

# TOD@S FELICES



V PLAN  
ESTRATÉGICO  
2021-2024

¡JUNT@S  
PODEMOS!  
CON TODO

VIVE LA VIDA

Fundación  
pr@de



# ÍNDICE

01

TENDENCIAS

ANÁLISIS DAFO

02

03

APRENDIZAJE

VISIÓN ESTRATÉGICA

04

05

CULTURA

INDICADORES DE GESTIÓN

06

07

FOCOS ESTRATEGIA 2021-2024

OBJETIVOS Y RESULTADOS CLAVE 2021

08

# V PLAN ESTRATÉGICO 2021-2024



*Fundación*  
**pr@de**

# PRESENTACIÓN

(CONSEJO DE DIRECCIÓN, SEPTIEMBRE 2020)

En el II Plan Estratégico de la Fundación PRODE, nuestros aprendizajes esenciales se refieren a 5 cuestiones:

- Poner foco en lo que aporta valor a las personas, familiares y clientes, escuchándolos y conociendo sus necesidades para responder.
- Ser coherentes, alineando nuestro propósito, la visión y los valores y políticas con la estrategia, actuaciones, actuaciones y resultados mediante:
  - Una cultura compartida. Importancia de ser coherentes con los valores y transmitirlos entre unas personas y otras. Desplegar unas políticas que consoliden actitudes alineadas con nuestra cultura deseada.
  - Un sistema de gestión que aporta cohesión y coherencia entre los diferentes actores de PRODE.
- Ser sostenibles. Necesitamos ser eficientes para preservar nuestro futuro como organización. Desde la diversidad de actividades, empresas y alianzas, hemos de ser sostenibles en todo lo que hagamos por separado y en su conjunto. Aprovechar las sinergias entre unas actividades y otras. Gestión eficiente.
- Ser ágiles. Rapidez para entender lo que necesita nuestro entorno, adaptarnos y anticiparnos a los cambios.
- Ser transparentes. Compartir a nivel interno y externo.

Todos los elementos de entrada del plan que aquí se muestran (apartados 2 al 6) están incluidos en nuestro proceso de planificación y gestión, y conforman la formulación, desarrollo y despliegue de nuestra visión y propósito.

01

# TENDENCIAS

En la jornada de reflexión estratégica de julio de 2019 realizamos un análisis de tendencias en el Consejo de Dirección, actualizado en enero de 2020.



Fundación  
**pr@de**

## EJE

## KEY WORDS

## TENDENCIAS

### LIDERAZGO

ESTRATEGIA Y  
CULTURA  
ENTORNO  
CLIENTES  
ORGANIZACIÓN

UNIDOS POR LA CULTURA Y DIRECCIÓN POR VALORES.  
INESTABILIDAD POLÍTICO-SOCIAL.  
GLOBALIZACIÓN / MERCADO CAPITALISTA.  
LEY CONTRATACIÓN PÚBLICA / MEDIDAS ALTERNATIVAS.  
CAPACIDAD DE SER COMPETITIVOS.  
ESTRUCTURA FISCAL / SOCIETARIA COMPLEJA. DESLOCALIZACIÓN.

### CAPITAL HUMANO

TENDENCIA PRODE  
MERCADO LABORAL  
PERFILES NECESARIOS  
MARKETING  
PROFESIONALES

GRAN CRECIMIENTO DE NECESIDADES DE PROFESIONALES EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.  
MERCADO LABORAL SATURADO EN LA COMARCA.  
GESTIÓN DE EQUIPOS / APRENDIZAJE / SERENIDAD / CREATIVIDAD / COMUNICACIÓN.  
SER ATRACTIVOS PARA EL MERCADO LABORAL POR VALOR SOCIAL Y SENTIDO DE PERTENENCIA .  
MEJORAR ACTITUDES / CAPACITACIÓN DE ALGUNOS PROFESIONALES PARA EL TRATO A LAS PDI.

### CLIENTES

MERCADO  
CAPITAL HUMANO  
ACTIVIDAD CLAVE  
LA PRIORIDAD  
FILOSOFÍA GESTIÓN  
APROVISIONAMIENTO  
GESTIÓN E+F

CAPACIDAD DE SER COMPETITIVOS.  
NECESIDAD DE PROFESIONALIZACIÓN.  
MARKETING RELACIONAL.  
EL CLIENTE, LO PRIMERO: FIDELIZAR.  
VALOR + AGILIDAD.  
ESTRATEGIA GLOBAL Y CENTRALIZADA EN COMPRAS.  
HACIA LA SOSTENIBILIDAD E-F.

### SOCIEDAD Y ALIANZAS

MARKETING  
FINANCIACIÓN  
ALIANZAS

MARCA PRODE MÁS VISIBLE FUERA DE LA COMARCA.  
USO DE LA TECNOLOGÍA SOCIAL CON CLIENTES.  
DEPENDENCIA INFORMACIÓN DEL CLIENTE (CRM).  
NUEVOS SISTEMAS DE CAPTACIÓN DE FONDOS.  
ALIANZAS (MERCANTIL, ACADÉMICO, SOCIAL, POLÍTICO).

