

PLAN DE ACCION

2021 - 2023

BICICLETAS
SIN FRONTERAS

PLAN DE ACCION 2021 - 2023

BICICLETAS

SIN FRONTERAS

ACCIONES PREVISTAS POR EJE:

A. DIAGNOSIS E IMPACTO DEL PROYECTO EN SENEGAL

- *ACCIÓN A1.* REALIZAR UNA DIAGNOSIS DEL PROYECTO PARA IDENTIFICAR LOS BENEFICIOS.
- *ACCIÓN A2.* DEFINIR OBJETIVOS TEMPORALES Y CUANTIFICABLES.
- *ACCIÓN A3.* SISTEMATIZAR LA RECOGIDA DE DATOS DE IMPACTO.

B. CONSOLIDACIÓN DE LAS DONACIONES Y FIDELIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

- *ACCIÓN B1.* SISTEMATIZAR LA CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE SOCIOS PARTICULARES.
- *ACCIÓN B2.* SISTEMATIZAR LA CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE EMPRESAS.

C. MARKETING Y COMUNICACIÓN

- *ACCIÓN C1.* MEJORAR LA TRANSPARENCIA DE LA FUNDACIÓN.
- *ACCIÓN C2.* CLARIFICAR EL RELATO (KBI).
- *ACCIÓN C3.* MEJORAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING.

D. ESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD

- *ACCIÓN D1.* CONSOLIDAR UNA ESTRUCTURA SOSTENIBLE.
- *ACCIÓN D2.* DEFINIR UN MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.
- *ACCIÓN D3.* INCORPORAR EL CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN TODOS LOS ÁMBITOS.



DIAGNOSIS E IMPACTO DEL PROYECTO EN SENEGAL

DAFO

DEBILIDADES / AMENAZAS / FORTALEZAS / OPORTUNIDADES

*"Faltan datos de impacto objetivos
para poder gestionar y comunicar mejor
los beneficios del proyecto"*

D

- Falta diagnosis *pre* y *post* bicicletas.
- Falta sistematización de la recogida de datos del proyecto (listas de alumnos, distancias, reparaciones, etc.).
- Falta información y datos de impacto objetivos para gestionar y comunicar mejor los beneficios del proyecto.
- Falta personal técnico para realizar este trabajo.

A

- Incapacidad de dar respuesta a las demandas/problemas reales por qué no los conocemos.
- Que no sepamos exactamente cómo estamos beneficiando a la comunidad o que no la estemos beneficiando y eso ponga en peligro la continuidad y la comunicación del proyecto.

F

- Equipo consolidado en Senegal.
- Capacidad de adaptación.
- Sostenibilidad del proyecto.

O

- Contactos con la Universidad.
- Acuerdo con el Ministerio de Educación en Senegal.
- Alianzas con entidades expertas en Senegal.
- KBI: Key Bicycle Indicators. Indicadores no convencionales.

ACCIONES:

ACCIÓN A1. REALIZAR UNA DIAGNOSIS DEL PROYECTO PARA IDENTIFICAR LOS BENEFICIOS.

ACCION A2. DEFINIR OBJETIVOS TEMPORALES Y CUANTIFICABLES.

ACCION A3. SISTEMATIZAR LA RECOGIDA DE DATOS DE IMPACTO.

