

Taller de Elaboración de Planes de Emprendimiento Social Sostenible "PESS"

Caracas, 11 y 12 de Agosto de 2010

¿En qué Fase estamos?

Fase I

281 Ideas participantes

20 seleccionadas



Fase II

20

05

Fase III

05

**2 Primer Lugar
Menciones especiales**

Fase II

Preparación de Planes

Evaluación de Planes

- ✓ Talleres Capacitación Planes de Negocio y Emprendimiento Social
- ✓ Cátedra Virtual: Presentación Plan de Negocio y Social
- ✓ Asesorías Especializadas (Red de Tutores y Representantes de Empresas Organizadoras)
- ✓ Recepción de Planes
- ✓ Equipo evaluador entre las empresas:
 - Mercantil
 - McKinsey & Company
 - IESA
 - Innovex
 - Palacios, Ortega y Asoc.
- ✓ Selección Propuestas
- ✓ Selección Propuestas Finalistas

19 de Septiembre

Finalistas

10 Planes de Negocio

5 Planes de
Emprendimiento
Social

19 de Octubre

¿Qué espera el Concurso en la Fase II?



- Entrega del PESS a más tardar 19 de septiembre
- Clara definición de la iniciativa social, población a la que atiende, impacto social
- Clara definición de los mecanismos de sostenibilidad de la iniciativa
- Cómo se va a implementar la iniciativa

¿Por qué estamos aquí?

- Proporcionar lineamientos básicos para la elaboración exitosa del Plan de Emprendimiento Social Sostenible (PEES)
- Clarificar dudas y expectativas
- Conocernos



Vamos a presentarnos

- Nombre (s)
- Iniciativa presentada por una organización?
- Por un emprendedor?
- Por un equipo de emprendedores
- Breve descripción de la iniciativa social
- Expectativas del taller



¿Quién presenta la iniciativa?

La iniciativa puede ser presentada

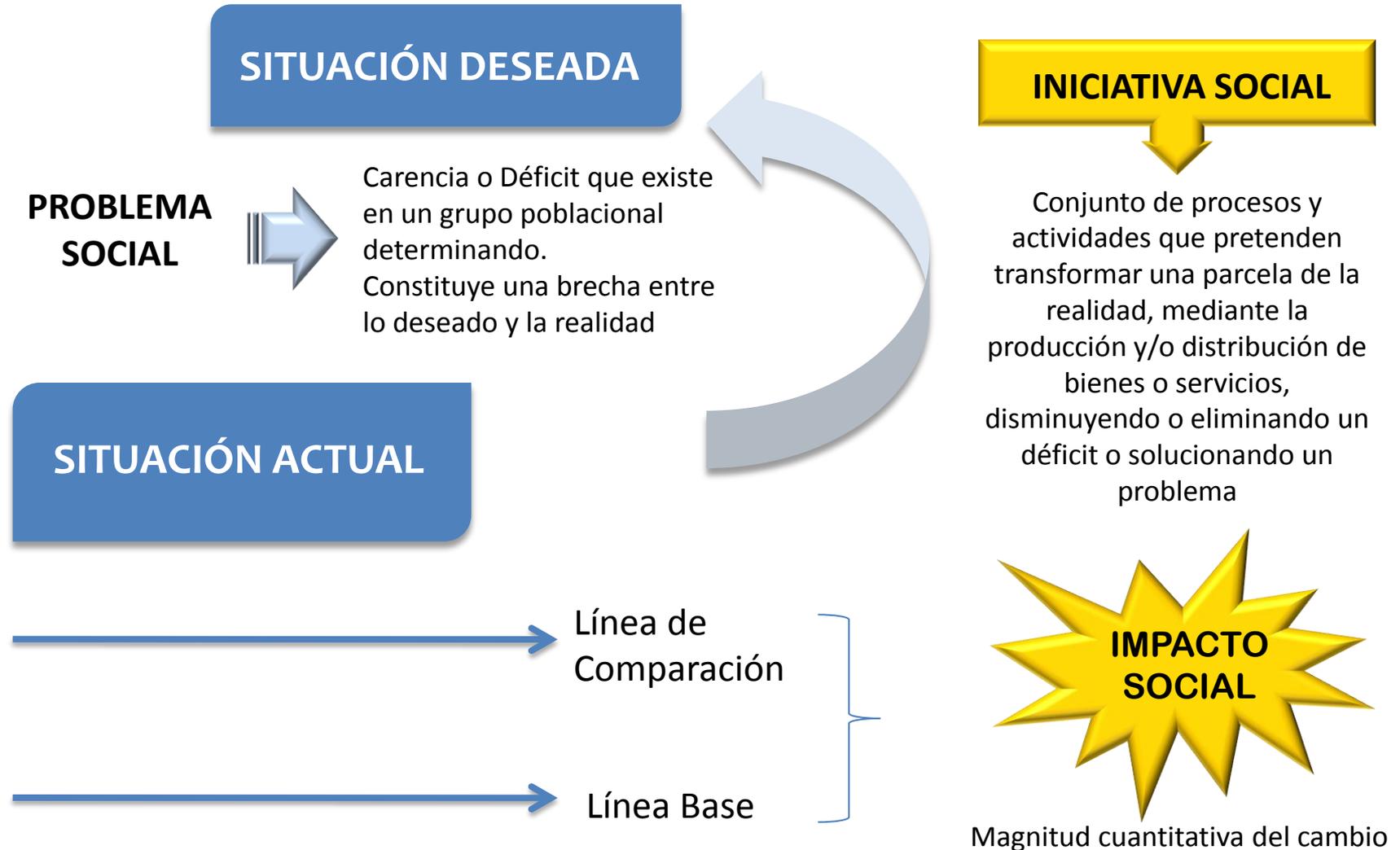
Una organización

Un equipo

Un individuo

La estructura y contenido del plan varia según quién presenta el plan y a quién se presenta





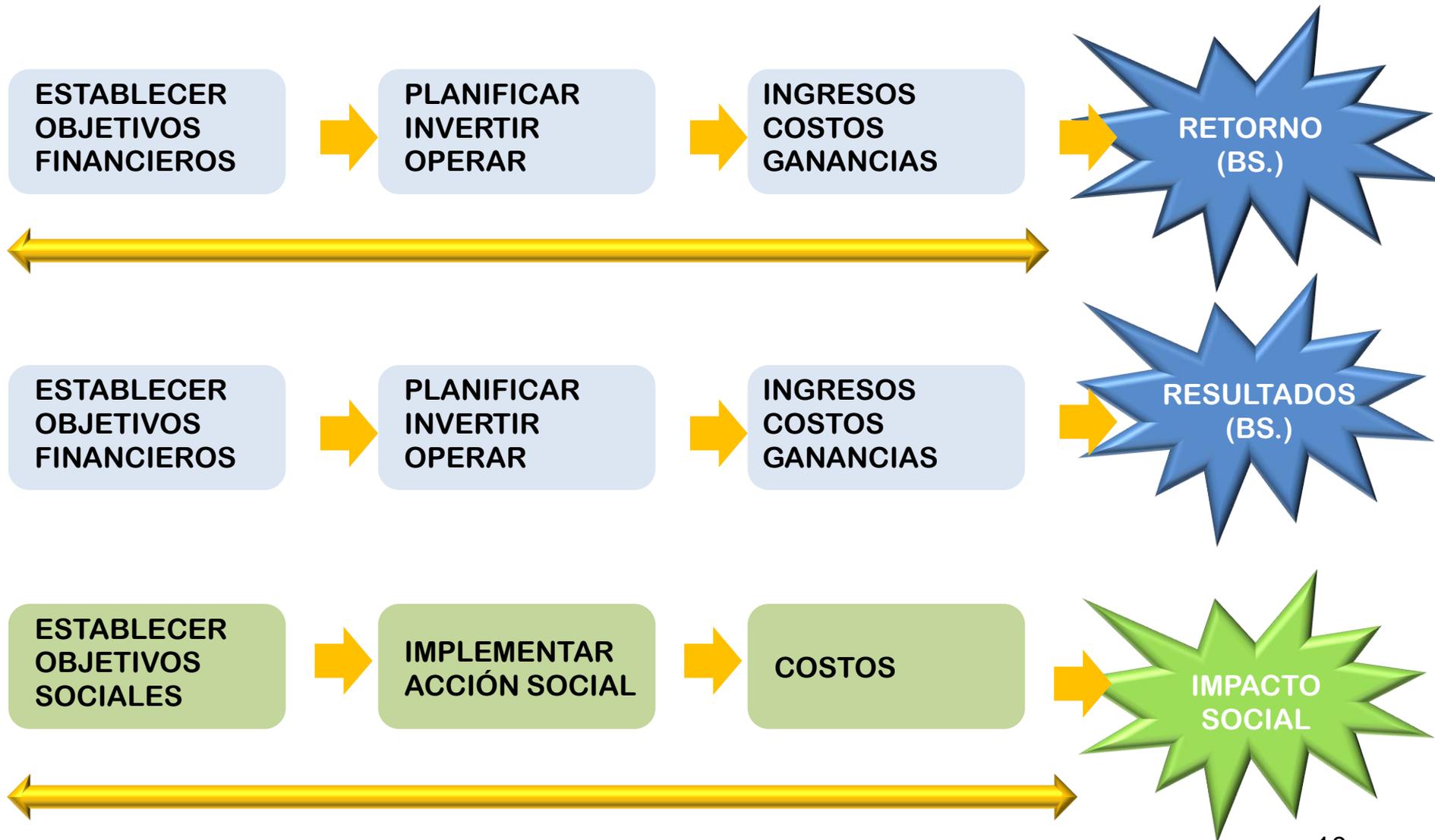
Planes para el Sector Social

- Una organización del sector social puede presentar tanta o más complejidad administrativa que una empresa privada. Además de garantizar su actuación social, pues es la razón de existencia de la organización, debe preocuparse también de la movilización de recursos para su propio sustento.