## EJE

## RECURSOS Y DESARROLLO

## KEY WORDS

ECONOMÍA  
AUTONOMÍA  
CULTURA  
EXPLOTACIÓN  
SEGURIDAD  
INFORMACIÓN  
SISTEMAS  
INFORMACIÓN  
APPS PDI  
GESTIÓN  
COMUNICACIONES  
ROBÓTICA  
PROFESIONALES  
BRECHA DIGITAL  
ENCUESTAS  
PROCESOS  
INDICADORES  
MEJORA  
INNOVACIÓN  
MODELOS CALIDAD  
AUDITORÍAS  
SISTEMA GESTIÓN

## TENDENCIAS

DESACELERACIÓN ECONÓMICA / POSIBLE CRISIS.  
INFORMACIÓN E-F FIABLE Y RÁPIDA. QUE TODOS ACCEDAN A LA INFO QUE NECESITAN.  
NECESIDAD DE HACER ANÁLISIS E-F EN ÁREA SOCIAL.  
NECESIDAD DE SEGURIDAD EN LA INFORMACIÓN E-F.  
EXPANSIÓN DE SISTEMAS Y DISPOSITIVOS. DESARROLLO E INTEGRACIÓN (0-365).  
APPS ÚTILES (INFORMACIÓN, FORMACIÓN, ORIENTACIÓN, AUTONOMÍA Y CONEXIONES).  
AUTOMATIZACIÓN DE DATOS PARA ANÁLISIS Y TOMA DE DECISIONES (FILTRAJE Y SÍNTESIS).  
INTERNET DE LAS COSAS. 5G. INFORMACIÓN INMEDIATA.  
PERSONALIZACIÓN DEL PRODUCTO.  
ROBÓTICA PARA LA ASISTENCIA PERSONAL. PROACTIVIDAD.  
AUTOAPRENDIZAJE.  
NECESIDAD FORMACIÓN Y CUALIFICACIÓN (ALFABETIZACIÓN TECNOLÓGICA).  
ABARATAMIENTO DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS.  
PREGUNTAR SOBRE LO QUE EL CLIENTE VALORA O NO CONOCE PERO PUEDE VALORAR (INSIGHTS).  
NO BUROCRACIA. NO REDACTAR. ORIENTACIONES PARA LO IMPORTANTE.  
AUTONOMÍA + VALOR.  
MEDIR LO IMPORTANTE. OBJETIVOS Y RESULTADOS CLAVE.  
ORIENTACIÓN A RESULTADOS. OKR'S.  
CULTURA DE APRENDIZAJE ESCUCHANDO AL EQUIPO, CLIENTES, COLABORADORES Y ENTORNO CANVAS QUE EXPLIQUEN EL FUTURO (NO EL PRESENTE). CONOCIMIENTO PARA INNOVAR.  
ADAPTAR, NO ADOPTAR. INTEGRAR CON UTILIDAD, LO QUE APORTA VALOR.  
AUDITORÍA INTERNAS CON SENTIDO PARA APORTAR + VALOR ( MÁS ALLÁ DE LA ISO).  
SISTEMÁTICA EQUIPOS, SEGUIMIENTO AVANCES.



## EJE

## KEY WORDS

## TENDENCIAS

### PERSONAS CON DI

VALORES  
CALIDAD VIDA  
DERECHOS  
SERVICIOS  
MODELO  
COMUNIDAD  
PROFESIONALES

NO COLECTIVIZAR, NO ES NOSOTROS Y ELLOS. ES CADA PERSONA. DIGNIDAD.  
VISIÓN HOLÍSTICA: BIENESTAR, DESARROLLO DE POSIBILIDADES Y VÍNCULOS.  
CONVENCIÓN Y LA LEY GENERAL DE DERECHOS (MANUAL DE CABECERA PARA TOD@S).  
NO ES SERVICIOS BASADO EN APOYOS, ES APOYOS BASADOS EN LA PERSONA.  
SUPERAR MODELOS TÉCNICOS DE CU. HACIA UN MODELO DE CIUDADANÍA PARA TODOS.  
RIESGOS DE INESTABILIDAD DEL MODELO EN CENTROS DE TRABAJO TRANSFORMACIÓN SERVICIOS.  
SISTEMA DEPENDENCIA ES UNA BARRERA (PLAZAS CONCERTADAS).  
MIRADA A TODA LA COMUNIDAD. INCLUSIÓN ES TRABAJAR PARA LA COMUNIDAD.  
DE EXPERTOS A FACILITADORES. ACTIU. CLAVE: ESCUCHAR, ORIENTAR, ACOMPAÑAR, POSIBILITAR.

### MAYORES DEPENDIENTES

EUROPA  
FAMILIA  
NECESIDADES  
CLIENTES  
MODELO  
TECNOLOGÍA  
MAYORES  
INNOVACIÓN  
EJES

RETO DEL ENVEJECIMIENTO POR MAYOR EXPECTATIVA DE VIDA.  
RETO DE LA SOLEDAD.  
DESCENSO DE CUIDADORES FAMILIARES.  
A MAYOR LONGEVIDAD, MENOR CALIDAD DE VIDA Y MAYOR DEPENDENCIA.  
MAYORES CON ALTO NIVEL CULTURAL (MÁS EXIGENTES, ELLOS/AS DECIDEN).  
MODELO ATENCIÓN CENTRADO EN LA PERSONA.  
EXPANSIÓN USO TECNOLOGÍA. ROBÓTICA.  
NECESIDAD DE INNOVAR EN EL TIPO DE RECURSOS.  
65-80 (AÚN JÓVENES) / 80-90 (CON CU + DEPENDIENTES)

# ANÁLISIS DAFO

02

En la JORNADA DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA de enero 2020, el Consejo de Dirección realizamos un análisis DAFO de debilidades y fortalezas, amenazas y oportunidades. Estas son las conclusiones, revisadas en julio del mismo año.



# DAFO INTERNO

Estrategia clara? Comprometidos? Exigentes? ágiles? Claros? Conocedores de lo que hacemos? Transparentes? Eficaces? Eficientes? Estamos alineados? Innovadores? Motivados?...

