PLAN ESTRATÉGICO **SUDÁFRICA**

MERAKI BAY

WWW.MERAKIBAY.ORG
INFO@MERAKIBAY.ORG

ÍNDICE

02 INTRODUCCIÓN

03 ANÁLISIS INTERNO

17 ANÁLISIS EXTERNO

20 ESTRUCTURA

22 MONITORIZACIÓN

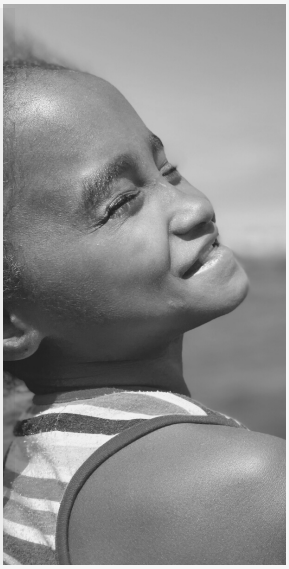
24 LINEAS DE ACTUACIÓN

29 ESTRATEGIA DE PROYECTOS

36 CONCLUSIÓN

MERAKI BAY

Conjunto de ideas, proyectos, puntos de vista, procesos de aprendizaje, planes a futuro, líneas de actuación, sueños a boli. En definitiva, un conjunto de palabras que ordenadas productivamente pueden cambiar el mundo; eso sí, con creatividad, amor y poniendo el alma en ello.



1. INTRODUCCIÓN

Somos un modelo alternativo de interacción adaptado al mundo contemporáneo. Utilizamos la educación no formal para transformar la sociedad y cambiar el mundo. Somos un conjunto de proyectos que rompe por completo el paradigma educativo actual. Pertenecemos a ese sector de la población inquieta, que no está conforme con las cosas y hace por cambiarlas.

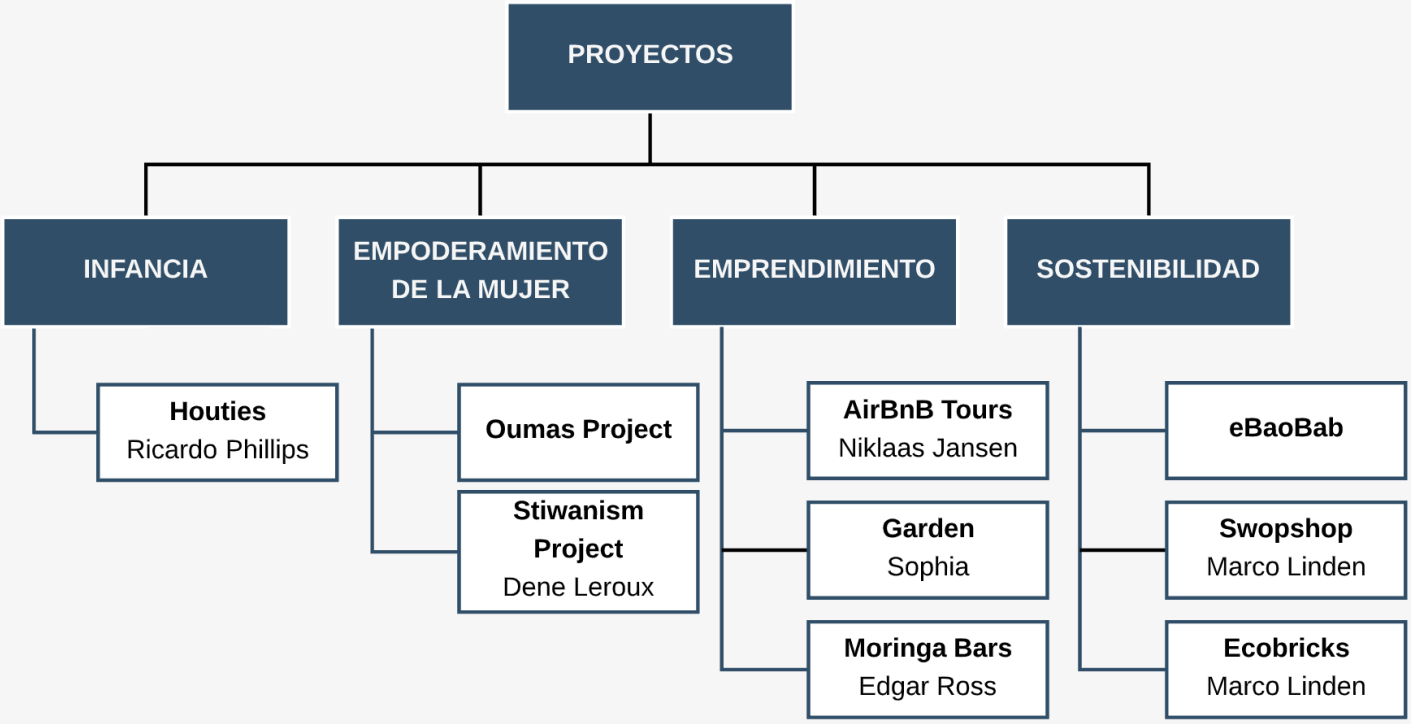
Nuestro objetivo diario es transformar la comunidad a través de la propia comunidad, es decir, a través de la formación profesional responsabilizar a líderes locales del desarrollo de cada una de las partes de un mismo proyecto, con su debido seguimiento y apoyo en las circunstancias que se vayan dando.

Nuestro hilo conductor hace referencia al impacto que queremos causar, la comunidad necesita "role models", es aquí donde nace nuestra visión global de tocar a todas las partes de Hangberg: infancia, adolescencia, mujeres (jóvenes/ adultas/ancianas) y emprendedores locales.

Nuestro fin es conseguir proyectos cíclicos sostenibles, es decir, si en un futuro se desarrollan por la comunidad local de manera autónoma, varían según las necesidades de cada momento y crecen siendo los antiguos componentes los siguientes líderes de proyecto, nosotros, ya no haremos falta. Ese es el objetivo final.

Nuestros medios son las personas que nos ayudan a hacer posible cada uno de los momentos, en cada una de las actividades, en cada una de las temáticas, en cada uno de los diferentes proyectos, por los cuales agradecemos el compromiso de coaches, participantes, voluntarios, sponsors, donantes y personas físicas que, indirectamente, también lo hacen posible.

2. ANÁLISIS INTERNO



2.1 INFANCIA

HOUTIES

HOUTIES PROJECT

Entendiendo el término infancia como algo global, efímero y trascendental, que alberga problemas y soluciones en todas sus partes, debemos sumarle el factor ubicación socioeconómica. No somos una comunidad en riesgo de exclusión social diferente al resto, somos una más. Igual que todas las que están en este saco.

OBJETIVO

Sacarles de las tardes en las calles y hacer de su tiempo una productividad educo-social es nuestro principal objetivo. Houties es un proyecto de after school donde infancia y adolescencia comparten dos horas diarias desarrollando potenciales a través de arte (lunes), deporte (miércoles), valores (jueves) y ecología / excursiones (viernes).

Houties es:

- Espacio de aventuras de diferentes edades.
- Comunidad unida que debate, decide, experimenta y reflexiona.
- Siendo libres. Actuando en consecuencia, reconociendo la felicidad a través de la libertad.
- Aprendiendo a aprender.
- Educación emocional.
- Aprendizaje experiencial.