ACCIÓN A1. REALIZAR UNA DIAGNOSIS DEL PROYECTO PARA IDENTIFICAR LOS BENEFICIOS

PROBLEMA	RESOLVER LA FALTA DE DIAGNOSIS DEL PROYECTO (PRE Y POST)
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una Diagnosis previa mediante el vaciado de datos existentes y la comparativa de los años anteriores. 2. Realizar una Diagnosis del proyecto con los siguientes objetivos: <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Objetivo general de la diagnosis:</i> Analizar los beneficios (impacto) del proyecto Bicicletas para la Educación en las escuelas en Senegal des los inicios del proyecto hasta la actualidad. b. <i>Objetivos específicos:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer la implementación del proyecto en el territorio. • Averiguar qué beneficios tienen las familias, los niños y niñas, y la comunidad educativa. • Identificar la incidencia del proyecto en el territorio. <i>Se podría hacer una comparativa entre estudiantes que no tienen bicicletas y otros que sí.</i>
RESPONSABLES	UB (Violeta Q.) - Mediante uno o dos estudiantes de grado que dominen el francés y que quieran llevar a cabo su TFM sobre el proyecto. Equipo BsF España
RECURSOS	<p><i>R. Humanos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → Equipo BsF España y Senegal → Alumnos y tutora UB → Equipos docentes de los Lycées <p><i>R. Económicos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → En la fase 1 de diagnosis previa no hacen falta recursos económicos. → En la fase 2 hay costes de dietas y viajes.
TEMPORALIZACIÓN	Curso 2021 – 2022 y siguientes
RESULTADOS ESPERADOS	Diagnosis de impacto del proyecto en las comunidades educativas y locales de Senegal.

ACCION A2. DEFINIR OBJETIVOS TEMPORALES Y CUANTIFICABLES

PROBLEMA	RESOLVER LA FALTA DATOS DE IMPACTO
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir los objetivos anuales del proyecto¹ que permitan identificar datos medibles. 2. Definir dos niveles de objetivos: <ol style="list-style-type: none"> a. Objetivos generales del proyecto en Senegal <ol style="list-style-type: none"> i. Ampliar el nº de Lycées a xxx. ii. Incrementar en xxx% el número de beneficiarios. iii. Conseguir paridad entre chicos y chicas que acceden a una bicicleta. iv. Etc. b. Objetivos específicos para cada Lycée en función de las problemáticas específicas. 3. Determinar cuáles son los indicadores para cada objetivo y como cuantificamos su impacto (Acción A2). 4. Reforzar el equipo con un perfil técnico que pueda coordinar las tareas de documentación y seguimiento de indicadores de impacto.
RESPONSABLES	Equipo BsF España Con colaboración de la UB y de los miembros del CPS
RECURSOS	<p><i>R. Humanos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → Equipo BsF España y Senegal → Equipos docentes de los Lycées → Consejo Personas Sabias → UB <p><i>R. Económicos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → Financiación para ampliar el equipo técnico.
TEMPORALIZACIÓN	Curso 2022 – 2023 y siguientes
RESULTADOS ESPERADOS	Sistema de recogida y análisis de datos de impacto/beneficios cuantificables y medibles.

¹ Basados en los objetivos ODS) de la Agenda 2030: ODS 4: “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos”, ODS 5: “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”, ODS 8: “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”, ODS 10: “Reducir la desigualdad en y entre los países”, ODS 11: “Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles”.

ACCION A3. SISTEMATIZAR LA RECOGIDA DE DATOS DE IMPACTO

PROBLEMA	FALTA SISTEMATIZACIÓN DE LA RECOGIDA DE DATOS
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir exactamente que queremos medir², qué tipo de información necesitamos para poder medir el impacto de nuestra acción. 2. Definir dos niveles de impacto: <ol style="list-style-type: none"> a. General del proyecto en Senegal (medir el beneficio a la comunidad/ciudadanía) <ol style="list-style-type: none"> i. Nivel de aprendizaje. ii. Nivel de asistencia. iii. Calificaciones. iv. Horas de descanso. v. Beneficios en los jóvenes, en las familias i en la comunidad. vi. Etc. b. Específico para cada Lycée (medir el beneficio al centro y a los beneficiarios) <ol style="list-style-type: none"> i. Nº de bicicletas ii. Nº de beneficiarios iii. Nº de incidencias iv. Etc. 3. Sistematizar el sistema de recogida de la información y de cómo tratarla, simplificándola al máximo. 4. Usar tecnología 2.0 (Smartphone) para recoger los datos necesarios.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> • UB (Violeta Q.) • Equipo BsF España/Senegal
RECURSOS	<p><i>R. Humanos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → Equipo BsF España y Senegal → Alumnos y tutora UB → Equipos docentes de los Lycées <p><i>R. Económicos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → Viajes y dietas (fase 2)
TEMPORALIZACIÓN	Curso 2022 – 2023 y siguientes
RESULTADOS ESPERADOS	Sistema de recogida y análisis de datos de impacto/beneficios cuantificables y medibles.