# DAFO EXTERNO

Estamos conectados? Grupos interés satisfechos? Buena participación? Política social y legislación clara y favorable? Entorno favorable y alineado? Imagen conocida? Buena imagen?...

## FORTALEZAS (INT)

- Oferta servicios PDI
- Especialización + Conocimiento
- Capacidad de recursos
- Diversificación actividades
- Capacidad de emprender
- Red contactos
- Unidos por valores
- Compromiso con el cambio
- PRODE = Confianza

- Poco autocríticos
- Cultura liderazgo
- Conexión / Orientación a innovación
- Contagiar cultura a todos/as
- Cultura transversalidad
- Concienciación recursos
- Resistencia al cambio
- Cultura atención cliente
- Crecimiento = Menos ágiles

## DEBILIDADES (EXT)

## OPORTUNIDADES (EXT)

- Necesidades no cubiertas
- Mirada a la comunidad
- Legislación contratación pública jóvenes en educación
- Exigencia de mercado
- Digitalización / datos
- Demanda mayores
- Socios/as atractivos/as para empresas
- Crecimiento ayuda a difundir misión

- Plazas sin ocupar
- Dificultad captación profesionales con discapacidad
- Precios bajos = Poco margen
- Ataques a la reputación (Competencia) + Costes salariales
- Economía sumergida
- Poca cohesión en el sector

## AMENAZAS (INT)



03

## APRENDIZAJE

En la JORNADA DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA de enero 2020, el Consejo de Dirección realizamos un ejercicio de aprendizaje para señalar las principales lecciones aprendidas en el período 2017-2020 y propuestas a tener en cuenta en el U Plan Estratégico 2021-2024. Participaron 65 líderes de PRODE en 10 grupos de trabajo. Estas son las conclusiones por ejes revisadas en la jornada estratégica de julio 2020:



Fundación  
**pr@de**

## LIDERAZGO

### Aprendizaje 2017 - 2020

La fuerza de los valores.  
La fuerza de los equipos conectados.  
Flexibilidad 100%.  
Dependemos de las alianzas. Sin alianzas no hay progreso.

### Propuestas 2021 - 2024

Interiorizar los valores en toda la plantilla.  
Que todos se sientan equipo y parte necesaria.  
Conocer las mejores experiencias y hacer alianzas.  
Capacitación de los líderes.

## CAPITAL HUMANO

### Aprendizaje 2017 - 2020

Más autonomía y responsabilidad.  
Aprender a delegar.  
Conocimiento más profundo de PRODE en toda la plantilla.

### Propuestas 2021 - 2024

Interiorizar los valores en toda la plantilla.  
Que todos se sientan equipo y parte necesaria.  
Conocer las mejores experiencias y hacer alianzas.  
Capacitación de los líderes.

## RECURSOS Y DESARROLLO

### Aprendizaje 2017 - 2020

Importancia de planificar  
Sistema de control E-F para la toma de decisiones  
Documentación instalaciones  
Más conciencia de equipo  
Tecnología que ayuda

### Propuestas 2021 - 2024

Cuidar instalaciones PRODE como si fueran propias  
(FLECHA. PARA ARRIBA) eficiencia recursos en  
planificación inversiones  
Innovación en gestión y cuidado de los recursos  
Implantar lo aprendido

## CLIENTES

### Aprendizaje 2017 - 2020

Sin cliente no hay empresa  
Estrategia comercial y marketing  
Conciencia de gestión y venta  
Rapidez + eficacia = confianza  
Productos y servicios valorados

### Propuestas 2021 - 2024

Negocios con valor y rentables  
Relaciones comerciales que generen vínculo  
Profesionales + sociales  
Datos para analizar necesidades cliente  
Más proactivos, rápidos y profesionales

## SOCIEDAD Y ALIANZAS

### Aprendizaje 2017 - 2020

Importancia de estar en sitios estratégicos (Córdoba)  
Foros y visitas  
Medios comunicación  
Alianzas con grandes empresas  
Marca Fundación PRODE para generar conocimiento  
Importancia de la red de contactos (confianza)

### Propuestas 2021 - 2024

Aumentar calidad servicios PRODE para  
proteger la marca  
Afianzar conocimiento sobre PRODE en la provincia  
Potenciar medidas alternativas / RSC

## PERSONAS Y FAMILIAS

### Aprendizaje 2017 - 2020

Foco en bienestar personas = cambios en los servicios  
PEC nos sube al mismo carro (proyectos).  
Unificar criterios  
Tecnología adaptada  
Seguimiento de resultados  
Incorporar profesionales especializados  
Comunidad rechaza grupos grandes

### Propuestas 2021 - 2024

Adaptar espacios y organización a cada persona  
sinergias social-laboral  
Profesionales + cualificados  
Servicios descentralizados  
participación familias  
Normalizar visión positiva de los mayores. Vínculos  
vecinales. Quitar uniformes  
Incorporar tendencias