METODOLOGÍA

Falta de recursos, precocidad laboral con el dinero fácil. Abandono escolar. Drogadicción. Desnutrición. Falta de role models. Familias desestructuradas. Enfermedades sin atención médica. Falta de material escolar. Falta de motivación por la vida.

Houties apuesta por educar en el pensamiento emocional, relacional, artístico, motriz, y moral por encima del racional.

Se centra en la atención a la individualidad, utilizando la diversidad como valor a potenciar, el aprendizaje multidireccional como medio, la participación democrática como método y la adicción entre error y riesgo como estilo de aprendizaje.

2.2 EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

OUMAS PROJECT

OUMAS PROJECT

En afrikaans “oumas” hace referencia al término abuelas. Este proyecto lo forman un grupo de mujeres de edades comprendidas entre 59 y 80 años.

OBJETIVO

El objetivo es sacar de las casas al sector más aislado de la comunidad y motivarles a través de la libertad de obra, otorgándoles un espacio y materiales para desarrollar la creatividad y demás habilidades cognitivas. Motivación ante la unión en un mismo espacio, compartir el mismo tiempo y laburar en un taller en conjunto.

ACTIVIDADES

- Costura.
- Manualidades.
- Proyectos con material reciclado.
- Formación a woman empowerment youth.
- Cocina.
- Yoga.
- Paseos rutinarios.

STIWANISM PROJECT

STIWANISM PROJECT

Grupo de mujeres de edades comprendidas entre 16 y 35 años.

El Stiwanismo (transformación social con la inclusión de la mujer africana) fue acuñado por la autora Molara Ogudimpe Leslie y se centra en las estructuras que oprimen a la mujer y la manera en que las mujeres reaccionan ante esas estructuras institucionalizadas.

OBJETIVO

Desarrollar el movimiento feminista a través de talleres, charlas, estudio de la historia de la mujer, actividades deportivas, defensa personal, excursiones y sororidad.

ACTIVIDADES

- Colectivo juvenil de mujeres potenciando empoderamiento.
- Grupo de formación, reflexión y debate acerca del feminismo.
- Actividades sociodeportivas, culturales y educativas.
- Talleres cuyo objetivo es la formación en aptitudes para lograr ingresos extra.
- Centro de alarma y ayuda.
- Personas de apoyo ante circunstancias insostenibles.
- Libre desarrollo del proyecto por parte de las componentes.

2.3 EMPRENDIMIENTO

AIRBNB TOURS

Niklaas Jansen, futuro guía turístico oficial.

“In The Hood”, experiencia social a través de la plataforma AirBnB donde los turistas hospedados en la zona de Hout Bay pueden disfrutar previa reserva de un tour guiado por Hangberg, nuestra comunidad en desarrollo, donde durante aproximadamente tres horas aprenderán sobre la historia, la cultura, el arte y el estilo de vida que se vive en estas callejuelas.

El precio de tour por participante es de R320 (20€)
El salario de Niklaas hace referencia a la mitad obtenida durante todos los tours que realice, siendo un 50 - 50 % entre la ONG y el joven emprendedor.

GARDEN

Sophia es la encargada de nuestro huerto ecológico.

El Garden se encuentra dentro del Sentinel Primary School donde Sophia dedica de 2 a 3 horas diarias para su mantenimiento, limpieza y decoro.

Los productos obtenidos son de carácter biológico y su venta en el mercado local define la mitad del salario del emprendedor local.

De la misma manera que con los tours, las ganancias obtenidas por parte de la ONG servirán como recurso para abonar las herramientas y los materiales necesarios de su mantenimiento.

MORINGA BARS

Edgar Ross, líder del proyecto.

Moringa; superalimento generado en el laboratorio de la naturaleza, cultivada en nuestro Meraki Garden con la que Edgar, responsable local de proyecto, fabrica las espectaculares Moringa Bars.

El objetivo laboral del emprendedor local se refleja de la misma manera que en los proyectos anteriores, los salarios se dividirán según su venta en un 50% con la ONG, porcentaje que servirá para nutrir de recursos al proyecto y su desarrollo promocional como modelo de negocio.

Biobarritas energéticas orgánicas y ecológicas que van a revolucionar el mundo de la nutrición.

Roast Bean Coffee & Vine Sport Store como actuales sponsorships del proyecto.

2.4 SOSTENIBILIDAD

ECOLOGY PROJECT

ECOLOGY PROJECT

Entendiendo ecología como ciencia que estudia las acciones necesarias para la sostenibilidad del medio ambiente, definimos este pilar como escaparate social de actividades desarrollando una comunidad comprometida con el ámbito. Gamificar el reciclaje, crear ecobricks y construir eBaobabs son algunas de ellas.

EBAOBAB

Actividad de concienciación donde utilizamos la adición del swopshop y los ecobricks para construir un símbolo de compromiso con el medio en las puertas de nuestra comunidad y comunidades amigas.

España, Argentina y Sudáfrica cooperando en la comunidad de Hangberg (Hout Bay) para desarrollar el primer árbol construido a base de plástico y materiales reciclados que dota de electricidad gratuita y sostenible al Primary School de nuestros Houties.

- 7 metros de alto.
- 3 metros de ancho.
- 800 ecobricks.
- 3 meses de recogida en playas/calles.
- 7 días de construcción.
- 40 houties implicados.
- 200 kg de plástico.

SWOPSHOP

Actividad de reciclaje a través de la cual nuestros Houties dedican dos viernes al mes a recoger plástico de las calles/playas y limpiar la comunidad. Gamificamos lo anterior con un challenge de puntuaciones por kilogramo recogido donde podrán cambiar su plástico por comida/ropa/juguetes.

Dos viernes al mes llevamos a cabo esta actividad con los Houties en el Centro Deportivo de nuestra comunidad con una duración de dos horas (1h30 para recoger y media hora de gamificar con recompensas). Independientemente de las puntuaciones, siempre habrá merienda.

ECOBRICKS

Actividad de reutilización de residuos donde aglutinamos el plástico recolectado por los Houties en botellas de dos litros creando un ladrillo ecológico. Con ellos creamos estructuras que luego vendemos en el mercado local y sacamos un ingreso extra. Pueden ser desde sillas, lámparas, mesas, hamacas, etc.

3. ANÁLISIS EXTERNO

POLITICA

El gobierno sudafricano sigue teniendo como objetivo prioritario la transformación económica y social del país y hacer a la mayoría negra partícipe. No obstante, en este momento los retos del Gobierno van ya más allá de consolidar una transición desde el régimen del apartheid para verse inmerso en la consecución de un nivel de desarrollo económico que permita la consecución de tales aspiraciones y evite el crecimiento de las persistentes desigualdades sociales.

EMPLEO

Se calcula que un tercio de la población activa sudafricana está en situación de desempleo (unos 4,7 millones de personas). Del mismo modo, se calcula que la representación negra en alta dirección y niveles de gestión senior en la empresa privada es del 27,4% y 37,6% respectivamente, mientras que ésta representa el 88,7% de la población activa. Para salvar esta disparidad, las políticas de Black Economic Empowerment mediante nuevos cuerpos legislativos o la modificación de los precedentes, como la "Basic Conditions of Employment Act", la "Labour Relations Act" o la "Employment Equity Act", prevén mecanismos coercitivos contra empresas que no apliquen determinados criterios de cuotas.