² Los datos de impacto/beneficio se identificaran en la Acción A1 y la Acción A2.



CONSOLIDACIÓN DE LAS DONACIONES Y FIDELIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

DAFO

DEBILIDADES/AMENAZAS/FORTALEZAS/OPORTUNIDADES

*"Falta sistematizar
la relación con el donante"*

D

- Falta sistematizar la relación con el donante.
- Falta estrategia de consolidación de las donaciones.

A

- Cansancio o poco interés por parte de los donantes.
- Sensación de "monedero con patas" del empresario, que no sienta el beneficio como propio.

F

- El proyecto (emotividad, impacto, beneficios).
- Proyecto auto sostenible y replicable.
- El carisma de Romà.

O

- Proyectos como *One by One*.
- Alianzas con empresas/entidades.
- Incentivos fiscales.
- Norte de Europa como zona de expansión.

ACCIONES:

ACCIÓN B1. CAPTACIÓN DE SOCIOS PARTICULARES.

ACCIÓN B2. CAPTACIÓN DE EMPRESAS.

ACCIÓN B1. CAPTACIÓN DE SOCIOS PARTICULARES

PROBLEMA	FALTA SISTEMATIZAR LA RELACIÓN CON EL DONANTE
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none">1. Buscar una empresa de Comunicación, que se implique en el proyecto como su RSC (=Acción C1).2. Realizar una campaña orientada a la captación de socios particulares³ para conseguir la sostenibilidad a largo plazo de la Fundación.3. Sistematizar el proceso de las donaciones.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">• Equipo BsF• Fèlix Capella (de quien surgió la Acción)• Noel Fernández, se compromete a ayudar.
RECURSOS	<i>R. Humanos:</i> → Equipo BsF → Voluntarios del propi Consejo de Personas Sabias
TEMPORALIZACIÓN	Inicio acciones en septiembre de 2021, acción permanente.
RESULTADOS ESPERADOS	Ingreso por cuotas >20.000€ en 2022

³ Los socios particulares son más fieles que las empresas, el objetivo es que paguen una cuota mensual/anual. Modelo F. Vicente Ferrer, foto del alumno apadrinado con la bicicleta.

ACCIÓN B2. CAPTACIÓN DE EMPRESAS

PROBLEMA	FALTA ESTRATEGIA DE CONSOLIDACIÓN DE LAS DONACIONES
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponer de datos de impacto (Acción A1 y Acción C1). 2. Ofrecerles un Story Telling que les permita comunicar el mensaje. (ej.: “La bicicleta del futuro es el presente en el Senegal”). 3. Definir campañas como las de 1 by 1 (MOMA). 4. Establecer alianzas con entidades. <p><i>Notas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Las empresas buscan historias a las que implicarse, con la participación de los equipos de trabajo. • Hace falta contar una historia que puedan explicar desde su departamento de Comunicación, para animar también a sus trabajadores. • Hay que cuidar al donante, y hay que darle un objetivo concreto. • Concepto de CONSTRUIR juntos. • Campaña 1 to 1, modelo Moma, aunque pueda ser una pieza de la bici que forme parte, con la suma de muchas, de una bicicleta.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo BsF • Noel F. y Miguel se ofrecen a ayudar en la captación de empresas, con la ayuda del resto de empresarios del Consejo de sabios.
RECURSOS	<p><i>R. Humanos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → Equipo BsF → Con la ayuda de los voluntarios que forman parte del Consejo de Sabios. Crear un equipo de trabajo específico para buscar empresas donantes.
TEMPORALIZACIÓN	Inicio acciones en septiembre de 2021, acción permanente.
RESULTADOS ESPERADOS	Incremento de un porcentaje del número de empresas colaboradoras, más incremento porcentual del presupuesto de la Fundación.