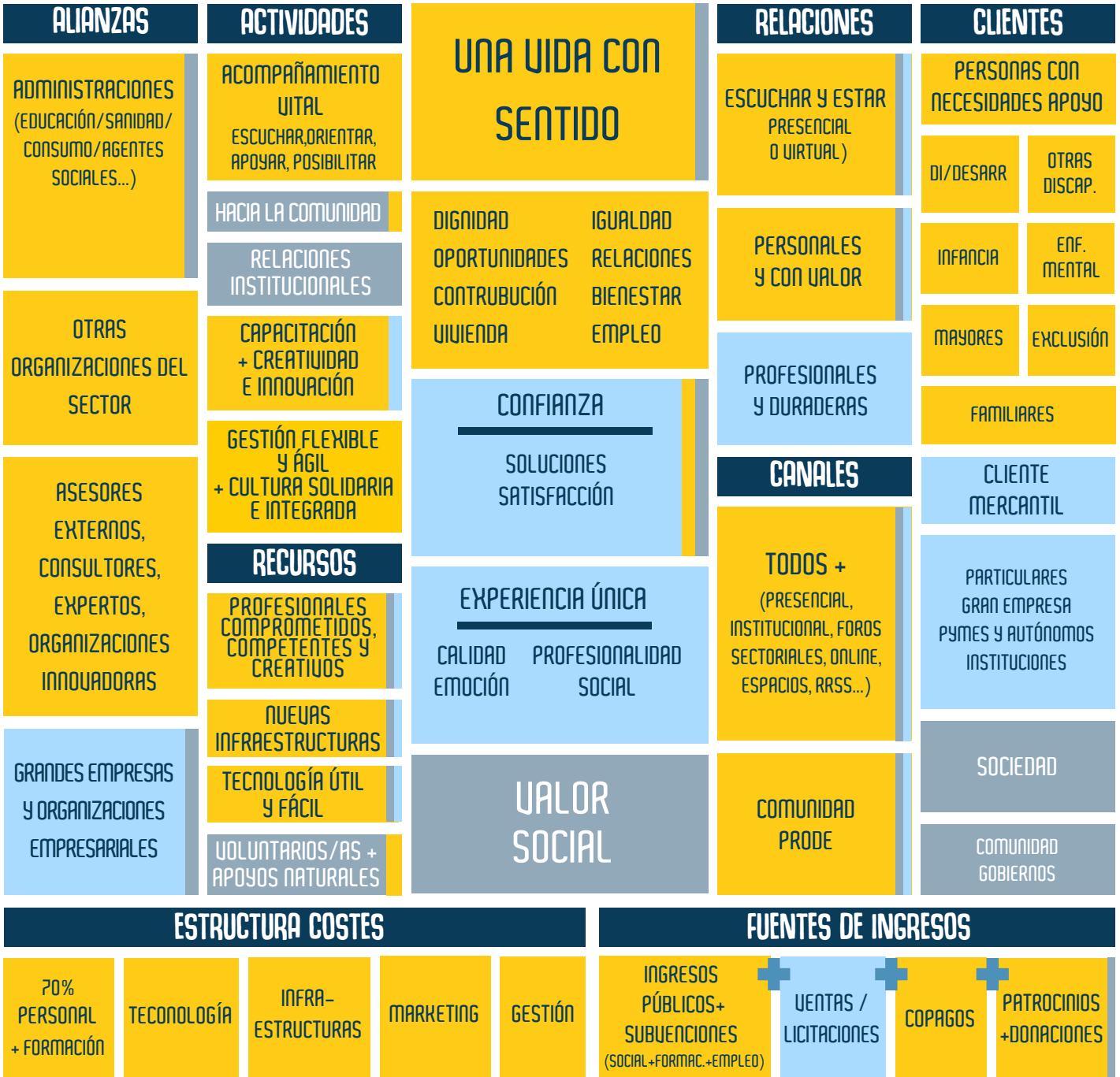
# VISIÓN ESTRATÉGICA

04

En la JORNADA DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA de enero 2020, el Consejo de Dirección realizamos un CANVAS de PRODE para fijar los principales focos que definen nuestra visión estratégica a 4 años, actualizada anualmente. Esta versión fue revisada en la jornada estratégica de julio de 2020.



Fundación  
**pr@de**





05

## CULTURA

En la JORNADA DE REFLEXIÓN ESTRATÉGICA de enero de 2020 y en varios foros más (con la participación de personas, profesionales y familias), el consejo de dirección realizamos una revisión del propósito y valores, integrando la visión en el modelo Canvas. La revisión finalizó en noviembre 2020.



Fundación  
**pr@de**

## ANTERIOR (FEBRERO 2017)

Mejorar la calidad de vida de cada persona con discapacidad intelectual, promover la inserción laboral de personas con discapacidad, y que dispongan de las mismas oportunidades que el resto de ciudadanos.

## NUEVA REVISIÓN (SEPTIEMBRE 2020)

Acompañar (1) a cada persona (2) en el desarrollo de una vida con sentido (3), basada en la búsqueda de la felicidad (4)

(1) La elección del término "acompañar" dentro del propósito de Fundación PRODE adquiere un sentido determinado. Etimológicamente, significa compartir espacio y tiempo con alguien. Este acompañamiento, lejos de poseer un carácter puntual o temporal adquiere continuidad en el tiempo y trasciende lo que sería una mera acción concreta de apoyo o ayuda. La persona acompañada es la que marca el rumbo, en este caso, el rumbo de su vida, en base a sus preferencias, aspiraciones y metas personales. La función de las personas que acompañamos no es otra que estar al lado de la persona, escucharla y conocerla.

(2) Personas con discapacidad intelectual y del desarrollo, personas con otras discapacidades, personas con enfermedad mental, personas mayores y personas en riesgo de exclusión social.

(3) Hacemos referencia tanto individual como colectivamente a la dignidad, igualdad, empleo, vivienda, oportunidades, relaciones positivas y significativas, bienestar y contribución en la sociedad.

Una buena vida (o vida con sentido) debe partir de quién eres en realidad, qué dones tienes, necesitas libertad, pero también ayuda. Para ayudar a alguien a tener una buena vida, hay que pensar en todos los aspectos de su vida. Por ejemplo: ¿dónde quieres vivir?, ¿cómo quieres vivir?, ¿qué es lo que quieres? ¿de qué tipo de persona necesitas ayuda? Simon Duffy (Coordinador de Citizen Networ, pionero en la desinstitutionalización en Reino Unido, experto en innovación social)

(4) La "felicidad" sería el resultado de tener una buena vida o una vida con sentido y, según se entiende desde Fundación PRODE, va más allá y engloba al concepto de "calidad de vida".

