Hacer un servicio a la comunidad, ayudar a los otros, es uno de los métodos de aprendizaje más eficaces, porque los chicos y chicas encuentran sentido a lo que estudian cuando aplican sus conocimientos y habilidades en una práctica solidaria.

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Adolescentes y jóvenes que ejecutarán y coordinarán las actividades.

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Año 2022. Se puede diseñar y ejecutar una acción a cada 2 ó 3 meses.

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Un grupo de jóvenes diseña y organiza una acción que de respuesta a una necesidad de la comunidad. Esta acción puede ser algo puntual (por ejemplo, la limpieza o pintado de un lugar concreto), de jornadas de aprendizaje (cursos o charlas) o de campaña (p.e. campaña de donación de sangre o médula osea)

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

La primera(s) actividad(es) se organizarían desde el patronato y se convocaría a los jóvenes para la participación en esta. Se aprovecharía dicha actividad para enganchar a jóvenes de cara a siguientes acciones, las cuales saldrían de las necesidades que ellos mismos/as detectaran y serían organizadas y ejecutadas por ellos/as.

Para el diseño y organización de alguna de estas actividades, o para el inicio del programa, se puede contar con la colaboración del profesorado del instituto, de la universidad popular y de la concejalía de juventud.

Para la ejecución de las actividades se puede contar con la Red de Voluntarios ya existente en el pueblo.

Si se ha conseguido formar la RED DE JÓVENES DE LA FUNDACIÓN, estos pueden proponer y liderar alguna de las acciones, aunque no es completamente necesario.

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

A: Número de acciones

J: Media del número de jóvenes que organizan cada actividad

P: Media del número de participantes en cada actividad

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

KPI: Si  $NA \geq 3$ ,  $NJ \geq 5$  y  $NP \geq 15$  Éxito  
 En otro caso, fracaso

**PRESUPUESTO**

Dependerá del tipo de actividades que se programen. Se proporcionarán los materiales necesarios para la actividad (por ejemplo la pintura o materiales de limpieza en su caso), aunque esto se acordará con el ayuntamiento ya que el beneficio redunda en la localidad.

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

PROMOVER LA CULTURA MAKER

### OBJETIVOS

Promover la cultura maker, esto es fomentar actividades orientadas al uso de la tecnología, la robótica, la programación, la impresión 3D, la electrónica, drones... y también al uso y la implementación de actividades más prácticas y tradicionales como la carpintería o el mundo de la artesanía.  
Incentivar el pensamiento innovador y creativo, fomentar la perseverancia y la cooperación para la solución de problemas cotidianos.  
Generar una mentalidad y actitud positiva y mejorar la autoestima y autoconcepto de los jóvenes al conseguir éxitos y sentirse como parte útil de la sociedad.

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Jóvenes y adolescentes de 13 a 25 años.

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Se podría programar una feria para finales de 2022 o principios de 2023 y después 3 o 4 cursos durante el año acerca de las áreas de interés.

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Organizar actividades que fomenten la cultura Maker, que puedan desembocar en un movimiento real en el pueblo que quizás con el tiempo, pudiese dar lugar a grupos de trabajo y un espacio Maker.  
Esta actividad podría vincularse con la de CANALES DE COMUNICACIÓN descrita en otra ficha.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

En primer lugar se podría organizar una feria Maker en la que los jóvenes pudiesen visualizar todo el potencial que nos ofrece la tecnología para crear: Impresoras 3D, Cortadoras laser, Ploters de impresión, robótica, domótica, programación, desarrollo de videojuegos, electrónica, realidad virtual, drones...  
Durante la feria se haría una encuesta de aquellas actividades que más motivadoras y útiles les han resultado y si estarían dispuestos a formarse en alguna de ellas.  
Se harían cursos de aquellas actividades que hayan obtenido mayor puntuación en las encuestas y a partir de ahí se intentaría promover la creación de grupos de trabajo.  
Se podría hacer una visita a algún espacio Maker (Almendralejo, Badajoz,...), ya sea dentro de uno de los cursos o como actividad aparte.  
Se apoyaría a aquellos jóvenes que deseen comenzar a trabajar en grupo y/o crear un espacio Maker, ayudándoles a buscar un espacio así como en lo relativo a la dotación (buscar subvenciones, implicar al ayuntamiento, hacer una donación,...)

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

KPI = nº de participantes

### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

Si KPI < 7 es un fracaso, hasta 12 ha merecido la pena y a partir de 12 es un éxito

### **PRESUPUESTO**

En principio, la organización de una feria MAKER conllevaría mas esfuerzo organizativo que económico. En una segunda parte, los cursos habría que estudiar si son gratuitos o mediante una cuota. En el caso de que se genere un interés por la creación de un espacio MAKER, habría que estudiar hasta que punto se puede ayudar económicamente desde la fundación.