- Ese doble objetivo, actuación social y movilización de recursos, puede muchas veces traer dificultades a la administración de la organización, pues exige conocimientos fuera de su campo habitual de acción.
- De ahí la importancia del dominio y uso de herramientas gerenciales que facilitan la administración de las organizaciones. En un contexto como éste, el desarrollo de un plan puede traer grandes beneficios a la organización.

Doble objetivo plan Emprendimiento Social





Principios
básicos para la
elaboración del
PESS

Estructura y
contenido del
PESS

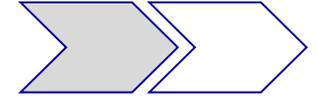
bE22

bE22

Algunas preguntas a responder

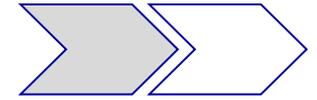


- ✓ ¿Qué es un Plan de Emprendimiento Social Sostenible?
- ✓ ¿Por qué sostenible?
- ✓ ¿Por qué un emprendedor debe desarrollar un Plan de Emprendimiento Social sostenible por cada iniciativa que quiera llevar a cabo?
- ✓ ¿Qué podemos lograr cuando tenemos un buen Plan de Emprendimiento Social Sostenible?
- ✓ ¿Qué aspectos debe cubrir el Plan de ESS?
- ✓ ¿Cómo debe ser la secuencia en el contenido del Plan de ESS?
- ✓ ¿Cómo se relacionan los diferentes tópicos que conforman el Plan de ESS?

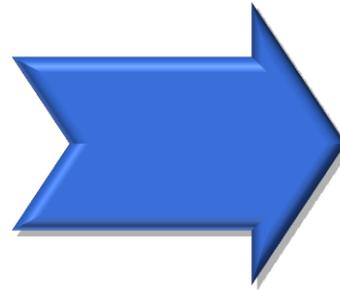


- ✓ **Alicia le pregunta al gato:**
Por favor, ¿me podría decir qué camino debo tomar?
- ✓ **El Gato responde:**
Eso depende, ¿a dónde quieres ir?.
- ✓ **Alicia dice: *No lo se***
- ✓ **El gato responde:** Si no sabes a donde quieres ir , cualquier camino te sirve.

Ningún viento sopla a favor, si no sabes a donde vas...



Para transformar ideas innovadoras...



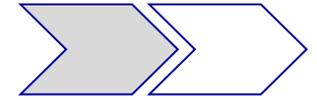
...en grandes proyectos



“Escribir un plan de negocios fuerza a pensar disciplinadamente, a alcanzar un trabajo intelectualmente honesto. Una idea puede ser genial en la mente, pero cuando se analizan los detalles y los cálculos numéricos, se podría observar otra realidad.”

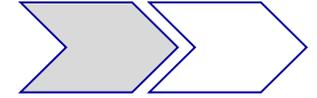
Claudio Sánchez

Ex-consultor de McKinsey con larga experiencia en el área social

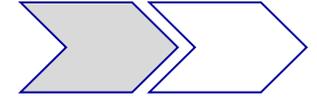


HERRAMIENTA DE
PLANIFICACIÓN

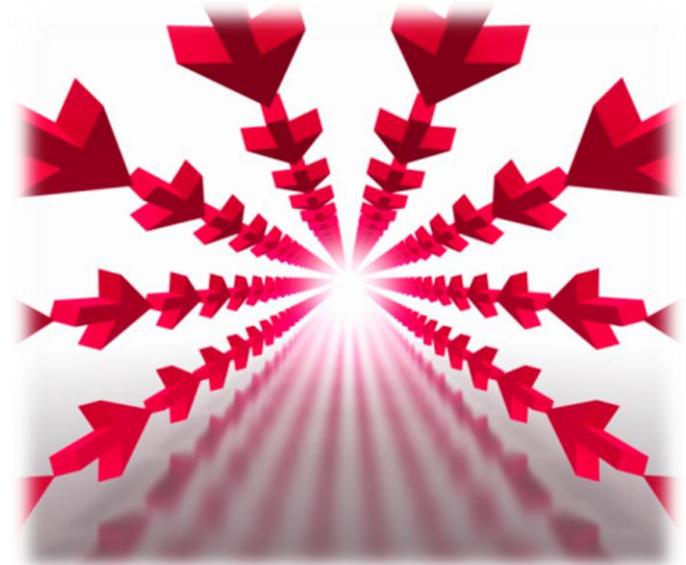
HERRAMIENTA DE
COMUNICACIÓN



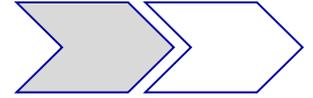
- Posibilita el análisis de la organización y definición clara de su misión, visión, destacando los puntos fuertes y áreas con potencial de mejoría
- Permite el análisis de la idea de emprendimiento social, su impacto, cómo se llevará a cabo, su viabilidad
- Permite el análisis de los mecanismos de sostenibilidad para llevar adelante la idea y sostenerla en el tiempo



- Moviliza a toda la organización a compartir las mismas ideas y trabajar en la misma dirección
- Define los recursos organizacionales necesarios para implementar las acciones necesarias
- Aumenta la credibilidad de la organización junto a potenciales promotores, voluntarios

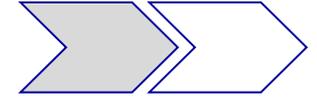


Promueve el desarrollo en detalle de las ideas innovadoras que pueden convertirse en grandes movilizadoras de recursos, contribuyendo al desarrollo social y económico para las comunidades



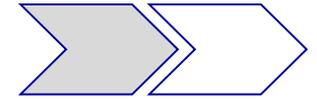
Concretar una iniciativa social y mantenerla en el tiempo requiere una combinación de elementos que conjuntamente garantizan su éxito:

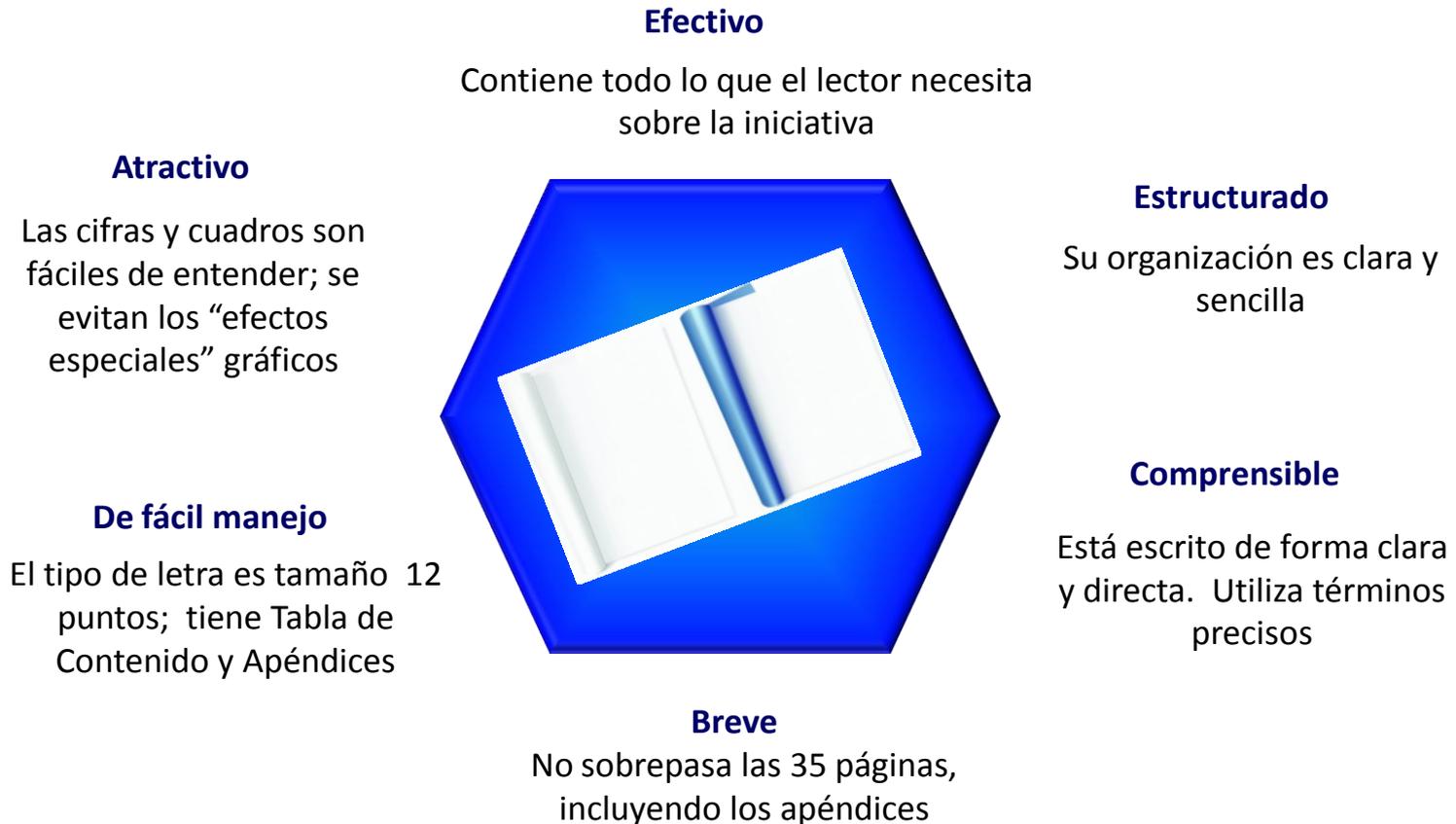
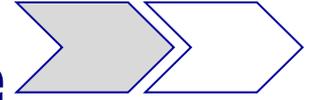
Disciplina + Pasión



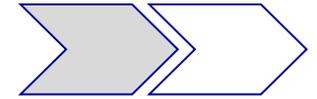
Mediante la elaboración de un PESS, los emprendedores garantizan avanzar en la planeación y el entendimiento de la intervención social y los mecanismos de sostenibilidad de una manera sistemática.

