



MÁSTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA INDUSTRIAL

TRABAJO FIN DE MÁSTER
RAINBOW FAMILY

Autor: Rufino de Pablo- Romero, M^a Cristina.

Director: Reina Álvarez de Sotomayor, Marta.

Entidad colaboradora: Fundación Mary Ward.

AUTORIZACIÓN PARA LA DIGITALIZACIÓN, DEPÓSITO Y DIVULGACIÓN EN RED DE PROYECTOS FIN DE GRADO, FIN DE MÁSTER, TESIS O MEMORIAS DE BACHILLERATO

1º. Declaración de la autoría y acreditación de la misma.

El autor Dña. M^a Cristina Rufino de Pablo-Romero DECLARA ser el titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra: RAINBOW FAMILY, que ésta es una obra original, y que ostenta la condición de autor en el sentido que otorga la Ley de Propiedad Intelectual.

2º. Objeto y fines de la cesión.

Con el fin de dar la máxima difusión a la obra citada a través del Repositorio institucional de la Universidad, el autor **CEDE** a la Universidad Pontificia Comillas, de forma gratuita y no exclusiva, por el máximo plazo legal y con ámbito universal, los derechos de digitalización, de archivo, de reproducción, de distribución y de comunicación pública, incluido el derecho de puesta a disposición electrónica, tal y como se describen en la Ley de Propiedad Intelectual. El derecho de transformación se cede a los únicos efectos de lo dispuesto en la letra a) del apartado siguiente.

3º. Condiciones de la cesión y acceso

Sin perjuicio de la titularidad de la obra, que sigue correspondiendo a su autor, la cesión de derechos contemplada en esta licencia habilita para:

- a) Transformarla con el fin de adaptarla a cualquier tecnología que permita incorporarla a internet y hacerla accesible; incorporar metadatos para realizar el registro de la obra e incorporar “marcas de agua” o cualquier otro sistema de seguridad o de protección.
- b) Reproducirla en un soporte digital para su incorporación a una base de datos electrónica, incluyendo el derecho de reproducir y almacenar la obra en servidores, a los efectos de garantizar su seguridad, conservación y preservar el formato.
- c) Comunicarla, por defecto, a través de un archivo institucional abierto, accesible de modo libre y gratuito a través de internet.
- d) Cualquier otra forma de acceso (restringido, embargado, cerrado) deberá solicitarse expresamente y obedecer a causas justificadas.
- e) Asignar por defecto a estos trabajos una licencia Creative Commons.
- f) Asignar por defecto a estos trabajos un HANDLE (URL *persistente*).

4º. Derechos del autor.

El autor, en tanto que titular de una obra tiene derecho a:

- a) Que la Universidad identifique claramente su nombre como autor de la misma
- b) Comunicar y dar publicidad a la obra en la versión que ceda y en otras posteriores a través de cualquier medio.
- c) Solicitar la retirada de la obra del repositorio por causa justificada.
- d) Recibir notificación fehaciente de cualquier reclamación que puedan formular terceras personas en relación con la obra y, en particular, de reclamaciones relativas a los derechos de propiedad intelectual sobre ella.

5º. Deberes del autor.

El autor se compromete a:

- a) Garantizar que el compromiso que adquiere mediante el presente escrito no infringe ningún derecho de terceros, ya sean de propiedad industrial, intelectual o cualquier otro.
- b) Garantizar que el contenido de las obras no atenta contra los derechos al honor, a la intimidad y a la imagen de terceros.
- c) Asumir toda reclamación o responsabilidad, incluyendo las indemnizaciones por daños, que pudieran ejercitarse contra la Universidad por terceros que vieran infringidos sus derechos e intereses a causa de la cesión.
- d) Asumir la responsabilidad en el caso de que las instituciones fueran condenadas por infracción

de derechos derivada de las obras objeto de la cesión.

6º. Fines y funcionamiento del Repositorio Institucional.

La obra se pondrá a disposición de los usuarios para que hagan de ella un uso justo y respetuoso con los derechos del autor, según lo permitido por la legislación aplicable, y con fines de estudio, investigación, o cualquier otro fin lícito. Con dicha finalidad, la Universidad asume los siguientes deberes y se reserva las siguientes facultades:

- La Universidad informará a los usuarios del archivo sobre los usos permitidos, y no garantiza ni asume responsabilidad alguna por otras formas en que los usuarios hagan un uso posterior de las obras no conforme con la legislación vigente. El uso posterior, más allá de la copia privada, requerirá que se cite la fuente y se reconozca la autoría, que no se obtenga beneficio comercial, y que no se realicen obras derivadas.
- La Universidad no revisará el contenido de las obras, que en todo caso permanecerá bajo la responsabilidad exclusiva del autor y no estará obligada a ejercitar acciones legales en nombre del autor en el supuesto de infracciones a derechos de propiedad intelectual derivados del depósito y archivo de las obras. El autor renuncia a cualquier reclamación frente a la Universidad por las formas no ajustadas a la legislación vigente en que los usuarios hagan uso de las obras.
- La Universidad adoptará las medidas necesarias para la preservación de la obra en un futuro.
- La Universidad se reserva la facultad de retirar la obra, previa notificación al autor, en supuestos suficientemente justificados, o en caso de reclamaciones de terceros.