EDUCACIÓN

En 2010, Sudáfrica estuvo muy cerca de cumplir el objetivo de acceso universal a la educación, cuando el 99% de los niños completaron la educación hasta el grado nueve (14 años). No obstante, el Gobierno sudafricano admite que existe un problema de calidad de la educación obligatoria, que se muestra incapaz de proporcionar una formación que asegure la absorción de los estudiantes por el mercado de trabajo. Los dos últimos años han estado marcados por el movimiento estudiantil #FeesMustFall que protesta contra el incremento del precio de las matrículas universitarias, logrando el compromiso del Gobierno para su congelación y flexibilización de los criterios económicos de acceso a los centros universitarios. En estos momentos, núcleos urbanos como Tshwane presentan un déficit de hasta 40.000 plazas escolares de ciclo primario, lo que obligará a un esfuerzo añadido por parte de las autoridades de educación.

SANIDAD

La esperanza de vida para ambos sexos en Sudáfrica ha mejorado en los últimos años desde los 55,5 en 2009 a los 57 en 2016 (Últimas cifras disponibles para el Banco Mundial, aunque las estadísticas oficiales del Gobierno sudafricano elevan este dato hasta los 62.4 en junio de 2016). Sudáfrica posee, según la OMS, la mayor cifra de población con VIH, estimándose en este momento un número cercano a los 7 millones. Tras India y China, es también el país del mundo con más casos de tuberculosis registrados. En 2009 el Departamento de Salud estableció un Plan Estratégico 2009-2014, que ha tenido su continuación para el periodo 2014-2019, orientado a la lucha contra el VIH/SIDA y la reducción de la incidencia de la tuberculosis. Este plan estratégico constituye el mayor programa de suministro de antiretrovirales del mundo, alcanzando en este momento a algo más de 2 millones de personas. Como resultado de esta política se han producido importantes mejoras en los indicadores de salud sudafricanos. Así, el porcentaje de muertes por VIH/SIDA ha disminuido del 40,4% en 2002 al 33,5% en 2012, último año con datos disponibles en las tablas elaboradas por UNICEF y referenciadas por el Ministerio de Salud de Sudáfrica.

CRIMEN

Sudáfrica es uno de los países más peligrosos del mundo, y sus habitantes tienen casi las mismas posibilidades de morir asesinados que quienes viven en “territorios en guerra”. Así lo reconoció este martes el ministro de la Policía del país austral, Bheki Cele, al anunciar que un total de 20.336 personas murieron de forma violenta en Sudáfrica entre el 1 de abril de 2017 y el 31 de marzo de 2020.

La cifra supone un incremento en los asesinatos de cerca del 7% respecto del año anterior, y arroja una media de 57 crímenes mortales al día que provoca “miedo” hasta en el propio ministro de la Policía, que ha asegurado que se necesitan hasta 10.000 agentes más para detener la tendencia al alza de esta lacra que azota a Sudáfrica.

Del total de muertos, más de 900 cayeron asesinados en reyertas y ajustes de cuentas entre bandas organizadas que operan mayoritariamente en las zonas de población ‘coloured’ (mestiza) de Ciudad del Cabo. Otros 849 murieron en linchamientos y otros incidentes en que grupos de vecinos se toman la justicia por su mano, y 237 fueron asesinados en las violentas guerras que libran los dueños de los minibuses de transporte público por el control de las rutas.

4. ESTRUCTURA

4.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

- **Responsable de Proyecto en Sudáfrica.** Cada proyecto tendrá asociado un responsable que será el encargado de llevar el día a día de éstos. Deberán cumplir con sus obligaciones que serán transmitidas por el coordinador del proyecto.

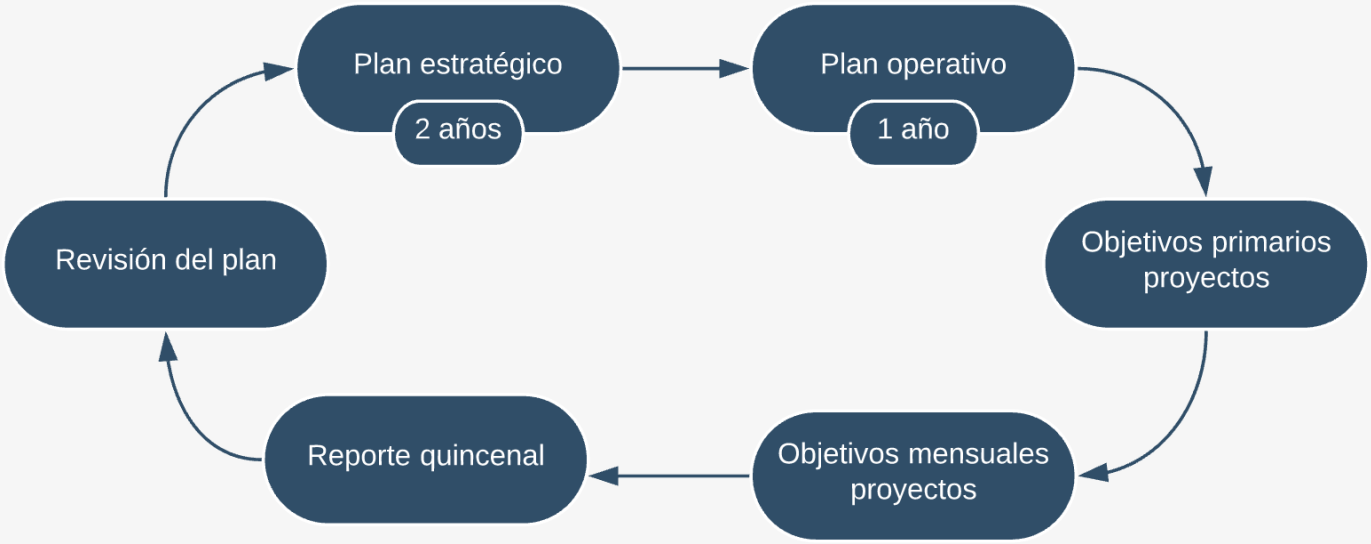
- **Coordinador de proyectos en Sudáfrica.** Se encarga de cumplir con las tareas y objetivos que el manager de proyectos le asigna. Éste tendrá contacto directo con los responsables de cada actividad a diario. Deberá estar en constante comunicación con el Manager para recibir las tareas de cada semana e ir cumpliéndolas.

- **Manager de proyectos Sudáfrica.** En comunicación diaria con el coordinador de proyectos para asegurarse del cumplimiento de las tareas. Asimismo, deberá controlar que los responsables de cada actividad llevan a cabo sus tareas. Comunicación tres días a las semana. Lunes (mañana), miércoles (mañana) y viernes (mediodía) con el director para llevar un control semanal de todo. La reunión del viernes será más extensa para revisar toda la semana y comentar objetivos de la siguiente.

- **Director de proyectos.** Se comunica con el manager tres veces por semana como explicado anteriormente. Tiene que hacer el plan operativo anual y establecer los distintos objetivos de cada proyecto. Report mensual de estado general de proyectos.