El éxito en su elaboración supone un esfuerzo en manejar adecuadamente la forma y desarrollar exitosamente los contenidos





Redactar un Plan de ESS requiere de conocimientos mayores que la Presentación de la Idea



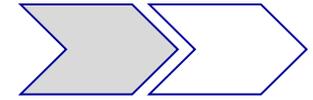
- Expone las ideas de forma objetiva
- Especifica el perfil de la organización
- Especifica la iniciativa social y los mecanismos de sostenibilidad
- Explica los medios de acción
- Es de fácil comprensión

- Producto / servicio es coherente con la misión de la Organización
- Osado, pero realista
- Discute las habilidades necesarias para la gestión del negocio



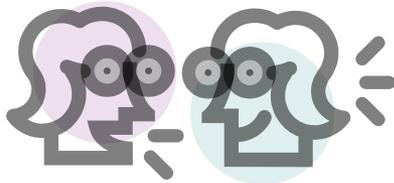
- Es estructurado
- Mensaje es presentado desde el inicio
- Utiliza gráficos (evitar tablas con muchos datos)
- Línea de comunicación está organizada

Una comunicación clara y objetiva es esencial



Tengo una estupenda idea para el sector educativo, tiene mucho potencial. ¡Se van a resolver todos los problemas del área!!!

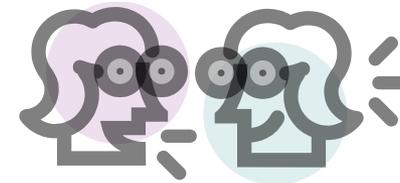
Enfoque de venta



Una idea genial... He escuchado la misma canción unas cien veces...

¡Tengo una idea para resolver la desconsideración elitista y opresora de nuestra política educacional!

Enfoque político/ideológico



¿Será candidato a algún puesto público?

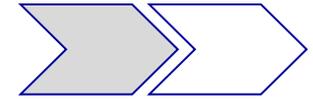
Tengo una estupenda idea que puede disminuir el abandono escolar en un 50%. Puede ser implementada fácilmente, y el proyecto es auto-sostenible

- ✓ Claridad en la exposición de la idea
- ✓ Uso mínimo de vocabulario especializado
- ✓ Contenido y expresiones concisas
- ✓ Uso de gráficos cuando es necesario

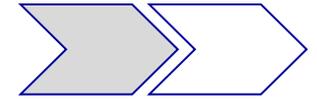
Esta persona sabe de lo que está hablando. Conoce del impacto social, y está pensando en otros aspectos del proyecto. ¡Vale la pena continuar escuchando!



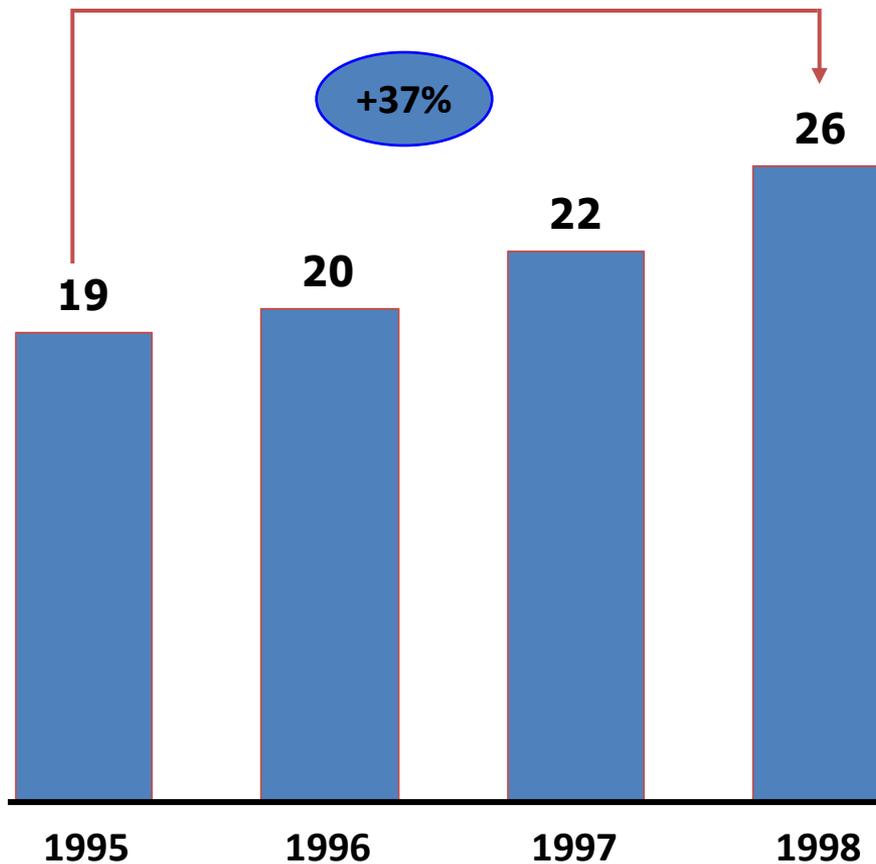
Ejemplo de información con un mensaje poco claro



	1995				1996				1997				1998			
	Máq. 1	Máq. 2	Máq. 3	Máq. 4	Máq. 1	Máq. 2	Máq. 3	Máq. 4	Máq. 1	Máq. 2	Máq. 3	Máq. 4	Máq. 1	Máq. 2	Máq. 3	Máq. 4
Producto 1	4.712	0	325	0	4.901	0	338	0	5.668	0	382	0	5.751	0	2.522	1.188
AL 1	279	0	0	0	290	0	0	0	358	0	0	0	385	0	0	0
AL 2	3.842	0	0	0	3.995	0	0	0	4.357	0	0	0	4.861	0	0	0
BL 1	342	0	0	0	355	0	0	0	284	0	0	0	363	0	0	0
BL 2	250	0	325	0	260	0	338	0	293	0	382	0	142	0	445	0
Exportaciones	0	0	0	0	0	0	0	0	375	0	0	0	0	0	2.077	1.188
Producto 2	0	13.334	0	0	0	13.287	0	0	0	14.788	0	0	0	14.769	0	0
DX	0	7.996	0	0	0	8.170	0	0	0	7.762	0	0	0	7.397	0	0
TX	0	1.800	0	0	0	2.250	0	0	0	2.650	0	0	0	2.362	0	0
SSM	0	104	0	0	0	110	0	0	0	115	0	0	0	110	0	0
SSL	0	400	0	0	0	1.500	0	0	0	2.300	0	0	0	3.400	0	0
SSC	0	80	0	0	0	500	0	0	0	1.500	0	0	0	1.500	0	0
Exportaciones	0	2.954	0	0	0	757	0	0	0	461	0	0	0	0	0	0
Producto 3	538	0	0	0	538	0	872	0	0	0	1.069	322	0	0	1.069	322
A	538	0	0	0	538	0	332	0	0	0	0	322	0	0	0	322
B	0	0	0	0	0	0	540	0	0	0	1.069	0	0	0	1.069	0



Los gráficos son útiles para enfocar al lector en el mensaje deseado:
Producción de ropa de la organización "Y" en los últimos años



La producción se incrementó en 30% durante los últimos dos años debido a la compra de nuevas máquinas de coser

Si no lo puedes decir de forma sencilla y clara, piénsalo y sigue trabajando hasta que lo logres

Karl Popper - Filósofo



- Cada sección complementa a las demás
- El documento debe guardar coherencia interna de una sección a otra
- Es probable que durante la elaboración del plan sea necesario ir y venir de una sección a la otra
- El proceso de ir y venir nos permite reflexionar sobre la propuesta y evaluar sus probabilidades de éxito





Señalábamos anteriormente que un PESS puede ser presentado por una organización o por emprendedores sin organización y la estructura del plan de emprendimiento social sostenible debe contener, dependiendo de quien presenta el plan, información sobre:

- La Organización
- La iniciativa social y los mecanismos de sostenibilidad





- Portada
- Índice de contenido
- Resumen ejecutivo



Todos

- La Organización Social



**Cuando presenta una
Organización**

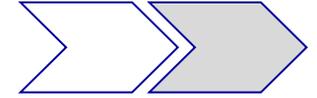
- La Iniciativa social



Todos



- Es la primera página del documento
- Contiene el nombre de:
 - ✓ La organización
 - ✓ La iniciativa social
 - ✓ Los emprendedores
- La fecha de presentación del documento
- *El código asignado al proyecto escrito en la esquina superior derecha de la hoja (debe estar en todas las paginas del documento)*

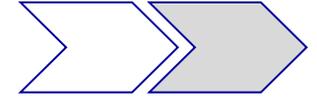


- Hoja que sigue a la portada
- Presenta en forma ordenada las distintas secciones del plan e indica las páginas dónde se inicia cada una de ellas
- El índice orienta al lector sobre la forma cómo el emprendedor ha organizado la presentación de su iniciativa y le permite ir a un determinado capítulo, si fuese el caso





- El PESS debe empezar siempre por el resumen ejecutivo
- Es lo primero que se lee, pero lo último que se escribe
- La redacción del índice requiere de un esfuerzo especial
- El objetivo del Resumen es anticipar el contenido de los capítulos del plan
- No deben ser necesarios más de 5- 10 minutos para leerlo
- El resumen define si el lector seguirá leyendo el plan o si será rechazado



La calidad del resumen ejecutivo es decisivo para que el lector continúe leyendo o descarte el PESS



Ingredientes básicos para un buen resumen ejecutivo:

- **Que sea simple, conciso y claro**
- **El resumen del plan de ESS debe contener todos sus elementos**
- **3 páginas como máximo (5- 10 minutos de lectura)**
- **Transmitir imagen de profesionalismo**