El concepto de felicidad es un estado que surge cuando ciertas condiciones relevantes para la persona están asociadas a una sensación de satisfacción o bienestar. Emilio Moyano Díaz (Psicólogo y catedrático en la Universidad de Chile).

El concepto de calidad de vida proporciona un marco de referencia integrador para promover el bienestar individual, familiar y en la prestación de servicios y apoyos, con un enfoque centrado en los derechos de la persona. Permite realizar una evaluación objetiva de las 8 dimensiones que la componen para, posteriormente, proporcionar los apoyos de manera individualizada. El actual modelo por el que nos regimos en Fundación PRODE es el de Calidad de Vida (Schalock y Verdugo). Este modelo se alinea con el paradigma de apoyos para dar la oportunidad de ayudar a las personas a mejorar su calidad de vida a través de los Planes Personales de Apoyo (PPA). Todo esto no es posible, si la organización no va pareja con estos cambios. Por ello, también se producen continuos cambios organizacionales que hacen que todo esto sea una realidad.

# VISIÓN

Ser una organización que genera confianza, satisfacción y resultados a todo su entorno: personas y familias, profesionales, clientes y sociedad

# VALORES

## ANTERIOR (FEBRERO 2017)

- .Justicia social y universalidad.
- .Dignidad e igualdad
- .Honestidad, compromiso y transparencia.
- .Empatía y atención personalizada.
- .Calidad, profesionalidad e innovación social.
- .Sostenibilidad

## NUEVA REVISIÓN (SEPTIEMBRE 2020)

- . Justicia social y universalidad
- . Dignidad e igualdad
- . Honestidad, compromiso y transparencia
- . Calidad, profesionalidad e innovación social



# INDICADORES DE GESTIÓN

06

Desde Fundación PRODE, hemos implantado un cuadro de mando de indicadores para el despliegue de la estrategia 2017-2020, que se revisará y adaptará a la nueva estrategia 2021-24. El cuadro de mando se revisa mensualmente en Consejo de Dirección y se traslada a los equipos de áreas.



Fundación  
**pr@de**

## LIDERAZGO Y CAPITAL HUMANO

ESTRATEGIA	INDICADOR	RESULTADO 2020	OBJETIVO 2021	RESULTADO 2021	OBJETIVO 2022
Cultura PRODE	Nº Contratos	544	555	616	710
	Nº Profesionales	536	550	606	700
	% Profesionales con discapacidad	54,9%	≥55%	54,7%	≥55%
	Nº Profesionales con discapacidad	294	320	338	385
	Índice crecimiento profesionales con discapacidad	1,4%	2%	15%	20%
	Índice crecimiento profesionales total	-2,5%	2%	9%	17%
Talento, autonomía y responsabilidad	Nº Formaciones impartidas por profesionales PRODE		12	18	20
	% Formaciones impartidas por profesionales PRODE		30%	39,13%	43%
	Horas formación / profesional	18,89	≥20	7,9	≥10
	Nº Horas formación	1247	1000	2030	6000
	Nº Profesionales que reciben formación		230	249	300

## DESARROLLO SOSTENIBLE

ESTRATEGIA	INDICADOR	RESULTADO 2020	OBJETIVO 2021	RESULTADO 2021	OBJETIVO 2022
Eficiencia y sostenibilidad económica	Evolución ingresos de funcionamiento	28,7%	29,80%	26,34%	25%
	Ratio de tesorería	3,17	2,75	2,02	1,25
	Deuda/EBITDA	1,49%	1,49	0,72	1
	EBITDA	884.389,44€	700.347,37€	1.450.000 €	1.400.000 €
	EBITDA sobre ingresos de funcionamiento			8,23%	8%
	EBITDA sobre ventas			9,47%	8,5%
	Mano de obra sobre ventas			59,50%	60%

## CLIENTES

ESTRATEGIA	INDICADOR	RESULTADO 2020	OBJETIVO 2021	RESULTADO 2021	OBJETIVO 2022
Actividades con valor y sostenibles	Índice evolución ventas Área Laboral	11,30%	12%	52,62%	40%
	Índice evolución ingresos de funcionamiento Área Laboral	3,90%	4%	46,32%	35%
	Margen bruto sobre ventas	40,87%	40%	43,39%	42%
	EBITDA sobre ventas	8,03%	9%	12,05%	10%
	Beneficio sobre ventas	6,21%	7%	10,50%	8%
	Beneficio sobre ingresos de funcionamiento	5,30%	6%	8,07%	6%
Productividad, rapidez y profesionalidad	Índice satisfacción clientes	4,67	≥4,5	4,63	≥4,5
	Índice satisfacción rapidez de respuesta	4,71	≥4,5	4,59	≥4,5
	Índice fiabilidad del producto o servicio	4,55	≥4,5	4,62	≥4,5

## SOCIEDAD Y ALIANZA

ESTRATEGIA	INDICADOR	RESULTADO 2020	OBJETIVO 2021	RESULTADO 2021	OBJETIVO 2022
Construir confianza	Apariciones en medios	132	140	146	150
	Experiencias de aprendizaje compartidas	60	80	88	108
	Reconocimientos externos recibidos	1	≥1	11	≥2
Estar presentes	Amigos en redes sociales	86.110	94.000	96.163	106.000
	№ visitas/presentaciones colectivos externos	21	30	38	44
Ser más	Colaboradores con convenio	15	≥15	19	≥15
	Voluntarios	140	140	140	150
Valor social	Convenios con AAPP	13	≥5	17	≥5