***Último día de mes una reunión entre el coordinador, manager y director para hacer un repaso mensual.**
**** Reunión lunes por la mañana todo el equipo Sudáfrica**

4.2 ESTRUCTURA FUNCIONAL



ESTRUCTURA FUNCIONAL

Se realiza un plan estratégico a dos años vista. De éste se obtienen los planes operativos de cada proyecto a un año vista. Para alcanzar el plan operativo se establecen objetivos primarios por cada proyecto, subdivididos en objetivos mensuales. El manager de proyectos realiza un reporte quincenal de cada proyecto.

Se hace una evaluación del estado general cada cuatro meses para revaluar la situación y cambiar aquello que no esté funcionando.

A los dos años se establece un nuevo plan estratégico de nuevo.

5. MONITORIZACIÓN

Cada proyecto tendrá una ficha en la que aparecerá:

1. El plan operativo de ese año
2. Los distintos objetivos que se establecerán para llegar a ese plan y el responsable
3. El reporte quincenal

El manager completará unas fichas quincenales con la información que se le solicite en las mismas. Para poder completar estas fichas, el coordinador de proyectos deberá transmitir al manager toda la información necesaria. Las fichas estarán preparadas para comprobar el cumplimiento de los objetivos de cada proyecto.

Cada proyecto tendrá una ficha con una serie de preguntas. Estará organizado por carpetas por meses. Cada mes tendrá dos carpetas Ficha 1 y Ficha 2. Dentro de estas carpetas están las fichas de cada actividad para completar. Las fichas deben ser completadas antes de la reunión de los tres: coordinador, manager y director el último día de mes.

REUNIÓN SEMANAL

Todos los lunes a las 9:00 am se llevará a cabo una reunión entre España y Sudáfrica. Los coaches locales se juntarán en la biblioteca local y tendrán una llamada con uno de los miembros del equipo directivo en España junto con el director de proyectos en Sudáfrica. Para la reunión, cada coach deberá llevar preparado su testimonio semanal de proyecto. Ricardo moderará el cometido.

REPORTE AUDIOVISUAL

Cada semana Ricardo recopilará, a través de los respectivos coaches, fotos de los diferentes proyectos que representen el estado actual del mismo, haciendo hincapié en una foto grupal después de cada sesión de Houties que incluya el número de participantes diario junto con la merienda proporcionada.

OBJETIVIZACIÓN

Por proyecto se exigirá una serie de objetivos mínimos mensuales, que servirán como base para orientar a los coaches locales hacia dónde debe ir dirigido su trabajo. No afectará de primeras a su salario, según desarrollo del mismo se estudiará cada caso en particular y se irán estableciendo medidas económicas de incentivos por sobrecumplimiento y demoras por revisionismo mínimo laburado.

AGENTES EXTERNOS

Provocaremos encuentros sorpresa entre nuestros colaboradores que viven en la localidad de Hout Bay y los proyectos de Hangberg. Los contactos realizarán visitas a Houties, Woman Empowerment y puntos de venta de Moringa. Buscamos no encontrar el fallo por desconfianza, sino fomentar un nexo de apoyo y controlar por diferentes puntos de vista que la relación entre los reportes de los coaches y la realidad concuerda.

GAMIFICACIÓN

Por medio de actividades complementarias mensuales podremos dar seguimiento a los diferentes programas del proyecto. Esto ejemplificado sería ofrecer una sesión diseñada por los alumnos de un colegio de Madrid llevada a cabo por los Houties y monitorizada con una videollamada de por medio, sería una máster class de fitness para el Woman Empowerment por medio de un personal trainer monitorizada por un Skype o incluso una charla de emprendimiento sobre como implementar un modelo de negocio entre España y Sudáfrica. De esta manera, seguiremos en corto los proyectos fomentando su desarrollo.

6. LÍNEAS DE ACTUACIÓN

6.1 HOUTIES

OBJETIVO 2021

Comenzar el año con un grupo estructurado de 30 participantes permanentes liderado por una persona específicamente destinada a este proyecto ejecutando las sesiones con el orden y las temáticas definidas en la anterior planificación proporcionando una comida de calidad diaria a cada educando.

DAFO

DEBILIDADES

Houties necesita un líder de proyecto cualificado y comprometido con el asunto. Necesita material deportivo y llamativo para captar la atención y entrega de sus participantes. Necesita proporcionar comida diaria después de cada sesión sin excepción alguna.

AMENAZAS

La inestabilidad del cambio de la persona de referencia, sesiones sin temáticas definidas ni merienda, coaches mínimamente comprometidos y la falta de atención y afecto hacen que de un día para otro podamos perder el 50% de los participantes.

FORTALEZAS

Houties comprende un grupo de veteranos comprometidos con el programa, ayudan y se dejan ayudar, hacen que las sesiones se lleven a cabo de manera eficaz y apoyan al coach/voluntario de turno independientemente de quien sea. No podemos dejar que se escapen.

OPORTUNIDADES

De la misma manera anterior, si solucionamos nuestros errores a tiempo, las cifras pueden crecer de un 100% de un día para otro, somos el mejor programa afterschool dentro de las más de 90 asociaciones de la comunidad de Hangberg.

6.2 WOMAN EMPOWERMENT

OBJETIVO 2021

Comenzar el año con un mantenimiento idóneo del grupo de mayores como hasta ahora y asentamiento de un grupo de 10 mujeres jóvenes que acudan de manera continuada y proactiva al programa de empoderamiento.

DAFO	
DEBILIDADES Dene y su falta de motivación. Sin voluntarias no hubiese habido programa.	**AMENAZAS** Se derrumba de un día para otro, falta de cohesión entre ellas, la coach y el programa. Falta de material e ideas para que se lleve a cabo por sí solo.
FORTALEZAS Grupo de seis mujeres motivadas que acuden cada semana con ganas de unirse y aprender disfrutando en conjunto.	**OPORTUNIDADES** Voluntariado femenino en la distancia (Marianna) para ayudar, motivar y dar seguimiento al proyecto.

6.3 AIRBNB TOURS

OBJETIVO 2021

Oficialización del guía, profesionalización del programa.

DAFO

DEBILIDADES

Niklaas en su discurso “Meraki” dentro del tour, no conseguimos donantes.

AMENAZAS

Falta de oficialidad molesta al resto de asociaciones de la comunidad.

FORTALEZAS

Compromiso y dedicación por parte del guía. Está motivado.

OPORTUNIDADES

Air B&B Experience como modo de cohesión entre distintas actividades turísticas de Hout Bay.

6.4 MORINGA BARS

OBJETIVO 2021

Desarrollo de un modelo de negocio estructurado en sus bases con una producción estable proporcional a un estilo de venta directa con más de tres establecimientos locales en Hout Bay.

DAFO

DEBILIDADES

Edgar y su parsimonia. Sólo se motiva con más dinero.

AMENAZAS

Falta de oficialidad molesta al resto de asociaciones de la comunidad.

FORTALEZAS

Un negocio con la viabilidad y la eficacia suficiente para dar de comer a una familia entera si se hacen bien las cosas.

OPORTUNIDADES

Los establecimientos que tenemos hasta ahora depositan confianza y podemos contar con ellos.

6.5 GARDEN

OBJETIVO 2021

Construir un lugar cooperativo y productivo que sirva par dar oficio y beneficio a personas locales, independientemente de quien lo lleve, surtiendo de materia prima tanto al Primary School como a la propia comunidad.

DAFO

DEBILIDADES

Recursos aquiferos. El colegio nos limita el acceso al agua.