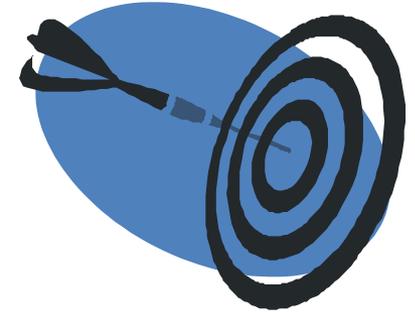


"Un buen Resumen Ejecutivo me da una noción interesante de la nueva idea. Me da gusto encontrar una declaración muy clara de la misión a largo plazo, una visión general de las personas y del equipo de gestión, de la tecnología y su adecuación al mercado"

**Ann Winbald,
Financiera**

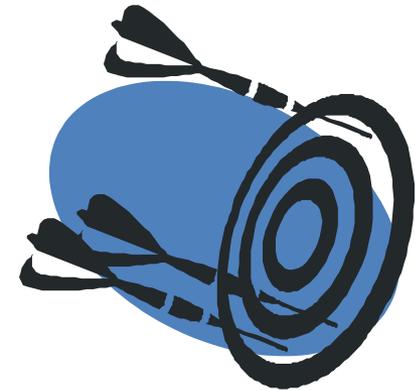
El Resumen Ejecutivo debe:

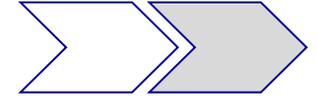
- Despertar el interés a los responsables de tomar decisiones
- Destacar las conclusiones más importantes
- Ser objetivo, claro y conciso
- Ser independiente del plan
- Provee una visión general y más clara del PESS y los mecanismos de sostenibilidad



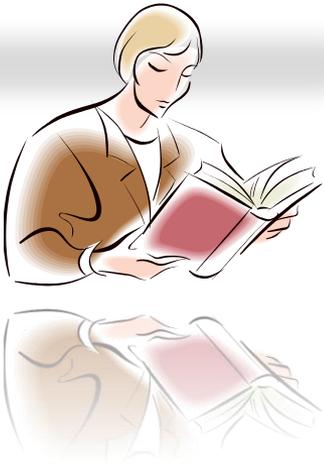
El Resumen Ejecutivo NO debe ser:

- Una introducción general al plan
- Una carta de intención
- Una apertura para generar suspenso





Resumen
Ejecutivo



- ¿Cuál es la misión de la Organización?
- ¿Cuál es la visión de la Organización?
¿Cuáles son sus metas a largo plazo?
- ¿Cuáles fueron los resultados ya alcanzados en términos de impacto social?
- ¿Cuál es la iniciativa social?
- ¿Cuál su población objetivo y su impacto?
- ¿Cómo se va a financiar la iniciativa?
- ¿Cuál es el monto requerido para llevar adelante la iniciativa?
- ¿Quiénes integran el equipo?
- Riesgos, oportunidades
- ¿Cómo se va a llevar a cabo?

Debe
Captar
el
Interés
del lector



- Portada
- Índice de contenido
- Resumen ejecutivo



Todos

- La Organización Social



Cuando presenta una Organización

- La Iniciativa social



Todos

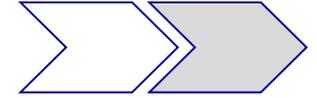
Antecedentes

**Perfil de la
organización**

Organización

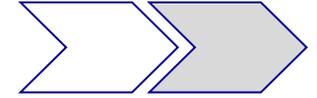
Visión y Misión

**Sostenibilidad
de la
organización**



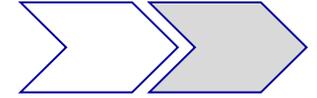
- ✓ ¿Cuál es la Misión y Visión de la Organización?
- ✓ Nombre y fecha de fundación de la Organización
- ✓ ¿Cómo surge la idea de la organización?
- ✓ ¿Cuáles son los eventos más importantes que han marcado la evolución de la Organización?
- ✓ ¿Cuál es el perfil de actuación de la organización?
- ✓ ¿Cuáles son sus programas?
- ✓ ¿Cuáles son sus indicadores?
- ✓ ¿Sus logros? ¿Su impacto social?
- ✓ ¿Sus aliados?
- ✓ ¿Cómo se sostiene la organización?



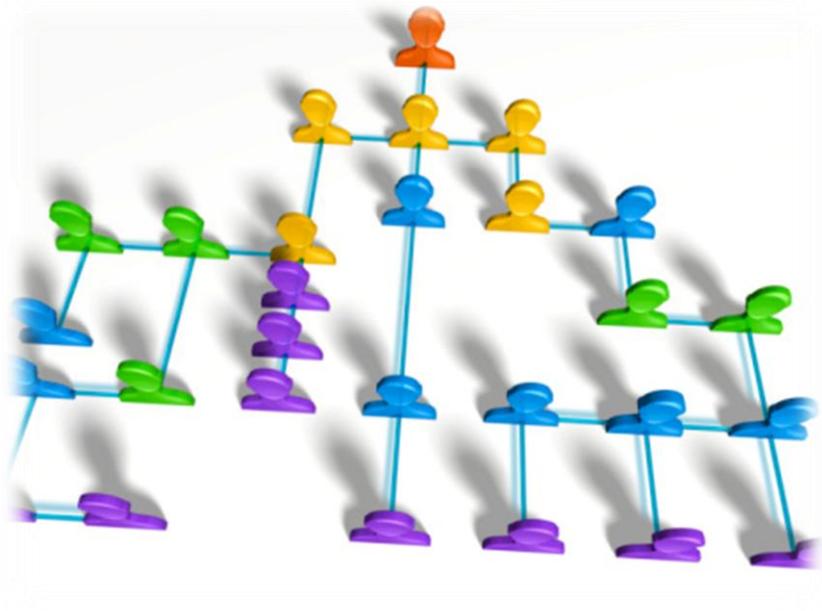
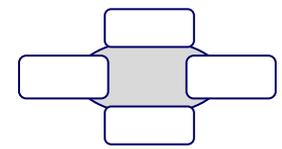


- ✓ De acuerdo con la naturaleza y perfil de una Iniciativa Social ; ¿Cuál debe ser la figura jurídica que debe adoptar?
- ✓ ¿Cuáles deben ser los pasos que debo seguir para poner en marcha una Organización desde el punto de vista legal?
- ✓ ¿Cuáles son los beneficios legales u económicos que ofrecen las diferentes figuras jurídicas?
- ✓ ¿Qué cargas impositivas y laborales se deben tener en cuenta en las distintas figuras jurídicas?

Plan de implementación	Población objetivo	Impacto de la iniciativa
Riesgos y oportunidades	Descripción de la iniciativa	Mecanismos de sostenibilidad
Planificación financiera	Estructura organizacional y equipo	Mercado

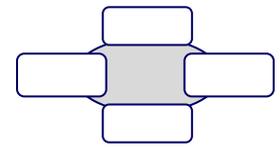


- ✓ ¿Cuál es el problema social que se persigue resolver?
 - ✓ ¿Cuál es el grupo poblacional que tiene la carencia o déficit?
 - ✓ ¿Por qué es importante atender esta necesidad?
 - ✓ ¿Cuál es el impacto social?
 - ✓ ¿Cómo se va a atender?
 - ✓ ¿Cuáles son los mecanismos para la sostenibilidad de la iniciativa?
 - ✓ ¿Cuál es el mercado para los productos y servicios que vamos a ofrecer? ¿Cuál la competencia?
-
- ✓ ¿Cómo nos vamos a organizar? Cuales son las responsabilidades del equipo de trabajo?
¿Sus competencias?
 - ✓ ¿Cuáles son los riesgos? ¿Como mitigarlos? ¿Las oportunidades?
 - ✓ ¿Cómo elaborar un presupuesto? ¿Que elementos deben tomarse en consideración?
 - ✓ ¿Qué representa el Balance General, el estado de Ganancias y Pérdidas y Flujo de Caja?
 - ✓ ¿Cuál es la mejor manera de presentar la información financiera?

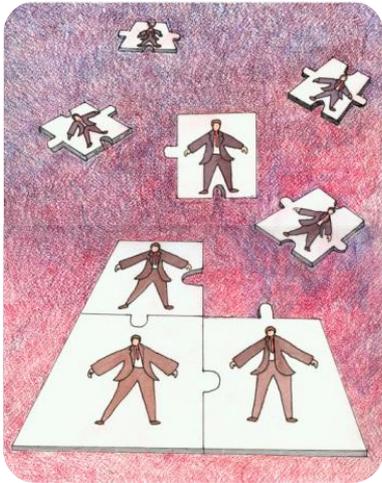


Objetivo del capítulo:

*Dar a conocer la
organización que
presenta la iniciativa
social*



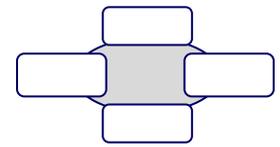
¿Por qué una organización?



- Solos no podemos
- Da continuidad en el tiempo de la iniciativa social
- Abre la posibilidad de suscribir convenios y contratos
- Permite contar con estructuras auditables que proporcionan transparencia en el manejo de los recursos
- Facilita a los patrocinantes la obtención de beneficios fiscales

**Otorga
formalidad a la
iniciativa**

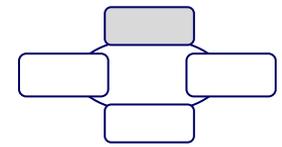
**Es más fácil
conseguir
aliados,
colaboradores,
voluntarios**



Ventajas de crear una organización que respalde nuestra iniciativa social:



- ✓ De acuerdo con la naturaleza y perfil de una Iniciativa Social ; ¿Cuál debe ser la figura jurídica que debe adoptar?
- ✓ ¿Cuáles deben ser los pasos que debo seguir para poner en marcha una Organización desde el punto de vista legal?
- ✓ ¿Cuáles son los beneficios legales u económicos que ofrecen las diferentes figuras jurídicas?
- ✓ ¿Qué cargas impositivas y laborales se deben tener en cuenta en las distintas figuras jurídicas?