# PERSONAS Y FAMILIAS

ESTRATEGIA	INDICADOR	RESULTADO 2020	OBJETIVO 2021	RESULTADO 2021	OBJETIVO 2022
Servicios centrados en la persona	Índice ocupación Área Social	91,7%	≥93%	91,4%	≥93%
	Personas en atención temprana	80	≥90	102	≥95
	Personas en educación	26	≥45	31	≥33
	Índice ocupación Área Dependencia	71,3%	≥80%	58%	≥80%
	PM en Servicio Ayuda a Domicilio	96	≥80	153	≥90
	PDI en formación, orientación, ocupación y empleo	97	≥100	131	≥135
	PDI servicio vivienda independiente	18	≥20	19	≥20
	PDI unidades de apoyo a la actividad profesional	50	≥70	48	≥46
	Índice de apoyo a la vivienda PDI	58,94%	≥50%	54,77%	≥50%
	PDI con PPA	92%	100%	98%	100%
	PM con PPA	95%	100%	99%	100%

07

## FOCOS ESTRATEGIA 2021-2024

En la JORNADA DE ENFOQUE del nuevo plan estratégico, de septiembre de 2020, en el Consejo de Dirección definimos 22 focos (objetivos estratégicos) a partir de la revisión de todos los inputs de la nueva estrategia.



Fundación  
**pr@de**



## LIDERAZGO Y CAPITAL HUMANO

CULTURA PRODE

TALENTO, AUTONOMÍA Y RESPONSABIL.

ORGANIZ FLEXIBLE E INNOVADORA

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

SATISFACCIÓN E ILUSIÓN

## DESARROLLO SOSTENIBLE

EFICIENCIA Y SOSTENIB. ECONÓMICA

ENTORNOS AMABLES Y RECURSOS CUIDADOS

TECNOLOGÍA QUE FACILITE

GESTIÓN ÁGIL

SOSTENIB. AMBIENTAL

## PERSONAS Y FAMILIAS

SERVICIOS CENTRADOS EN LA PERSONA

MÁS CALIDAD DE VIDA

INCLUSIÓN Y COMUNIDAD

ADAPTARNOS A NUEVOS PERFILES DE MAYORES

PARTICIPACIÓN DE LAS FAMILIAS

## CLIENTES

ACTIVIDADES CON VALOR Y RENTABLES

RELACIONES QUE GENEREN UÍNCULO

PROACTUIDAD, RAPIDEZ Y PROFESIONALIDAD

## SOCIEDAD Y ALIANZAS

ESTAR PRESENTES

SER MÁS

GENERAR CONFIANZA

VALOR SOCIAL



# OBJETIVOS Y RESULTADOS CLAVE 2021

08

Entre octubre 2020 y enero 2021 hemos realizado diversas sesiones con el Comité de Áreas para instaurar la metodología de OKRs (objetivos y resultados clave) en la traslación de los 22 focos de la organización a los resultados que queremos alcanzar en 2021. Esto nos permitirá:

- Poner foco en base a los objetivos de Fundación PRODE
- Una planificación más ágil y a corto plazo con revisiones cuatrimestrales
- Que los diversos equipos (Capital Humano, Recursos y Desarrollo, Marketing y comunicación, Laboral, Social, Sociolaboral y Dependencia) generen KR's que contribuyan a los KR's corporativos



Fundación  
**pr@de**

# A. LIDERAZGO Y CAPITAL HUMANO

Líderes que construyen el futuro de la organización. Reconocidos por su ejemplo en integridad ética y profesionalidad. Que están donde y cuando se les necesita, son flexibles, están conectados, se anticipan, impulsan el cambio y comparten el conocimiento y los logros con toda la organización.

CULTURA  
PRODE

TALENTO,  
AUTONOMÍA Y  
RESPONSABILIDAD

ORGANIZACIÓN  
FLEXIBLE E  
INNOVADORA

GESTIÓN DEL  
CONOCIMIENTO

SATISFACCIÓN E  
ILUSIÓN

## OBJETIVO ESTRATÉGICO

### 1. CULTURA PRODE

Un compromiso ético DE TOD@S, CON TOD@S y PARA TOD@S. Que todos estemos comprometidos con nuestros valores y objetivos, actuemos en coherencia con nuestras señas de identidad y nos sintamos orgullosos/as de formar parte de Fundación PRODE.

### 2. TALENTO, AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD

Personas resolutivas y autoexigentes que desarrollan y aplican sus capacidades al máximo nivel. Facilitar la autonomía de las personas desde la delegación para que tomen las mejores decisiones.

### 3. ORGANIZACIÓN FLEXIBLE E INNOVADORA

Construir un futuro entre TOD@S siendo una organización flexible e impulsando el cambio desde el aprendizaje, la mejora, la creatividad y la innovación.

## RESULTADOS CLAVE 2021

- 100% profesionales implicados en los objetivos PRODE.
- 100% compromiso ético firmado.
- $\geq 80\%$  profesionales con alto compromiso. (Evaluación por competencias)
- 100% profesionales formados en cultura PRODE.

- 100% profesionales con evaluación por competencias.
- 75% profesionales cualificados para su trabajo.
- Diseño de cuestionario en delegación.
- Formación a responsables en delegación.
- Cuestionario en delegación respondido por el 100% profesionales.
- Valoración resultados delegación.
- Desarrollar proyecto +APOYOS.
- Estudio actividades de empleo para reserva de puestos de trabajo para PDI/TM.