AMENAZAS

Falta de compromiso por parte de los líderes. Suele ser por el bajo sueldo.

FORTALEZAS

Proyecto fácil, sencillo y cualquiera en la comunidad sabe desarrollarlo.

OPORTUNIDADES

Sofía. Hasta el momento la persona más motivada del programa. Al nivel de que viene a cada reunión con libreta y boli. Lleva el huerto mejor que nadie. Espero que dure.

7. ESTRATEGIA DE PROYECTOS

HOUTIES

OBJETIVO GENERAL

DESARROLLAR UN PROGRAMA SOCIO-EDUCATIVO FOMENTANDO LA ACTITUD PROACTIVA DE LA INFANCIA/ADOLESCENCIA DE LA COMUNIDAD EVITANDO LA VIDA EN LA CALLES.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- CREAR DOS SUBGRUPOS DENTRO DEL MISMO PROGRAMA DIFERENCIANDO INFANCIA DE ADOLESCENCIA Y SEGUIR LÍNEAS DE ACTUACIÓN DISTINTAS AUNQUE INTERCONECTADOS ENTRE SÍ PARA ASPECTOS GLOBALES.
- PROMOVER UN CICLO DE APRENDIZAJE-ENSEÑANZA DE MANERA QUE EL PARTICIPANTE GENERE UN LAZO CON EL PROGRAMA Y NUNCA DEJE DE PARTICIPAR EN ÉL, YA QUE CUANDO DEJE DE ESTAR EN EL PROYECTO COMO NIÑO PUEDA COLABORAR COMO COACH.
- OFRECER DOS PUESTOS LABORALES DENTRO DE LA COMUNIDAD (UNO POR PROGRAMA) CON SALARIOS DE CALIDAD QUE GENEREN MOTIVACIÓN, PROACTIVIDAD Y CONTINUA FORMACIÓN.

OBJETIVOS CIRCUNSTANCIALES

- PROGRAMAR UN EVENTO ANUAL CON EL PRIMARY SCHOOL / HIGH SCHOOL PARA DARNOS A CONOCER, CAPTAR MÁS PARTICIPANTES Y ESTRECHAR LAZOS CON EL CENTRO.
- LIDERAR UN EVENTO BENÉFICO ANUAL EN LA LOCALIDAD DE HOUT BAY PARA CAPTAR FONDOS DE PROXIMIDAD Y DARNOS A CONOCER ENTRE LAS DISTINTAS COMPAÑÍAS, EMPRESAS Y POSIBLES DONANTES.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- MANTENER UN GRUPO DE PARTICIPANTES CONTINUO CON SESIONES ADECUADAS A SUS INTERESES Y NO DIVIDIR HASTA 2021 CON EL APOYO DEL LÍDER LOCAL Y LOS VOLUNTARIOS.
- ENCONTRAR UN PERFIL PARA HOUTIES ADOLESCENCIA ACORDE CON LAS BASES DEL PROGRAMA. REALIZAR BÚSQUEDA POR PERFILES EN UNIVERSIDADES HASTA FORMAR A UN COACH LOCAL.
- REALIZAR UNA BUENA INVERSIÓN EN MATERIAL DEPORTIVO, CON EL MATERIAL SOCIO-EDUCATIVO QUE TENEMOS LLENAMOS HOUTIES CON 20 PARTICIPANTES. HEMOS LLEGADO A LLENAR EL PABELLÓN CON 60 PARTICIPANTES Y DAR 1H Y 30M DE DINÁMICAS SIN MATERIAL, ¿QUÉ PODREMOS CONSEGUIR CON NUEVAS HERRAMIENTAS? NOS HACE FALTA.
- LOGRAR LA SOLVENCIA ECONÓMICA DEL PROGRAMA HOUTIES POR MEDIO DE COMPAÑÍAS LOCALES DE HOUT BAY. NECESITAMOS QUE NUESTRO POYECTO MÁS VISIBLE Y ENRIQUECEDOR SEA MANTENIDO ECONÓMICAMENTE POR EMPRESESAS / CENTROS EDUCATIVOS / EQUIPOS DEPORTIVOS DE NUESTRA CIUDAD. NUESTRO DENOMINADOR COMÚN TIENE UN COSTE VIABLE DE ASUMIR Y CON FÁCIL MODELO DE VENTA PARA CUALQUIER EMPRESA.
- DEFINIR ROLE MODELS DENTRO DEL GRUPO DE ADOLESCENCIA PROMOVIENDO LA INTEGRACIÓN DE LOS MÁS MAYORES EN EL PROGRAMA OFRECIÉNDOLES UNA OPORTUNIDAD DE FORMACIÓN QUE, A FUTURO, PUEDE TRADUCIRSE EN OFERTA LABORAL.
- HILAR EL PROGRAMA HOUTIES CON EL RESTO DE PROGRAMAS DEL PROYECTO PARA QUE CONOZCAN LA ENTIDAD MERAKI BAY, CONOZCAN LAS DISTINTAS ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN, LLAMAR SU ATENCIÓN PROVOCANDO UN SENTIMIENTO DE PERTENENCIA.
- ESTABLECER UNA PLANIFICACION DE LAS ACTIVIDADES ANUALES DIVIDIDAS POR BLOQUES DE TEMAS, OBJETIVOS QUE SE PRETENDEN ALCANZAR, NUMERO DE HOUTIES, MATERIAL QUE VA A SER NECESARIO Y EXCURSIONES A REALIZAR.

OBJETIVOS PRINCIPALES

- INSPIRARSE A TRABAJAR JUNTAS.
- APOYO COMO MÉTODO DE UNIÓN.
- CAMBIAR LA FORMA EN QUE EL MUNDO MIRA A LAS MUJERES.

OBJETIVOS MENSUALES

- TOMAR CLASES DE COCINA. (1 MENSUAL).
- ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE (1 MENSUAL).
- TRABAJAR CON HOUTIES (1 MENSUAL).
- HILAR CON OUMAS Y ECOLOGÍA (1 MENSUAL).
- HISTORIA Y CULTURA COMO ARMAS DE EMPODERAMIENTO.
- SESIONES DE TEATRO / ARTES ESCÉNICAS (1 MENSUAL).