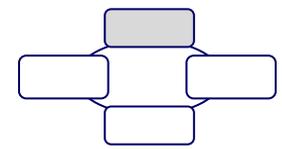


Descripción / elementos



- Principales acontecimientos que marcaron la evolución de la organización
- Cómo surge la idea y cómo va evolucionando
- Fecha de fundación
- Fecha y eventos más importantes que marcan el desarrollo de la organización

Proporcionan un mejor entendimiento de la situación actual de la Organización y sus perspectivas



2004

Se inician actividades de investigación que dan origen a la creación de la organización

2005-2006

Se dictan los primeros conciertos pedagógicos, Se incorporan 9 voluntarios al programa de conciertos y se dirige la primera tesis de pregrado en el área

2008

Se crea la Organización MUSICALIA para dar respaldo institucional a la iniciativa y se inicia la generación de recursos por venta de servicios

2009

Se cuenta con 40 músicos voluntarios para las charlas y con dos organizaciones para los conciertos pedagógicos. Se organiza formalmente el programa de investigación

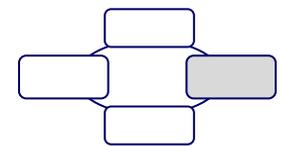
2004

2005

2006

2008

2009



Descripción/elementos



Misión

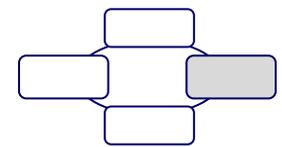
- Razón de ser de una organización
- Por qué existe, para qué
- Es la síntesis de la línea de actividad y de la dirección de la organización
- Asociada a una actividad social



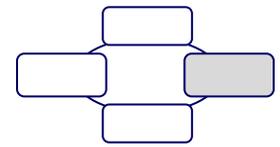
Visión

- Hacia dónde queremos ir, cuál es el máximo horizonte. el sueño
- Nuestra aspiración

Plan de actividades de la Organización

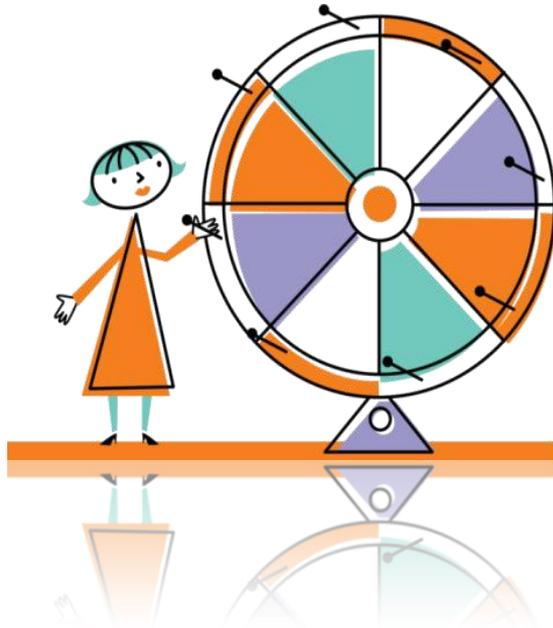


	Se refiere	Contesta	Representa
Misión	<p>Ámbito del Negocio</p>	<p>¿Qué hacemos?</p> <p>¿Por qué lo hacemos?</p> <p>¿Cuál es nuestro negocio?</p>	<p>Justificación</p>
Visión	<p>Orientación del esfuerzo</p>	<p>¿Hacia dónde queremos ir?</p> <p>¿Cuál es el horizonte máximo de nuestro empeño?</p>	<p>Aspiración</p>
Valores	<p>Intensidad de las convicciones y fundamentos de las conductas</p>	<p>¿En qué nos apoyamos?</p> <p>¿Cuáles son nuestros soportes axiológicos?</p>	<p>Legitimación</p>

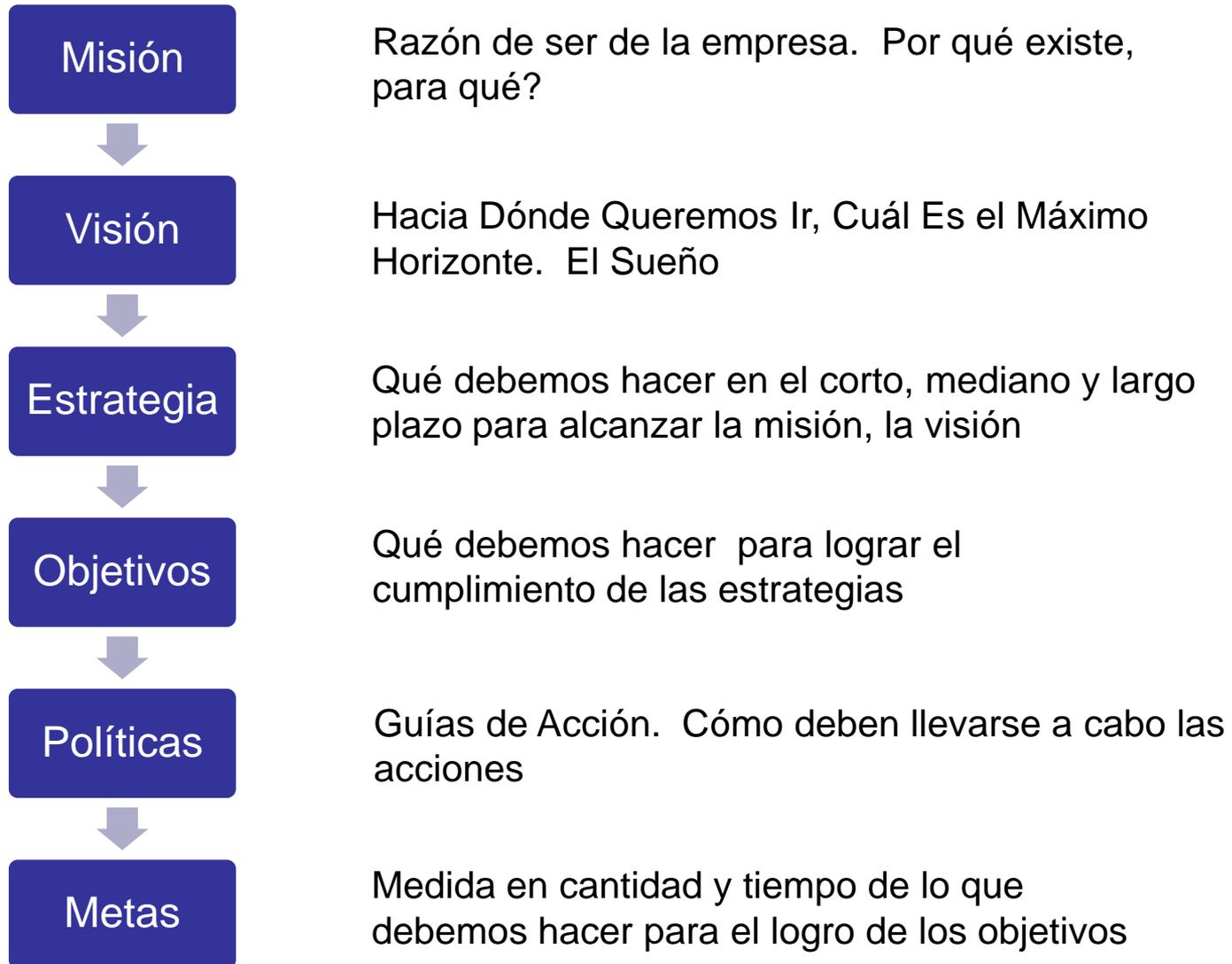
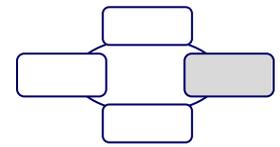


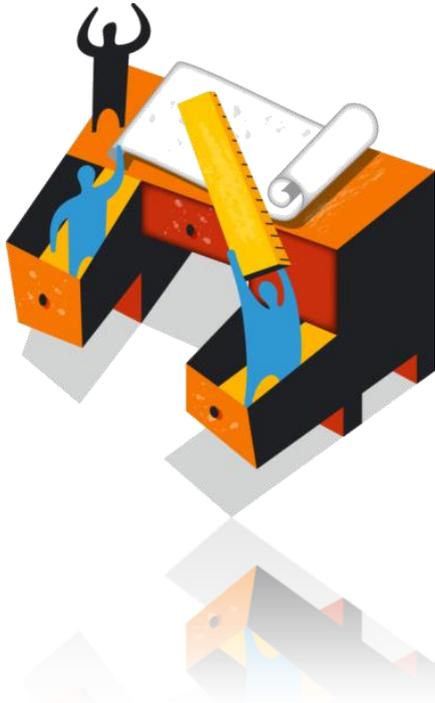
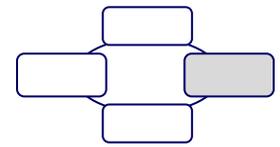
LA ESTRATEGIA

Conjunto de políticas y acciones definidas para tratar de alcanzar objetivos



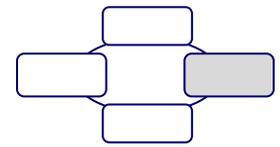
1. **Misión y Visión de la empresa**
2. **Líneas estratégicas**
3. **Objetivos estratégicos**
4. **Valores**





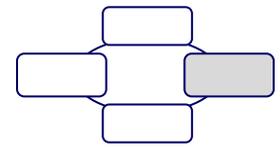
En la Gerencia Moderna, la Visión y Misión de una organización son factores fundamentales para el éxito o el fracaso de una gestión estratégica, por lo que deben ser comprendidas y compartidas por todos los miembros de esa Institución.

miembros de esa Institución.