- 50% de las experiencias presentadas en las jornadas "Aprendiendo Juntos" se aplican.

#### 4. OPTIMIZAR EL CONOCIMIENTO

Estar conectados con el entorno y conocer y anticipar las tendencias.

Participar en redes externas.

Comunicar y compartir las mejores prácticas, y poner el conocimiento al servicio de la organización.

- Definir centro de aprendizaje.

#### 5. SATISFACCIÓN E ILUSIÓN

Ser una organización que genera oportunidades para las personas.

Que estén orgullosas de formar parte y se sientan implicadas, motivadas y reconocidas.

- Diseñar encuesta sobre participación en la mejora.
- 100% profesionales encuestados en participación de la mejora.
- Planificar “desayunos de tú a tú”.
- Implantar “desayunos de tú a tú”.
- Participación de los profesionales en RRSS PRODE.
- Elaboración plan comunicación interna.

## B. DESARROLLO SOSTENIBLE

Poner todos los recursos de PRODE al servicio de nuestra misión social de forma eficiente y sostenible, mirando al futuro. Desarrollar una tecnología y un sistema de gestión que nos ayude a comprender la organización, tomar las mejores decisiones y ser ágiles para reaccionar ante los riesgos y oportunidades.

EFICIENCIA Y  
SOSTENIB.  
ECONÓMICA

ENTORNOS  
AMABLES Y  
RECURSOS  
CUIDADOS

TECNOLOGÍA QUE  
FACILITE

GESTIÓN ÁGIL

SOSTENIB.  
AMBIENTAL

## OBJETIVO ESTRATÉGICO

### 6. EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD ECONOMÍA

Gestión de los recursos económicos de forma eficiente y sostenible.

## RESULTADOS CLAVE 2021

- Elaborar un plan de negocio de logística.
- Visita almacenes Juan XXIII.
- 100% actividades con control de gastos y desuiciación presupuestaria.
- Marcar objetivo 2021 evolución ingresos funcionamiento.
- Objetivo EBITDA/ventas.

### 7. ENTORNOS AMABLES Y CUIDADOS

Instalaciones con diseño y amables para las personas. Recursos cuidados, seguros y eficientes. Que el cuidado sea una responsabilidad de todos.

- Análisis de resultados de satisfacción y plan de mejora instalaciones.
- Definir objetivo reforma instalaciones.
- Formular indicador satisfacción instalaciones.
- Informe priorización reforma instalaciones.
- Formular indicadores eficiencia instalaciones.

### 8. TECNOLOGÍA QUE FACILITE

Una tecnología que nos haga más ágiles: que facilite la información adecuada para la toma de decisiones y agregue más valor.

- Cuestionario brecha digital al 100% de las familias.
- Cuestionario brecha digital al 100% personas con discapacidad.
- Cuestionario brecha digital al 100% profesionales.
- Definir equipo trabajo SGSI.
- Formación ciberseguridad a profesionales.
- Creación e implantación observatorio ciberseguridad.
- Elegir standard base SGSI.

## 9. GESTIÓN ÁGIL Y SOSTENIBLE

Un sistema de gestión adaptativo que ayude eficazmente a la toma de decisiones, consiguiendo entregar valor y orientado a resultados.

- Sello 500 en evaluación externa EFQM.

## 10. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Equilibrio social-económico-medioambiental de manera que se garantice, en la mayoría de lo posible, una continuidad de futuro.

- Implantar ISO 14001.
- Seguimiento ISO 14001.
- Informe sobre auditoría externa ODS.
- Ampliación del ámbito de actuación del "Dehesafío".
- Informe sobre economía circular.



# C. CLIENTES

Desarrollar actividades con valor y rentables, y que nos elijan por nuestra calidad, además del valor social.

Construir relaciones de confianza. Ser proactivos, escuchar y adelantarnos a las necesidades de los clientes y responder con rapidez y profesionalidad para generar vínculo emocional entre los clientes y Prode.

ACTIVIDADES  
CON VALOR Y  
RENTABLES

RELACIONES QUE  
GENEREN VÍNCULO

PROACTIVO., RAPIDEZ  
Y PROFESIONALIDAD

## OBJETIVO ESTRATÉGICO

### 11. ACTIVIDADES CON VALOR Y SOSTENIBLES

Actividades rentables que generen beneficios diferenciales, relevantes y creíbles para los clientes. Todos los profesionales volcados en "dar lo + " al cliente, generando confianza.

### 12. RELACIONES CON VÍNCULO

Crear relaciones a largo plazo con nuestros clientes, basadas en la emoción y la empatía, volcándonos en lograr su felicidad y sus deseos en todo momento, haciéndoles ver que " además " ayudan a mejorar la vida de muchas personas. Intentar conocer al cliente cada vez más.

### 13. PROACTIVIDAD, RAPIDEZ Y PROFESIONALIDAD

Ser proactivos en la detección de necesidades del cliente. Desarrollar buenos productos y campañas de marketing, escucharlo de manera activa y ser rápidos y resolutivos para satisfacer sus demandas, usando procesos ágiles que nos permitan adaptarnos (tecnología que facilite la rapidez).

## RESULTADOS CLAVE 2021

- Formular indicador y objetivo captación nuevos clientes.
- Fijar objetivo margen bruto al 100% actividades laborales.
- Formular indicador productividad.
- Formular indicador inserción PDI/TM por actividad.
- Fijar objetivo EBITDA al 100% actividades laborales.

- Identificar puntos contacto clientes en 100% actividades laborales.
- Definición viaje cliente en 100% actividades laborales.
- Identificar fuentes información escucha al cliente.
- Informe escucha activa al cliente 100% actividades laborales.
- Formular indicador fidelización clientes.