OBJETIVOS SEMANALES

- MARTES Y JUEVES TRABAJANDO JUNTOS CON OUMAS.
- MIÉRCOLES TRABAJANDO CON EL GRUPO DE MUJERES JÓVENES.
- DESARROLLAR EL GRUPO DE MUJERES.
- HACER CRECER EL GRUPO.
- PROMOCIÓN HIGH SCHOOL.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- INVERTIR EN MATERIAL PARA LAS OUMAS EN CUESTIÓN DE MANUFACTURA (MÁQUINAS DE COSER DE MEJOR CALIDAD, COSAS QUE LAS MOTIVEN, CAFÉ Y TÉ PAGADO POR NOSOTROS, ETC).
- INVERTIR EN MATERIAL Y EXCURSIONES PARA FOMENTAR LA COHESIÓN ENTRE EL GRUPO DE EMPODERAMIENTO JUVENIL HASTA CONSEGUIR UNA CONFIANZA SÓLIDA ENTRE ELLAS, LA LÍDER Y EL PROGRAMA.
- CONSOLIDAR UNA RELACIÓN ACTIVA ENTRE LAS VOLUNTARIAS QUE HAN FORMADO PARTE DEL PROGRAMA Y LAS PARTICIPANTES DEL MISMO; MANTENIÉNDOSE EN EL GRUPO DE WHATSAPP, INCITANDO A LLEVAR A CABO INICIATIVAS EN COMÚN, COMUNICAR SITUACIONES REALES PERSONALES CREANDO UN GRUPO DE AMISTAD, PONIENDO SOBRE LA MESA DIFERENTES TEMAS EN DISTINTAS PARTES DEL MUNDO INTERNACIONALIZANDO EL PROGRAMA, ETC.
- LLEVAR A CABO ACTIVIDADES DIDÁCTICAS, DEPORTIVAS, ARTÍSTICAS Y ATRACTIVAS DONDE LLAMEMOS LA ATENCIÓN DE LAS PARTICIPANTES Y PROMOVAMOS CIERTA INQUIETUD PARA QUE VENGAN MOTIVADAS A CADA SESIÓN.
- CONSTRUIR UNA RED SOCIAL (YOUTUBE CHANNEL / IGTV) DONDE PUEDAN COLGAR SUS COMETIDOS ESTILO FORO Y FOMENTAR UN CARÁCTER EDUCATIVO INTERNACIONAL COMO ESCAPARATE DEL GRUPO JUVENIL.
- ESTABLECER UNA PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ANUALES DIVIDIDAS POR BLOQUES DE TEMAS, OBJETIVOS QUE SE PRETENDEN ALCANZAR, NÚMERO DE MUJERES JÓVENES, MATERIAL QUE VA A SER NECESARIO Y EXCURSIONES A REALIZAR.

CONCLUSIÓN DENE

NUESTRO OBJETIVO DENTRO DE ESTE PROYECTO ES VER CRECER A NUESTRAS JÓVENES Y HACER ALGO CON SUS VIDAS QUE PUEDAN DISFRUTAR. MANTENERLAS MOTIVADOS DENTRO DE UN ESPACIO EDUCATIVO.QUEREMOS COMENZAR CON UN PROYECTO IGUAL QUE CON LO QUE ESTAMOS HACIENDO CON LAS MASCARILLAS PERO INVOLUCRANDO A NUESTRAS PEQUEÑAS TAMBIÉN. QUIERO SER CREATIVA DENTRO DE ESTE PROYECTO.EL FUTURO DE NUESTRA COMUNIDAD COMIENZA CON NUESTRA JUVENTUD.

AIRBNB TOURS

OBJETIVOS PRINCIPALES

- OBTENER LA LICENCIA DE GUÍA TURÍSTICO.
- LLEGAR A ACUERDO CON EL REDBUS.
- CONSEGUIR CLIENTES QUE NO VENGAN DE AIRBNB MEDIANTE PROMOCIÓN EN HOSTALES Y HOTELES.
- DESARROLLAR LA OPCIÓN DE TOUR CON COMIDA LOCAL INCLUIDA.
- AUMENTAR DONACIONES A MERAKI DE LOS QUE REALIZAN EL TOUR.
- PROMOCIÓN EN HOUT BAY.

OBJETIVOS MENSUALES

- HACER UN MÍNIMO 8 TOURS AL MES.
- INFORMARSE DE DONDE, QUE CUESTA EL CURSO, DURACIÓN, LOCALIZACIÓN (ESTO PARA LOS PRIMEROS MESES). POSTERIORMENTE HACER EL TOUR.
- VISITAS A HOTELES, HOSTALES Y OTROS ESTABLECIMIENTOS 4 VECES AL MES.
- ENCONTRAR A PERSONA QUE NOS PUEDA HACER LA COMIDA Y DONDE. LUEGO HACER UNA PRUEBA.

OBJETIVOS SEMANALES

- DOS TOURS A LA SEMANA QUE VENGAN TANTO DE AIRBNB COMO DE LA PROMOCIÓN HECHA POR NIKLAAS.
- PROMOCIÓN TODOS LOS MARTES (UNA VEZ A LA SEMANA) EN HOTELES, HOSTEL, ETC.
- ASISTIR A LAS CLASES DEL CURSO PARA RECIBIR LA PLACA DE GUÍA TURÍSTICO.
- DURANTE LOS TOURS PROMOCIONAR MERAKI PARA LOGRAR DONACIONES.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- ABONAR EL PRIMER CURSO / TÍTULO DE OFICIALIDAD DE NUESTRO PRIMER GUÍA PROFESIONALIZANDO NUESTRA EXPERIENCIA A LA VEZ QUE DOTANDO DE CARNÉ A NUESTRA FIGURA LABORAL.
- MANTENER NUESTRO LAZO CON ROAST BEAN COFFEE DONDE ACABAMOS CADA TOUR CON UNA LOCAL COFFEE EXPERIENCE OFRECIENDO A LA VEZ NUESTRO CONSUMO DE MORINGA BARS CON LA POSIBILIDAD DE ABRIR NUEVOS CONVENIOS CON MÁS ESTABLECIMIENTOS.
- ACUDIR A TODAS LAS AIR B&B MEETINGS DONDE NUESTRO PERSONAL SALE DE SU CLIMA LABORAL Y POSEE UNA OPORTUNIDAD NETWORKING DONDE AMPLIA AGENDA Y SE MOTIVA.
- HACER DE ESTE UN PROYECTO AUTOSOSTENIBLE, QUE PAGUE EL SALARIO DE LA PERSONA TRABAJADORA Y CONSIGA FONDOS PARA MERAKI.
- REALIZAR UNA WEB DE RESERVAS DE TOURS DONDE PUEDA LA GENTE RESERVAS, VER OPINIONES Y DECIDIR QUÉ PAQUETE QUIERE REALIZAR.
- FOMENTAR LAS RESERVAS OFFLINE A TRAVÉS DE UN PROGRAMA DE CONVENIOS CON DISTINTOS ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE LA ZONA PROMOVIDO POR EL LÍDER DE PROGRAMA.

MORINGA BARS

OBJETIVOS PRINCIPALES

- NUEVO PROYECTO DE MORINGA EXPERIENCE.
- ACUERDOS CON TIENDAS/RESTAURANTES PARA QUE NOS VENDAN BARRITAS.
- AUMENTAR LA VENTA DE BARRITAS
- LLEVAR CONTABILIDAD DE GASTOS Y BARRITAS VENDIDAS/PAGADAS (RICARDO)

OBJETIVOS MENSUALES

- ESTRUCTURAR MORINGA EXPERIENCE (PRIMEROS MESES)
- CREAR EXPERIENCIA EN AIRBNB (DESCRIPCIONES, FOTOS, ETC)
- REUNIONES CON LOCALES DE HOUT BAY Y CAPE TOWN PARA AUMENTAR VENTA.