- ✓ Orientan la unidad de propósitos
- ✓ Crean una base para la motivación del personal
- ✓ Definen un marco para la toma de decisiones y la asignación de recursos.
- ✓ Sirven de guía para el establecimiento de objetivos y metas
- ✓ Pueden ser el eje de la imagen pública





Misión

Descripción de POR QUÉ la organización existe

- Debe guiar todas las decisiones importantes de la organización
- Describe una realidad duradera
- Independiente del tiempo
- Puede ser usada para comunicación dentro y fuera de la organización



Visión

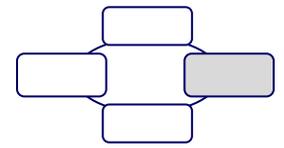
Descripción de QUÉ es lo que la Organización quiere lograr

- Debe guiar el desarrollo de la estrategia de la organización
- Inspiradora
- Osada, pero tangible en un lapso de tiempo determinado
- Enfoque para la comunicación interna



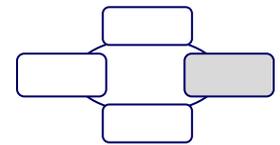
Plan de actividades de la Organización

Misión y Visión son fundamentales para orientar las actividades de la organización



*La Misión debe ser
simple, clara y evitar
la ambigüedad*





De un texto ambiguo...

“Desarrollar trabajos sociales para mejorar la condición de vida de las personas”

“Ampliar el uso de nuevas tecnologías en las escuelas y actuar como fuente propagadora de acciones voluntarias”

Principales problemas:

- Muy amplia
- Prioridad no está clara
- Líneas de actuación sin sinergias
- No permite identificar lo que realmente es prioritario

...a un mensaje claro

Themis

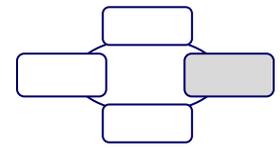
“Trabajar para la ampliación de las condiciones de acceso a justicia de las mujeres , a través de la creación de nuevos mecanismos de defensa y promoción de sus derechos”

GRAACC

“Garantizar a niños y adolescentes con cáncer, dentro del más avanzado programa científico, el derecho de alcanzar todas las posibilidades de cura con calidad de vida”

Principales características:

- Simple, clara y muy directa
- Realista
- Específica
- De fácil entendimiento



De un texto ambiguo...

"Convertirse en la mejor organización de educación del mundo"

"Tener una buena calidad de atención a los niños"

Principales problemas:

- Muy amplia y poco concreta
- Difícilmente será realizada
- No especifica exactamente dónde se quiere llegar

...a una visión motivadora

CIPÓ – Comunicación Interactiva

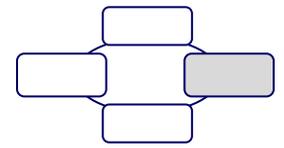
"Ser los más eficaces laboratorios pedagógicos del país, convirtiéndose en referencia nacional en la educación para la comunicación"

Fundación Gol de Letra

"Ser reconocida como organización que desarrolla y disemina prácticas que contribuyan a la transformación social en 2007"

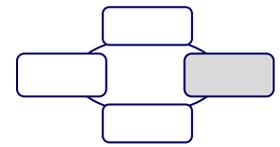
Principales características:

- Osada, pero realista
- Alcanzable
- Inspiradora



La Visión debe ser:

- ✓ *Osada pero con los pies en la tierra*
- ✓ *Alcanzable*
- ✓ *Inspiradora*



Ejemplo Musicalia

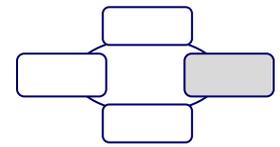
Misión:

Contribuir al desarrollo integral y a mejorar el rendimiento escolar de niños y adolescentes de bajos recursos económicos a través del diseño y ejecución de programas de educación musical novedosos con altos estándares de calidad, que complementen la educación formal de estos estudiantes

Visión

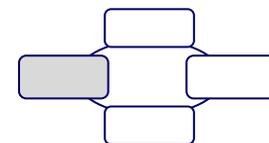
Ser una organización de vanguardia en el diseño y promoción de programas musicales que complementen la educación formal de los estudiantes, reconocida a nivel nacional e internacional.

Misión y Visión deben estar relacionadas



¿Cuál es la Misión de mi Organización?

¿Cuál es la Visión de mi Organización?



Elementos

Programas

Indicadores
y metas

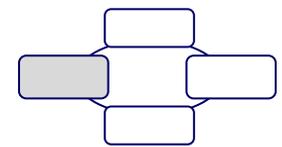
Alianzas

Gestión

DESCRIBEN
EL PERFIL
DE LA ORGANIZACIÓN



Hace referencia sólo a lo
actual



Programas

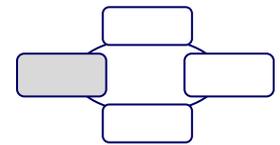


Descripción/elementos

- Breve descripción de los programas actuales que tiene la organización para el cumplimiento de su misión (distintos a la iniciativa que se presenta), en qué consisten estos programas, cuál su objetivo, a quiénes va dirigido?

Señala las actividades de la organización para cumplir con su misión

Hace referencia sólo a lo actual



Ejemplo Musicalia

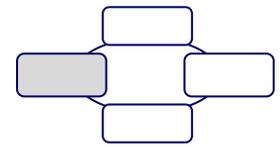
Misión

Contribuir al desarrollo integral y a mejorar el rendimiento escolar de niños y adolescentes de bajos recursos económicos a través del diseño y ejecución de programas de educación musical novedosos con altos estándares de calidad, que complementen la educación formal de estos estudiantes

Los programas

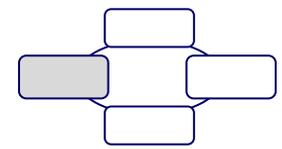
1. Conciertos pedagógicos

2. Programas de investigación



Programa: Conciertos Pedagógicos para preescolares, etapas I y II de educación básica:

- Los conciertos para niños y jóvenes tienen como objetivo la promoción de la educación auditiva de una manera activa y están dirigidos a niños de bajos recursos que estudian en planteles públicos ubicados en Cabudare, Estado Lara. Es el principal programa de la Asociación
- En los conciertos participan instituciones aliadas a la asociación, tales como el Conservatorio de Música y la Orquesta Juvenil del Estado Lara.
- Previo a los Conciertos los niños participan en unas charlas son dictadas por los estudiantes de la carrera de Educación Musical de la UPEL-IPB.
- A la fecha se ha atendido de manera ininterrumpida a cuatro planteles. El cuadro N° 1 refleja la evolución de atención a niños y planteles desde al año 2004 hasta el año 2009. Ver Ejemplo de Plan de Emprendimiento Social Sostenible.



Descripción / elementos

Cuantitativos

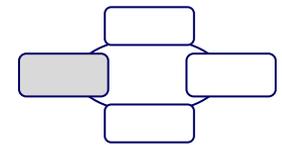
- El establecimiento de metas de desempeño y la medición del impacto social permite el entendimiento de la efectividad de las actividades de la Organización y áreas con problemas potenciales

Cualitativos

- En muchos casos, indicadores cualitativos son útiles para ayudar en la interpretación de los números y captar la percepción de la comunidad con relación al servicio prestado por la Organización

**Nos permiten
saber si se
cumple la
misión de la
organización**

**Cual es el
impacto social
de la iniciativa**



Misión

"Incentivar una mayor dedicación a los estudios a través de la práctica deportiva entre estudiantes de Educación básica I y II de los colegios públicos de la ciudad de Caracas"

Indicadores

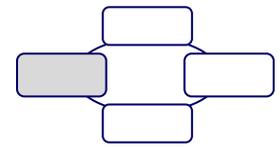
Cuantitativos:

- Número de estudiantes que se dedican a practicar regularmente deportes, antes y después del proyecto
- Desempeño escolar de los estudiantes, antes y después del proyecto

Cualitativos:

- Percepción de profesores en cuanto a la correlación entre la realización de actividades deportivas y el desempeño escolar de los alumnos

Indicadores deben ser definidos sobre la base de la Misión



Impacto social

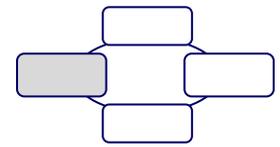
- Cuantitativo – número de niños atendidos, de árboles plantados, de computadores disponibles, de personas/ organizaciones capacitadas.
- Cualitativo – aspectos que dimensionan la mejoría de la calidad de vida en una comunidad: nutrición, nivel de escolaridad, seguro social, infraestructura, confianza en las instituciones, participación en las cuestiones/asociaciones comunitarias, desarrollo cultural, preservación de valores

Relación con la comunidad

- Involucramiento de la comunidad: discusión de estrategias de los proyectos sociales, incentivo a la participación de todos en las actividades del proyecto, creación de mecanismos de comunicación, discusión e inclusión de sugerencias y críticas de la comunidad

Alianzas

- Cuantitativo: número de alianzas con iniciativa privada, con el gobierno y con la sociedad civil y valores planteados
- Cualitativo: diversidad de alianzas, grado de interacción con aliados, planeamiento en conjunto, evaluación común y comunicación abierta

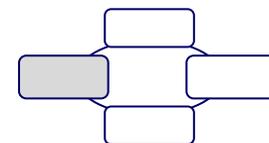


Gestión de la organización

- Recursos humanos – número de profesionales y voluntarios, permanencia media en la organización (años)
- Información y tecnología – número de computadores, presencia en Internet, informatización de procesos
- Contabilidad y auditoría – presencia de contabilidad profesional y auditoría externa
- Marketing y visibilidad – participación en eventos, premiaciones, presencia en medios

Ética

- Creencias y valores – formalización y divulgación de valores defendidos por la organización, por ejemplo, respeto a la diversidad cultural, de raza y de género
- Transparencia en el uso de recursos/donaciones – demostraciones de resultados y presentaciones de cuentas