MARKETING Y COMUNICACIÓN

DAFO

DEBILIDADES/AMENAZAS/FORTALEZAS/OPORTUNIDADES

*"Tenemos un gran producto
pero nos falla el altavoz
para comunicarlo y venderlo"*

D

- Marketing poco elaborado.
- Equipo reducido.
- Baja inversión.

A

- Que otros proyectos sean más llamativos y capten más la atención que el nuestro.
- Perder oportunidades por no poder/saber comunicar los impactos/beneficios/valores.

F

- El proyecto (emotividad, impacto, beneficios).
- Proyecto auto sostenible y replicable.

O

- Alianzas con empresas de comunicación.
- Disponibilidad de las *Empresas Comprometidas* como altavoz/canal de difusión.
- KBI: Key Bicycle Indicators. Indicadores no convencionales.

Se añaden dos nuevas debilidades durante la sesión del 29 de julio:

- Falta de transparencia.
- Dificultad de visualización del proyecto.

ACCIONES:

ACCIÓN C1. MEJORAR LA TRANSPARENCIA DE LA FUNDACIÓN.

ACCIÓN C2. MEJORAR EL RELATO (KBI).

ACCIÓN C3. MEJORAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING.

ACCIÓN C1. MEJORAR LA TRANSPARENCIA DE LA FUNDACIÓN

PROBLEMA	FALTA DE TRANSPARENCIA
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none">1. Definir de forma clara el destino de los fondos (% bicicletas, % administración, % gestión, % comunicación).2. Mostrar esta información en la Web y en todos los elementos de comunicación del proyecto.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">• Responsable económico de BsF• Empresa de comunicación
RECURSOS	<i>R. Humanos:</i> <ul style="list-style-type: none">→ Recursos propios→ Empresa de comunicación→ UB
TEMPORALIZACIÓN	Inmediata, acción permanente, de mejora continua
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none">• Portal de transparencia en la Web

ACCIÓN C2. CLARIFICAR EL RELATO (KBI)

PROBLEMA	DIFICULTAD DE VISUALIZACIÓN DEL PROYECTO ⁴
ACCIONES PREVISTAS	1. Mejorar el relato de la misión, centrado en aspectos técnicos y en la mejora de la recogida de información (KEY BICYCLE INDICATORS)
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">• El equipo técnico del proyecto• Empresa de comunicación• UB
RECURSOS	<i>R. Humanos:</i> → Medios propios <i>R. Económicos:</i> → Incremento del presupuesto mediante otras acciones propuestas.
TEMPORALIZACIÓN	Inmediato, acción permanente según crezca y se modifique el proyecto
RESULTADOS ESPERADOS	La mejora en la explicación y por lo tanto, la mejora en la comunicación del proyecto, creará un impacto económico inmediato.

⁴ El proyecto de BsF ha ido avanzando y madurando con el tiempo. Ahora que ya está asentado, hace falta explicar mejor el relato de la misión, centrado en aspectos técnicos y en la mejora de la recogida de información (KEY BICYCLE INDICATORS)

ACCIÓN C3. MEJORAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

PROBLEMA	MARKETING (Y COMUNICACIÓN) POCO ELABORADO
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none">1. Buscar una empresa de comunicación que se implique desde su RSC y nos ayude a:<ol style="list-style-type: none">a. Mejorar la Web.b. Incrementar la presencia en redes sociales⁵.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">• Equipo BsF• Voluntarios del CPS:<ul style="list-style-type: none">○ NOEL se ofrece a buscar una empresa de comunicación, que en lugar de dar dinero a su proyecto, lo de a BsF.○ FÉLIX I TXAMPA también ofrecen su ayuda.
RECURSOS	<i>R. Humanos:</i> <ul style="list-style-type: none">→ Recursos propios→ Voluntarios del CPS→ Empresa de comunicación
TEMPORALIZACIÓN	Inicio acciones en septiembre de 2021, acción permanente.
RESULTADOS ESPERADOS	→ Mejora de la actual Web, que revertirá en un incremento de ingresos de BsF, con la captación de nuevos socios tanto particulares como empresas.

⁵ El inicio de la campaña de venta de la bicicleta propia Baobike puede ser una buena oportunidad para incrementar esta presencia.

ESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD

The infographic features a dark blue header with the title 'ESTRUCTURA Y SOSTENIBILIDAD' and 'DAFO' in large yellow letters. Below the title, it reads 'DEBILIDADES/AMENAZAS/FORTALEZAS/OPORTUNIDADES'. A quote on the right says 'El propósito reclama estructura'. The main content is on a yellow background, divided into four quadrants by horizontal lines, each with a large letter and a list of points.

D

- Estructura pequeña.
- Todo recae sobre el Director.
- Excesiva dependencia en mantener/conseguir los recursos.

A

- No dar abasto al volumen de trabajo.
- Dejar pasar oportunidades.
- Pérdida de credibilidad.

F

- Implicación altruista de empresas y personas con gran talento y capacidades.

O

- *Empresas comprometidas* que puedan sostener el coste de la estructura.

ACCIONES:

ACCIÓN D1. CONSOLIDAR LOS RECURSOS PARA HACER SOSTENIBLE LA ESTRUCTURA.

ACCIÓN 2. DEFINIR UN MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES.

ACCIÓN 3. CONSOLIDAR UNA ESTRUCTURA SOSTENIBLE EN SENEGAL.

ACCIÓN D1. CONSOLIDAR UNA ESTRUCTURA SOSTENIBLE

PROBLEMA	ESTRUCTURA PEQUEÑA
ACCIONES PREVISTAS	<p>1. Consolidar los recursos para mantener una estructura sostenible en España mediante la búsqueda de financiación en empresas internacionales.</p> <p>Notas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Buscar financiación para la estructura en empresas privadas dentro y fuera del sector de la bicicleta.• Buscar multinacionales (fabricantes de vehículos y de componentes) que puedan colaborar y que aun estando fuera de Europa tienen divisiones europeas. Principalmente Alemania y Holanda.• Empresas a las que se les vende el concepto de Futuro: Senegal como país piloto donde la bicicleta sea el vehículo del presente. Empresas aseguradores, empresas energéticas, ...• Ver qué países están invirtiendo en Senegal y qué empresas tienen intereses en Senegal.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">• Equipo BSF, con el apoyo de los miembros del Consejo de Personas Sabias.
RECURSOS	<p><i>R. Humanos:</i></p> <ul style="list-style-type: none">→ Propios→ Consejo Personas Sabias
TEMPORALIZACIÓN	2021 - 2022
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none">• Tener garantizada la partida anual para estructura• Disponer de un equipo consolidado

ACCIÓN 2. DEFINIR UN MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

PROBLEMA	EXCESIVA DEPENDENCIA DE ROMÀ Y DE UN EQUIPO PEQUEÑO.
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none">1. Crear un manual de organización y funciones (MOF) que tenga en cuenta los aspectos siguientes:<ul style="list-style-type: none">• Tareas y roles (que se hace, quién lo hace, que se hace de más).• Necesidades a cubrir.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">• Equipo BSF, con el apoyo de los miembros del Consejo de Personas Sabias.
RECURSOS	<i>R. Humanos:</i> <ul style="list-style-type: none">→ Propios→ Consejo Personas Sabias
TEMPORALIZACIÓN	2021 - 2022
RESULTADOS ESPERADOS	<ul style="list-style-type: none">• Disponer del MOF• Tener asignados todos los roles y tareas de forma adecuada

ACCIÓN 3. INCORPORAR EL CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN TODOS LOS ÁMBITOS.

PROBLEMA	NO SE HABLA DE SOSTENIBILITAT
ACCIONES PREVISTAS	<ol style="list-style-type: none">1. Introducir el concepto sostenibilidad en todo el proyecto y definir indicadores.2. Consolidar una estructura sostenible del proyecto en Senegal.3. Elaborar un plan de viabilidad del proyecto en Senegal para cada centro para que sea sostenible a medio plazo.
RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none">• Equipo BSF
RECURSOS	<i>R. Humanos:</i> → BsF → Consejo Personas Sabias
TEMPORALIZACIÓN	2021 - 2022
RESULTADOS ESPERADOS	Disponer de indicadores de sostenibilidad