- Identificar indicadores clave en 100% actividades laborales.
- Automatización indicadores clave en 80% actividades laborales.
- Elaborar informe reporting indicadores clave en 80% actividades.

## D. SOCIEDAD Y ALIANZAS

Formar parte activa de la comunidad estando presentes, generando confianza, ampliando el tejido social y generando valor público para toda la ciudadanía.

ESTAR  
PRESENTES

SER MÁS

GENERAR  
CONFIANZA

VALOR SOCIAL

## OBJETIVO ESTRATÉGICO

### 14. ESTAR PRESENTES Y SER MÁS

Más presencia, capacidad de interlocución y participación activa con instituciones, organismos y otras entidades. Transmitir filosofía PRODE. Más alianzas y colaboradores enamorados de Fundación PRODE para construir juntos un tejido social fuerte e implicado con nuestro propósito.

## RESULTADOS CLAVE 2021

- $\geq 30$  visitas a PRODE
- 5 áreas de PRODE en al menos 1 foro influyente.
- Identificar foros de influencia para PRODE.
- Campaña captación profesionales en Córdoba.
- Formular indicador consumo de profesionales en PRODE.
- Definir procedimiento de implantación de la organización en cualquier lugar.
- Identificar puntos contacto en grupos interés PRODE, excepto en clientes.
- Definición viaje del cliente con los grupos de interés, excepto en clientes.

### 15. CONSTRUIR CONFIANZA

Ser transparentes comunicando de manera sencilla lo que hacemos y conseguimos, y compartiendo las mejores prácticas.

- Portal de transparencia en Web.
- Campaña comunicación propósito PRODE en RRSS.
- Comunicar nuestro propósito.

### 16. VALOR SOCIAL

Contribuir en la mejora de la sociedad para que sea más justa, inclusiva, sensible, accesible y solidaria mediante cambios sociales y legislativos.

- Identificar estrategia alineada con ODS.
- 100% profesionales formados en estrategia alineada con ODS.

# E. PERSONAS Y FAMILIAS

Prestar apoyos a las personas con DI y mayores dependientes, atendiendo sus necesidades actuales y futuras. Empoderarlas favoreciendo su participación dentro y fuera de la organización. Dar una atención personalizada, cercana y empática, que genere satisfacción y confianza. Todo ello, para mejorar la calidad de vida.

SERVICIOS  
CENTRADOS EN  
LA PERSONA

MÁS CALIDAD  
DE VIDA

INCLUSIÓN Y  
COMUNIDAD

ADAPTARNOS  
A NUEVOS  
PERFILES DE  
MAYORES

PARTICIPACIÓN  
DE LAS  
FAMILIAS

## OBJETIVO ESTRATÉGICO

### 17. 1º LA PERSONA

Situar a la persona en el centro: Servicios flexibles. Atención personal hacia el acompañamiento vital. Satisfacción, confianza e ilusión.

## RESULTADOS CLAVE 2021

- Planificar formación PAD sobre cambio de modelo.
- Sistematizar formación básica incorporación PAD.
- Definir indicadores flexibilización.
- Elaborar cuestionario flexibilización.
- Pasar cuestionario flexibilización 100% PDI y PM.
- Definir figura profesional referente.
- Comunicar figura profesional referente.
- Apoyo telemático a PDI/TM en ASL mientras Covid-19.

### 18. MÁS CALIDAD DE VIDA

Contribuir activamente a mejorar la calidad de vida de cada persona: su bienestar, sus oportunidades, sus derechos y su vinculación social.

- Definir proyecto "tecnología para tod@s".
- Formación 100% profesionales CAIT modelo entornos naturales.
- Informes de seguimiento a las familias CAIT.
- 10% usuarios CAIT con intervención en entornos naturales.
- Diseñar proyecto "Centros libres de sujeciones".
- Implantar plan participación en foros.
- ≥30 PDI participan en foros.
- ≥1 persona por servicio con plan ACP/AA.

## 19. INCLUSIÓN Y COMUNIDAD

Generar oportunidades y prestar apoyos para que las personas, según sus capacidades y deseos, participen activamente en la comunidad.

- Definir profesionales comunidad + estudio necesidades.
- Especialidades formativas para fomentar inclusión sociolaboral.
- Formular indicador actividades inclusivas.
- Objetivo comunidad en PPA personas percentil <50 en inclusión.

## 20. SATISFACCIÓN NUEVOS MAYORES

Cambio de enfoque en las actividades como consecuencia del cambio de perfil de las personas mayores.

- Elaborar herramienta valoración deseos e inquietudes.

## 21. PARTICIPACIÓN DE LAS FAMILIAS

Implantación de un servicio de apoyo a familias (SAF)

- Nuevo responsable servicio familias.
- Formación a la persona responsable SAF.
- Creación de información SAF para familias (folletos, manual, etc).
- Creación grupos difusión y comunicación a familias.
- Organización SAF en la estructura PRODE Office365.
- App " partes diarios" para comunicación de contactos familiares con los centros.
- Incorporar SAF a la web PRODE.
- Creación proceso Familias.





# Fundación pro@de



## SEDES CENTRALES

San Cristóbal, 10, 14400, Pozoblanco (Córdoba)  
Avenida del Aeropuerto, 14004, Córdoba

## DELEGACIONES

Hinojosa del Duque  
Peñarroya-Pueblonuevo  
El Uiso  
Dos Torres

VIVE LA VIDA



[WWW.PRODE.ES](http://WWW.PRODE.ES)

Teléfono: 957 77 00 33 / Fax: 957 77 04 02