EJEMPLO ILUSTRATIVO

Objetivos del proyecto

Indicadores

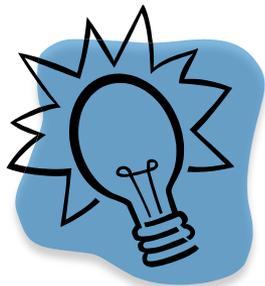
1



- Aumentar el acceso a la informática (definido como niños y adolescentes que por primera vez tienen acceso al uso **orientado y sistemático** de un computador)

- % de educandos, por rango, que tuvieron por primera vez, **acceso orientado y sistemático** al uso de la informática
- % de educandos, que tuvieron por primera vez acceso al uso de un computador

2



- Desarrollar la creatividad (definida como desarrollo de trabajos personales y diferentes de los que se aprenden)

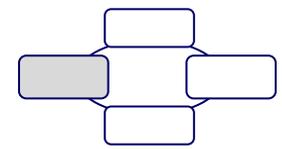
- % de educandos, por rango, que realizan trabajos que **no fueron solicitados o inventados** a partir de trabajos solicitados

3



- Ampliar la **sociabilidad** (definida como trabajo en parejas en el computador, interacción y cooperación con los colegas)

- % de educandos, por rango que realizan actividades en parejas (fijas o variables) en el computador de **forma cooperativa**

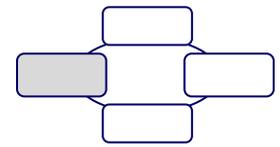


Indicadores cuantitativos

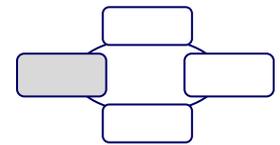
Se presentan dos indicadores cuantitativos: número de estudiantes y planteles atendidos por año (cuadro N° 1) y número de voluntarios que apoyan las charlas (cuadro N° 2).



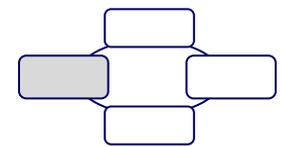
Año	N° Planteles	N° Alumnos
2004 – 2005	1	63
2005 – 2006	2	90
2006 – 2007	3	161
2007 – 2008	4	204
2008 – 2009	4	217
	Total	735



Cuantitativos			
Cualitativos			



- Breve descripción de la estructura de gestión de la organización, sus principales actividades
- Breve descripción del equipo de trabajo
- Organigrama Actual



Actividades clave

Descripción/elementos



Misión y valores

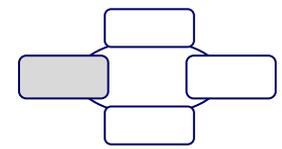
Conocimiento de Principios de la empresa
Misión, visión, valores
Cultura/dinámica de trabajo



Diseño organizacional

Identificación de competencias clave en la empresa (Equipo de trabajo)
Procesos
Etapas clave
Desarrollo de esquema organizacional eficientes
Sugerencias sobre crecimiento a futuro

Entendimiento de los procesos y las necesidades organizacionales



Componentes clave

Descripción/elementos

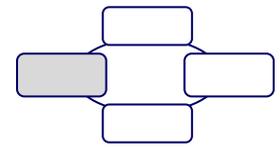
El equipo . . .

Cualidades complementarias de integrantes
Participación de cada miembro (basado en habilidades)

. . . y sus miembros

Aspectos relevantes de sus hojas de vida
Cómo se destacan los miembros (experiencia laboral, logros, reputación empresarial)
Experiencias y habilidades que servirán para implantar la idea
Descripción de carencias del equipo (experiencias y habilidades)

Una clara descripción de fortalezas y debilidades del equipo aumentar la confianza



Exigencias

Descripción

Hay mucho por hacer

- La definición, planeación y montaje de una organización/ iniciativa requiere mucha dedicación
- Hay que “remangarse” las mangas

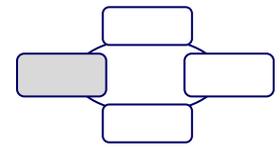
Se requieren habilidades complementarias

- Conocimiento del sector a intervenir
- Conocimientos funcionales-Gerenciales
- Habilidades, aptitudes y personalidad

El equipo es fundamental para el inversionista

- ¿Tiene el equipo experiencia en proyectos similares?
- ¿Conocen sus fortalezas y debilidades?
- ¿Inspiran confianza y empatía?
- ¿Están comprometidos en el proyecto?

Un equipo de alto desempeño obtiene un resultado mucho mayor que la suma de las partes



Sistemas y procesos

- ¿Cuáles son los principales procesos de la organización y cómo se subdividen?
- ¿Cómo hacerlos más eficientes /eficaces?
- ¿Cuál es el soporte necesario?

Estrategia

- ¿Cuáles son los objetivos de la organización para el corto, mediano y largo plazo?
- ¿Cuáles son los desafíos que enfrentarán?

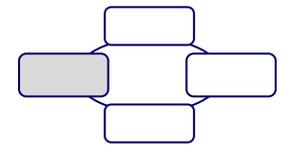


Valores

- ¿Qué es lo que esta organización representa para las personas que la componen?
- ¿Qué es lo que estas personas poseen en común?

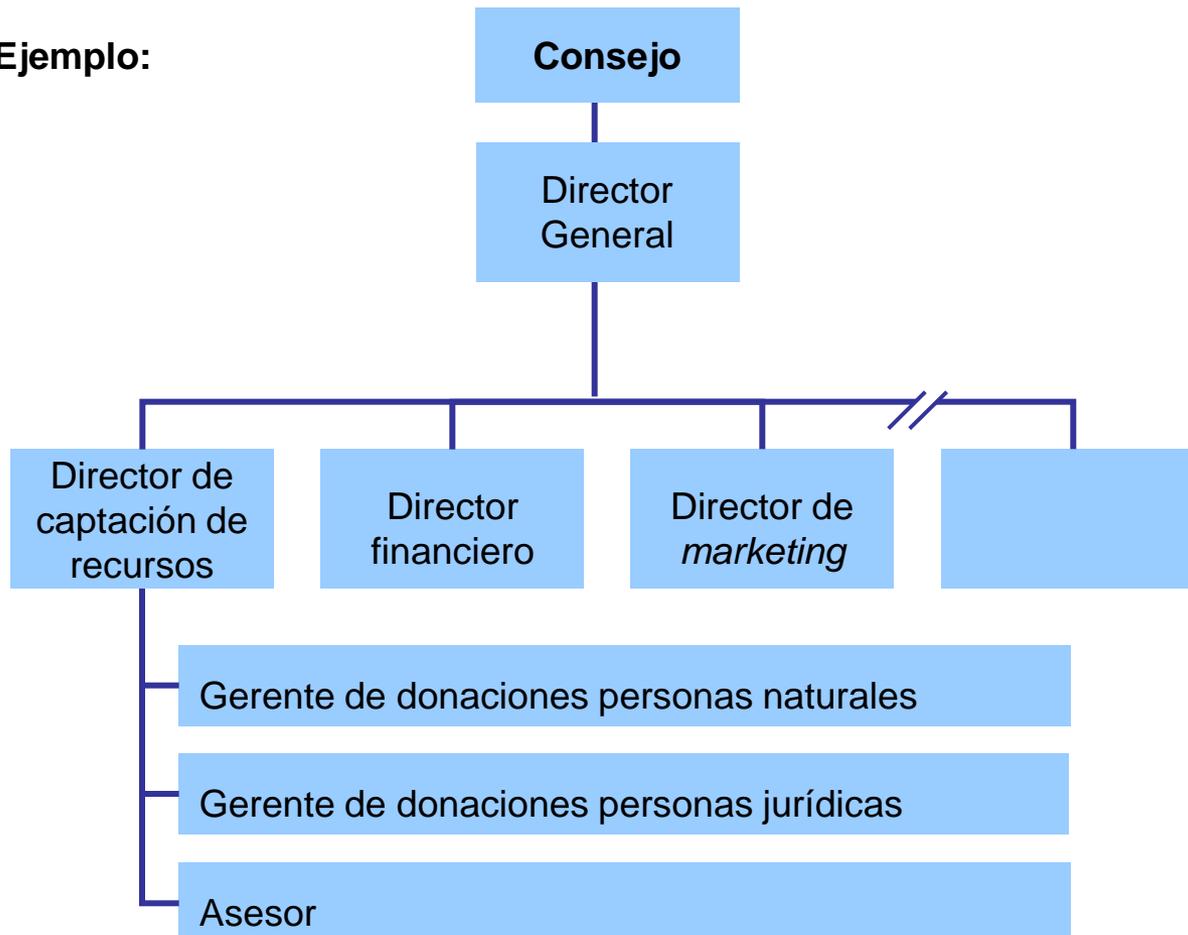
Habilidades y personas

- ¿Cuáles son las restricciones existentes en las personas y habilidades disponibles en la organización?
- ¿Qué debemos incentivar/ desarrollar?
- ¿Cómo es el sistema de remuneraciones-reconocimiento?