OBJETIVOS SEMANALES

- DOS REUNIONES SEMANALES CON LOCALES/TIENDAS/HOTELES.
- REALIZAR LOS TOURS QUE SALGAN POR AIRBNB.
- COMPRAR BLENDER

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- ESTABLECER UN MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE RELACIONANDO LA CANTIDAD DE MATERIA PRIMA INVERTIDA PROPORCIONALMENTE A LA CANTIDAD DE PRODUCTOS EN STOCK DE VENTA.
- ESTABLECER UNA POLÍTICA DE PRECIOS ACORDE A LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO BUSCANDO UN MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE ENCONTRANDO UNA RELACIÓN FAVORABLE ENTRE LOS COSTES DE PROYECTO Y EL PRECIO EN EL PUNTO DE VENTA AL CONSUMIDOR.
- REALIZAR UNA WEB DE PROMOCIÓN DE PRODUCTO DONDE SE DEFINA TANTO EL MODELO DE EMPRENDIMIENTO COMO SU LABOR SOCIAL DOTANDO DE VISIBILIDAD AL PROGRAMA.
- ACOTAR UN APARTADO DE RESERVAS EN LA MISMA WEB DONDE TANTO CONSUMIDORES COMO COMPAÑÍAS PUEDEN ABASTECERSE DEL PROGRAMA.
- APARECER UN MÍNIMO DE DOS VECES AL AÑO EN FERIAS / EVENTOS DEDICADOS A LA ALIMENTACIÓN BIO-ECOLÓGICA / DEPORTIVA DONDE PODER HACER NETWORKING Y PROMOCIONAR EL PROGRAMA.
- ADAPTAR EL SALARIO DEL LÍDER DE PROGRAMA EN FUNCIÓN ASCIENDA / DESCIENDA EL DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO (HACIENDO ESTO REFERENCIA A LA ADICCIÓN ENTRE TIEMPO INVERTIDO Y EFICIENCIA PRODUCIDA).
- INTERCONECTAR DIFERENTES ONGS DEDICADAS A LA ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE DE PROXIMIDAD DANDO PIE A COLABORACIONES Y FUTUROS PROYECTOS EN CONJUNTO.
- CONSEGUIR LA EXCLUSIVIDAD DE UN ÚNICO ABASTECEDOR DE MATERIA PRIMA PUDIENDO NEGOCIAR, EN FUNCIÓN SE DESARROLLE EL PROYECTO, UNA COLABORACIÓN DONATIVA, REBAJAR LA POLÍTICA DE PRECIOS DE COMPRA, PUBLICIDAD CORPORATIVA, EVENTOS EN CONJUNTO, ETC.
- MANTENER EL LAZO ESTRECHO CON LA COMPAÑÍAS ACTUALMENTE AMIGAS (VINE & ROAST BEAN) DOTANDOLAS DE CARIÑO Y MIMO PARA QUE, AUNQUE CONSIGAMOS DESARROLLAR A LO GRANDE, RECORDAR QUE ELLAS FUERON LAS PRIMERAS.
- HACER DE ESTE UN PROYECTO AUTO-SOSTENIBLE, QUE CUBRA EL SUELDO DE LA PERSONA/S TRABAJADORAS.

ECOLOGÍA

OBJETIVOS PRINCIPALES

- TRES EBAOBAB POR AÑO. 2020 = UN EBAOBAB, 2021 = TRES EBAOBABS
- NETWORKING. 2020 = 1 PROYECTO EN CONJUNTO CON OTRA ONG, 2021 = 3 PROYECTOS EN CONJUNTO CON OTRAS ONGS

OBJETIVOS MENSUALES

- ECOBLOQUES MENSUALES(PARA CONSTRUIR COSAS QUE VENDER = SILLAS, MESAS, ETC)
- CONSEGUIR MATERIALES DONADOS(ALAMBRES, HIERROS, TELAS, ETC)
- VENTA A DEPOT CAPE TOWN(TODO LO QUE SIRVA PARA HACER ECOBRICKS PAPEL/CARTON)
- CONTACTO CON NUEVAS SINERGIAS(MEETINGS CON ONGS ECOLÓGICAS, 1 AL MES)

OBJETIVOS SEMANALES

- SWOPSHOP HOUTIES(CADA DOS VIERNES)
- CLEANING BEACH(CADA DOS SÁBADOS)
- CLEANING TRIP(MEDIA HORA EN CADA EXCURSIÓN)
- ECOBRICKS SEMANALES(NÚMERO MENSUAL NO DEFINIDO)
- CONTACTO CON SINERGIAS(MANDAR MAILS SEMANALES)

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- FOMENTAR MEDIANTE ACTIVIDADES, ESTABLECIDAS TANTO POR ESPAÑA COMO POR INICIATIVAS PROPIAS DEL LÍDER DE PROYECTO, EL NÚMERO DE HORAS MÍNIMAS TRABAJADAS DEDICADAS AL PROGRAMA ECOLOGÍA.
- ESTABLECER DOS SWOPSHOP MENSUALES CON EL GRUPO HOUTIES AL QUE SE DEBE UNIR EL GRUPO DE EMPODERAMIENTO FEMENINO JUVENIL UNA DE ESAS VECES.
- FOMENTAR TALLERES CON ECOBRICKS DENTRO DE LA RAMA DE TALLERES DE WOMEN EMPOWERMENT.
- MANTENER HILADO EL GRADEN Y ECOLOGÍA MEDIANTE RECURSOS BÁSICOS SOSTENIBLES (ECOBRICKS COMO MEDIO DE ESTRUCTURAS, TANQUE DE AGUA REGULADO SOSTENIBLE, MEDICIONES DE GASTO ENERGÉTICO, ETC)
- PROMOVER EL TRABAJO DE LIMPIEZA, MANTENIMIENTO Y DESARROLLO DEL EBAOBAB DONDE SE BUSQUEN MEDIOS DONDE PROMOCIONARSE, PLACAS SOLARES CON LAS QUE ILUMINARSE, PINTURA PLÁSTICA PARA MANTENER LA ESTÉTICA, ACORDONAR LA ZONA ADAPTADA AL CENTRO EDUCATIVO, LIMPIEZA DEL ENTORNO, ETC.
- CREAR, MEDIANTE MATERIAL RECICLADO / ECOBRICKS, UNA RED DE PAPELERAS DENTRO DE LA COMUNIDAD. (NO HAY).
- OFERTAR UN PUESTO LABORAL QUE SE DEDIQUE AL MANTENIMIENTO DE DICHAS PAPELERAS PROMOVIENDO LA LIMPIEZA DE LA COMUNIDAD.
- CONSEGUIR UNA COMPAÑÍA / AYUNTAMIENTO QUE ASUMA LOS COSTES DE SALARIO Y MANTENIMIENTO DE LAS PAPELERAS.
- LOGRAR QUE ESAS PAPELERAS PUEDAN SER DESTINADAS AL RECICLAJE DIVIDIÉNDOLAS EN PLÁSTICO / ORGÁNICO Y SIRVAN DE RECURSO MATERIAL PARA EL PROYECTO ECOLOGÍA.