## FICHA DE ACTIVIDAD

### TÍTULO ACTIVIDAD

CANALES DE COMUNICACIÓN JOVEN.

### OBJETIVOS

Fomentar espacios para la creación y/o la difusión de contenidos audiovisuales  
 Formar a los jóvenes en el uso de herramientas y aplicaciones de comunicación y expresión  
 Generar canales de comunicación y expresión entre los jóvenes y de estos con otras generaciones  
 Mejorar la comunicación de los jóvenes con entidades locales (en particular, la fundación). Podría entroncarse en el plan de estrategia comunicativa de la fundación.  
 Facilitar el encuentro entre jóvenes que creen contenidos. Encuentro con algún youtuber o influencer de relevancia.

### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Grupos de jóvenes y adolescentes interesados en la creación y el consumo de contenidos audiovisuales.

### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Comenzaría el año 2023.

### DESCRIPCIÓN SOMERA

Se facilitaría a los jóvenes plataformas, espacios y formación para la creación, edición y difusión de materiales audiovisuales de interés (podcast, streaming, clips, cortos,...) que se puedan difundir por los canales que estimen más adecuados. De esta forma se abrirían canales de comunicación entre los jóvenes y de estos con diversos colectivos y entidades.

### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

Fomentar la creación de un espacio para los jóvenes en el que pudiesen generar y editar sus contenidos: equipo de sonido y de radio, iluminación, croma, cámaras,... Se podría buscar un convenio con el ayuntamiento para la cesión de espacios y dotación de medios.  
 Se podría proponer un concurso local de generación de contenidos como punto de partida del programa, con un premio en metálico y materiales y el derecho a realizar un curso gratuito.  
 Se harían cursos de formación para la mejora en la competencia comunicativa. Aprender los mejores canales (radio, internet, tv) y aplicaciones (instagram, youtube,...) para la difusión de según qué contenidos. Aprender a diseñar y a editar contenidos en las diferentes herramientas. Mejorar las estrategias y habilidades comunicativas. Encuentro con algún youtuber o influencer notable que pueda contar su experiencia.  
 Desde la fundación se ayudaría a dar difusión y repercusión a los materiales generados y se aprovecharían los canales de comunicación para estar en contacto con la juventud (mediante instagram, twitter,...).

### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

J: Número de jóvenes participantes.  
 C: Número de canales en los que se han conseguido hacer publicaciones de relevancia.

### **MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO**

KPI:

Si  $J > 10$  y  $C > 3$  ha cumplido expectativas

Si  $J > 20$  y  $C > 5$  ha sido muy exitoso

En otro caso, fracaso

### **PRESUPUESTO**

Habría que buscar algún espacio, de la fundación y/o ayuntamiento y dotarlo de equipo de sonido y radio, iluminación, croma, ordenadores,...

## III.2. Comisión de desfavorecidos

### FICHA DE ACTIVIDAD

#### TÍTULO ACTIVIDAD

Acompañamiento a personas en soledad mediante bolsa de voluntariado

#### OBJETIVOS

1. Creación de una bolsa de personas de estas características interesadas en ser atendidas. 2. Mejorar la autoestima de los mayores. 3. Mejorar el mantenimiento de sus capacidades a nivel cognitivo y físico. 4. Crear un grupo de personas "amigos de la FM" o "Hidalgos de Los Santos" que quieran ayudar a los demás con su trabajo desinteresado y 4. Mejorar las relaciones sociales de los mayores en soledad, tanto en su entorno como fuera de él.

#### GRUPO DE INTERÉS Y DESTINATARIOS CONCRETOS

Actividad para los mayores en soledad.

#### FECHAS POSIBLES Y PERIODICIDAD

Inicio a finales de 2022 y se pretende continuidad sin fecha final.

#### DESCRIPCIÓN SOMERA

Hacer un grupo de voluntariado que atienda las necesidades de las personas que viven en soledad en nuestro pueblo.

#### DETALLES DE FUNCIONAMIENTO

A desarrollar conjuntamente con la Directora del Hogar de Mayores de Los Santos de Maimona.

#### ÍNDICES DE RENDIMIENTO

El índice de rendimiento podría ser cuántos voluntarios se unen al proyecto durante el primer año y cuántos mayores se ofrecen a dejarse ayudar en este plazo.

#### MEDICIÓN OBJETIVA DEL RENDIMIENTO

KPI= Nº mayores + Nº voluntarios. Si KPI < 5 ha sido un fracaso. Hasta 10 ha cumplido expectativas y más de 10 sería una actividad muy exitosa

#### PRESUPUESTO

Cero o despreciable.