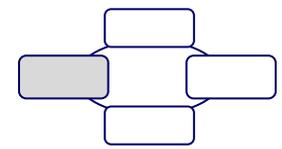
Es una forma gráfica de representar cómo se organiza una empresa o institución

Ejemplo:



Características de un buen organigrama

- Cubre todas las funciones necesarias para la realización del proyecto
- Deja claro las responsabilidades de cada persona en la organización
- Confiere a cada persona responsabilidades que exigen habilidades y conocimientos específicos



NO EXHAUSTIVO

Ejemplos de división

Ejemplos de aplicación

Por funciones

- Marketing
- Finanzas
- Operaciones
- Captación de recursos

Economías de escala son importantes y significativas

Por unidades regionales

- Región Central
- Región occidental
- Región oriental

Operaciones son esencialmente regionales y lo ideal es una descentralización de actividades

Por tipo de actividades

- Crédito
- Producción
- Ventas

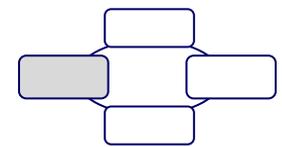
Actividades son claramente segmentadas con intersecciones limitadas

Por tipo de "cliente"

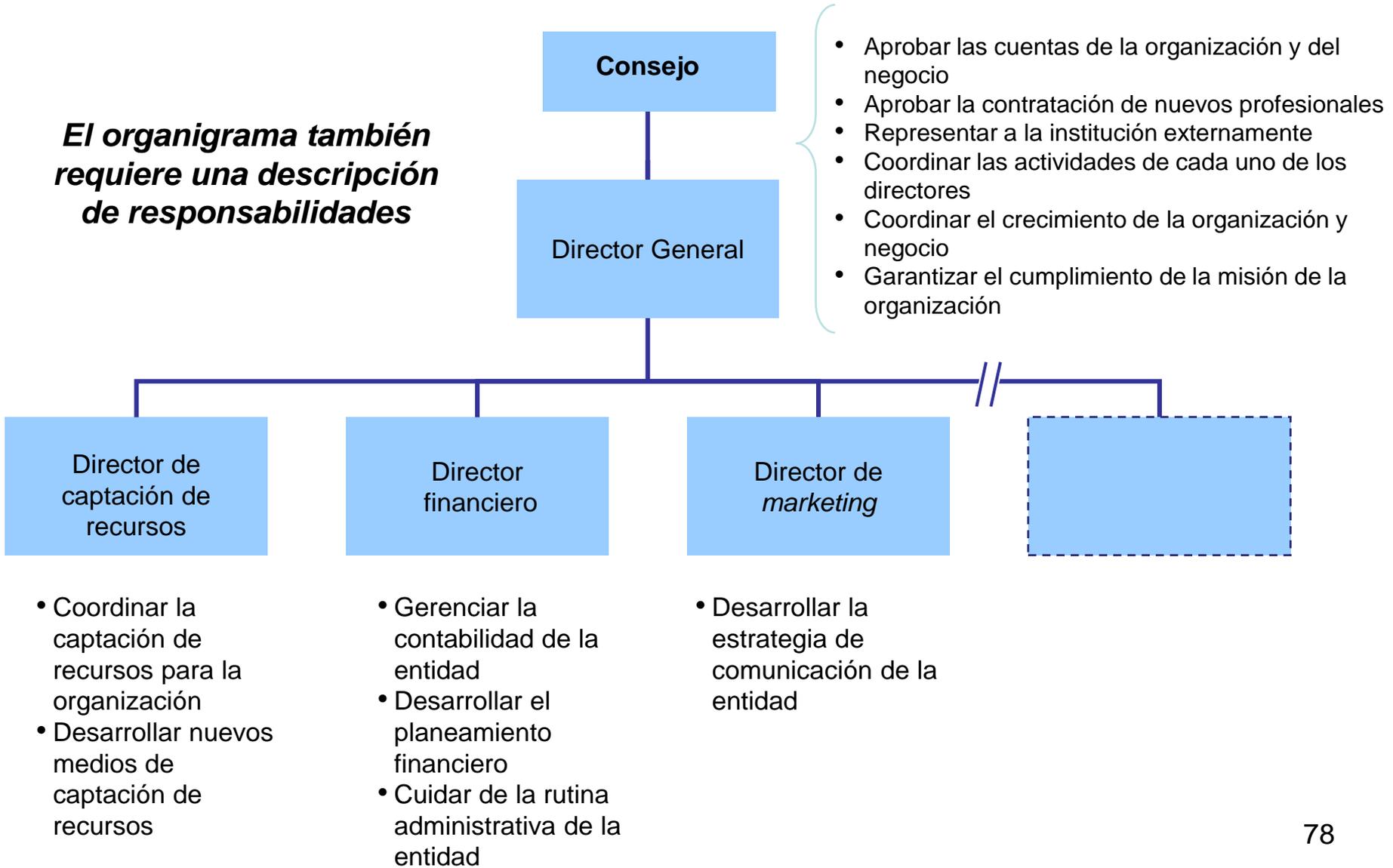
- Mercado interno
- Mercado externo

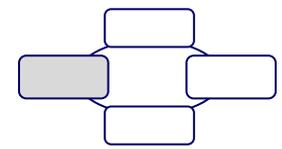
Segmentos con necesidades específicas y oportunidades de trabajar cada segmento con actividades diferentes

Modelos híbridos también son comunes

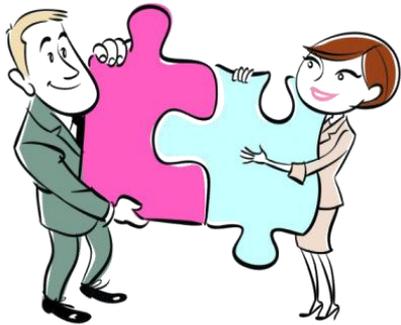


El organigrama también requiere una descripción de responsabilidades





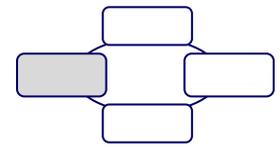
Descripción/elementos



- Presentación de los aliados de los sectores público, privado y social que colaboran con / financian los proyectos de la organización
- Breve descripción del aporte



**Alianzas
pueden
ayudar a la
organizació
n a alcanzar
resultados
más
eficientes y
de mayor
impacto
social**

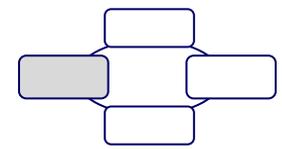


¿Qué pueden ofrecer las Organizaciones?

- Experiencia en la gestión de programas sociales
- Posición independiente en la sociedad
- Ideas creativas e innovadoras
- Uso eficiente de recursos
- Base de legitimidad en la comunidad
- Capacidad de combinar recursos privados y gubernamentales
- Conocimiento de los problemas de la comunidad
- Divulgación y visibilidad

¿Qué pueden ofrecer los aliados?

- Sector público:
 - Acceso a fondos públicos
 - Posibilidades de ampliación de escala
 - Capacidad de influenciar políticas públicas
- Sector privado:
 - Recursos financieros y tecnológicos
 - Recursos humanos calificados
 - Conocimientos de gestión
 - Red de contactos
 - Credibilidad



PROGRAMA CONCIERTOS PEDAGOGICOS

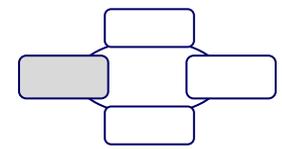
- Musicalia Tiene como misión
- “ Contribuir al desarrollo integral y al mejorar el rendimiento escolar de niños y adolescentes de bajos recursos económicos que estudian en colegios públicos a través del diseño y ejecución de programas de educación musical que complementen la educación formal de estos estudiantes2
- Entre las principales actividades de la organización están los Conciertos Pedagógicos y las charlas preparatorias a los mismos.

Aliados

- Conservatorio de Musica y Orquesta Sinfónica juvenil de Lara
- .UPEL-IPB Escuela de Educación, mención Educación Musical
- Sociedad de Padres y representantes de los colegios públicos donde se lleva a cabo la iniciativa
- Docentes
- Tres empresas familiares de la zona

Importancia de la alianza

- 4.800 niños y adolescentes participaran en el programa
- Estudiantes del Conservatorio, de la Sinfónica y de la UPEL permitirán la realización del programa y tendrán una oportunidad de exposición ante públicos distintos a los habituales.
- Miembros de la Sociedad de Padres y representantes así como los docentes y autoridades de los planteles se beneficiaran de d forma indirecta de estos programas y apoyan la iniciativa
- Las empresas aliadas aportan capital para la realización del programa y son parte de la imagen de estas organizaciones ante la comunidad



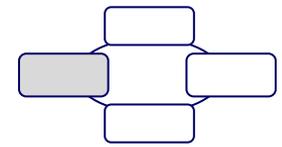
Generación de recursos



- Venta de productos o servicios relacionados con misión de la organización
- Captación de fondos
- Mezcla de mecanismos

Permiten dar continuidad a los programas de la organización

Hace referencia sólo a lo actual



■ Enfoque del Premio 2006

IPE – Instituto de Investigaciones Ecológicas

Misión: “Ciencia y educación para la conservación de la biodiversidad”

Productos: muñecos de animales en extinción

Precio del producto: \$ 12 c/u

Potencial de mercado: \$ 370 mil/año



Asociación Pracatum

Misión: “Aumentar el nivel de calidad de vida de la comunidad de Candeal, a través del desarrollo sostenible local y de acciones educativas y culturales”

Servicio: Educación musical pagada por clase A/B que subsidia alumnos de clase baja

Precio del servicio: \$ 70/alumno/mes

Potencial de mercado: \$ 750 mil/año

Generación de ingresos: producto

Generación de ingresos: servicios

Captación de fondos



EJEMPLOS LATINOAMERICANOS

Museo de la Persona

Misión: “Preservar, integrar y transformar en información las historias de vida de toda y cualquier persona de la sociedad, promoviendo el cambio social por medio del refuerzo de la identidad y el incremento de la autoestima de individuos y comunidades.”

- Necesidad de captación de recursos: creación de un Portal virtual para ampliar el registro de historias de vida, promover investigación y diseminar la metodología del Museo a largo plazo. Recursos necesarios para la implementación: voluntarios, alianzas con empresas y medios.
- Impacto social: 5420 historias, 60 escuelas, 16 empresas y 20 Organizaciones (Comunidades Virtuales) involucradas por 5 años

Información

www.ideas.com.ve
jbelisario@ideas.com.ve

Síguenos en



Concurso Ideas 2010



@ConcursoIdeas