GARDEN

OBJETIVO GENERAL

- OFRECER UNA OPORTUNIDAD LABORAL Y EDUCATIVA A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD DONDE APRENDERÁN UN OFICIO, PROMOVERÁN EL CONSUMO DE PROXIMIDAD Y EDUCARÁN A LOS MÁS PEQUEÑOS.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- OFRECER UN PUESTO LABORAL ENCARGADO DEL MANTENIMIENTO Y LA PRODUCCIÓN DE MATERIA PRIMA.
- PROMOVER UNA ACTITUD ECO-BIOLÓGICA DENTRO DEL GRUPO JUVENIL HOUTIES DONDE PODER DESARROLLAR ACTIVIDADES EDUCANDO EN ACTITUD VERDE.
- ESTRECHAR LAZOS CON EL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA, A FUTURO, PODER DESARROLLAR UN MODELO DE NEGOCIO CON LA MATERIA PRIMA PRODUCIDA.
- ESTABLECER UN ORIFICIO DE SALIDA A LO PRODUCIDO EN EL PROGRAMA SIENDO, O NO, UN FIN LUCRATIVO PARA EL MISMO.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- OFRECER UN SALARIO DIGNO CUYO FIN SEA MANTENER MOTIVADO Y SATISFECHO AL LÍDER DE PROGRAMA.
- ESTABLECER UNA RELACIÓN ENTRE LO QUE SE PRODUCE Y EL PROYECTO MERAKI BAY SIRVIENDO DE RECURSO ALIMENTICIO PARA LOS PARTICIPANTES DEL PROGRAMA.
- PROMOVER UNA ACTITUD ECO-BIOLÓGICA ENTRE LOS DISTINTOS PROYECTOS LLEVANDO A CABO ACTIVIDADES CON WOMEN EMPOWERMENT Y HOUTIES

COORDINADOR DE PROYECTOS (RICARDO)

OBJETIVOS PRINCIPALES

- CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DE CADA UNO DE LOS COACHES. (SIEMPRE)
- TENER NUESTRAS PROPIAS INSTALACIONES [EDIFICIO MERAKIBAY] PARA HACER PROYECTOS HOUTIES Y MUJERES. (2021).
- TENER NUESTRO VEHÍCULO DE TRANSPORTE [PARA EXCURSIONES, MANTENER LA FINANCIACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN] (2021).

OBJETIVOS MENSUALES

- UNA EMPRESA DONANTE POR 3 MESES
- 60 CORREOS POR MES [EMPRESAS].
- ORGANIZAR EXCURSIONES.
- INFORMES MENSUALES.

OBJETIVOS SEMANALES

- UNA VEZ POR SEMANA A HOUTIES.
- SUPERVISIONES DIARIAS DE TODOS LOS PROYECTOS.
- 15 MAILS SEMANALES DE POSIBLES EMPRESAS DONANTES.
- CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS SEMANALES DE LOS COACHES.
- REUNIÓN DE LOS LUNES.
- SNACKS PARA TODAS LAS SESIONES HOUTIES
- CONSTRUIR NETWORKING (NPO) EN CAPE TOWN / SUDÁFRICA
- PROMOCIÓN SEMANAL CON PANFLETOS POR HOUT BAY Y ALREDEDORES
- AYUDAR EN DEPOSITO DE RECICLAJE JUNTO CON MARCO (VENDER RECICLAJE)
- AYUDAR CON PROMOCIONES DE MORINGA LOS FINDES (VINE, COFFEE, DARIOS)

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

- CONSEGUIR COMO PARTNER UNA COMPAÑÍA ESTILO “IMPRENTA” QUE NOS AYUDE A ASUMIR LOS GASTOS DE PROMOCIÓN.
- ESTABLECER UNA LÍNEA DE DATOS MÓVILES + MÓVIL EMPRESA PARA CADA UNO DE LOS TRABAJADORES LOCALES DEL PROGRAMA, FOMENTANDO ASÍ UNA ACTITUD FOTÓGRAFA MANTENIÉNDOSE CONECTADOS EN TODO MOMENTO.
- PROMOVER UN PROGRAMA DE OBJETIVACIÓN DENTRO LA FIGURA DEL LÍDER MOTIVÁNDOLE A CONSEGUIR X CAPITAL DONADO / COMPAÑÍA COLABORADORA EN X TIEMPO A CAMBIO DE INCENTIVOS.
- PROPONER LA BÚSQUEDA DE MERAKI BASE A PARTIR DEL ÚLTIMO TRIMESTRE 2020 PARA INAUGURARLA EN EL PRIMER CICLO DE VOLUNTARIADO.
- CONSEGUIR LA FIGURA DE EVENT MANAGER DURANTE EL PRIMER CICLO DE VOLUNTARIADO DÁNDOSE EN ESE MISMO TRIMESTRE EL PRIMERO DE LOS EVENTOS 2021.
- DEJAR CERRADO COMO MÍNIMO UN EVENTO MÁS DESPUÉS DE CADA CICLO DE VOLUNTARIADO PARA QUE SE LLEVE A CABO CUANDO NO SE ENCUENTRE EL PERSONAL DE ESPAÑA EN TERRENO.
- APLICAR A TODO CONCURSO / BECA TANTO PRIVADA COMO PÚBLICA EN SUDÁFRICA.
- CONSEGUIR MÍNIMO EL 25% DE LOS CONCURSOS / BECAS APLICADOS.
- HACER INCAPIÉ EN EL VOLUNTARIADO LOCAL, DÁNDONOS A CONOCER ENTRE LAS DIFERENTES UNIVERSIDADES Y FACULTADES EDUCATIVAS Y AMBIENTALES QUE PUEDAN / QUIERAN COLABORAR.

8. CONCLUSIÓN

En base a todo lo anterior, no tendría sentido actuar cumpliendo este plan estratégico sin una conclusión metodológica sincera y justa con el propósito moral y ético de por qué hacemos lo que hacemos.

Como equipo, diferenciamos lo anterior siguiendo una división de valores a trabajar que son:

La **confianza,** ya que si no presionas a una persona a aprender algo estás confiando en que lo conseguirá. Nuestros sistemas de monitorización no se caracterizan por dar miedo, si no todo lo contrario, se plantean como retos a superar basados en dicho valor.

El **liderazgo**, buscando en cada persona, trabajador, voluntario o beneficiario, su faceta de líder colaborativo positivo, fomentando dentro del proyecto el trabajo en equipo, la cohesión y la capacidad de aprender en grupo, unos de otros.

La **calma**, caracterizada por ser contagiosa, es decir, si los líderes de proyecto dan ejemplo actuando a través de este valor los responsables de área se infectarán de calma, creando un ambiente de aprendizaje más cómodo para llevar a cabo el proceso de ejecución.

La **flexibilidad**, ya que en el área de la cooperación humanitaria se pregunta, se estudia y se llega a acuerdos dependiendo de las circunstancias que se vayan dando acorde a la relación entre los factores externos e internos.

La **agradabilidad del ambiente.** Esto se entiende con la siguiente cita, “uno aprende donde uno elige”. La característica fundamental de nuestra metodología es que se escucha a la persona, tenga el cargo que tenga, lo que quiere hacer y se estudia lo que se le da bien. El aprendizaje en nuestro proyecto no se exige, se ofrece.

La **autonomía,** caracterizada por ser el fin que todos los integrantes del equipo de trabajo tienen en su lista de prioridades. La capacidad de que una persona adquiera conocimientos por sí mismo es una disciplina difícil de transmitir y supone una gran dedicación porque cada uno aprende de una manera distinta, pero aquí se encuentra el umbral del liderazgo para nuestro proyecto.

La **responsabilidad,** en los pies de los líderes se refiere. La ecuación de profesionalidad más vocación despeja la equis del aprendizaje de cada integrante utilizando este valor de manera exponencial.

Gracias a esta metodología Meraki Bay actúa como un proyecto de cooperación disfrazado de laboratorio de ensayo de excelencia humanitaria.

Meraki
Bay