Madrid, a 17 de Julio de 2019

ACEPTA

Fdo.....


Declaro, bajo mi responsabilidad, que el Proyecto presentado con el título

RAINBOW FAMILY

en la ETS de Ingeniería - ICAI de la Universidad Pontificia Comillas en el

curso académico 2018/2019 es de mi autoría, original e inédito y

no ha sido presentado con anterioridad a otros efectos. El Proyecto no es plagio de otro,

ni total ni parcialmente y la información que ha sido tomada

de otros documentos está debidamente referenciada.

Fdo.: M^a Cristina Rufino de Pablo-Romero Fecha: 19/ 07/2019



Autorizada la entrega del proyecto

EL DIRECTOR DEL PROYECTO

Fdo.: Marta Reina Álvarez de Sotomayor

Fecha: 19/ 07/2019





MÁSTER UNIVERSITARIO EN INGENIERÍA INDUSTRIAL

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Rainbow Family

Autor: Rufino de Pablo-Romero, M^a Cristina.

Director: Reina Álvarez de Sotomayor, Marta.

Entidad colaboradora: Fundación Mary Ward

Madrid

Julio de 2019

Resumen del proyecto

La profesionalización de Rainbow Family surge como una oportunidad de asentar un proyecto incipiente sobre unas bases y unos procedimientos que permitan no solo la profesionalización del proyecto, sino aumentar la probabilidad de que el mismo perdure en el tiempo.

Rainbow Family es un proyecto que nace tras una experiencia de voluntariado en Calcuta (India) de siete jóvenes durante el verano de 2018. Esta experiencia se desarrolla en el proyecto Loreto Rainbow Homes, colegios de la Fundación Mary Ward cuya misión es acoger a aquellas niñas más vulnerables de Calcuta y no solo garantizarles un hogar, comida, educación y un seguimiento de su salud, sino devolverles lo máspreciado de un niño, su infancia, permitiéndoles desarrollarse en un entorno seguro y de protección absoluta, de la que carecen en las calles de la ciudad.

El proyecto Loreto Rainbow Homes, nace en 1998 de la mano de Sister Cyril, monja del Instituto de la Bienaventurada Virgen María (IBVM) o más conocido como el Loreto, congregación asociada a la Fundación Mary Ward. Desde entonces se han conseguido habilitar 6 colegios para acoger a más de 600 niñas, de las calles de Calcuta, comprendidas en edades de entre 4 y 18 años.

Inquietudes, necesidad de cambio, lucha por estas desigualdades y una mezcla de sensaciones entre alegrías y tristezas, son las razones principales que motivaron al grupo de amigas que acudió de voluntariado a Calcuta a desarrollar el proyecto Rainbow Family, en septiembre de 2019, de la mano de la Fundación Mar Ward.

Rainbow Family nace con la misión de acercar la realidad de la situación de la India a la sociedad occidental, enfocándose en la educación de las mujeres y niñas para así permitirles tener una vida digna y hacer frente a los problemas generados por no tener un hogar: trata, prostitución, violaciones, etc. El proyecto quiere ser reconocido como un proyecto de apoyo a las mujeres de la India, comprometido con su educación, con su integración en la sociedad, y con su independencia. La mejora de calidad de vida de las niñas que son partícipes del proyecto, para que vivan en igualdad y con dignidad.

Para poder llevar a cabo esto, Rainbow Family se divide en dos áreas de trabajo de igual importancia. Conseguir la financiación necesaria para contribuir en la mejora de la calidad de vida de las niñas que actualmente habitan en los Loreto Rainbow Homes y de esta forma ayudar a impulsar el proyecto a corto y largo plazo. Y simultáneamente, desarrollar un programa de voluntariado que anualmente acoja un grupo de voluntarias españolas. Esta experiencia permitirá a ambas partes del proyecto, las voluntarias y las niñas indias, un intercambio cultural muy enriquecedor, además de colaborar muy activamente en la educación de estas niñas y en la gestión de los Loreto Rainbow Homes.

El objeto del proyecto, por tanto, es profesionalizar el proyecto Rainbow Family para facilitar su perpetuidad en el tiempo y sobre todo optimizar la gestión del proyecto y el trabajo del equipo.

Para ello, se han desarrollado dos objetivos principales, muy ligados a las áreas de trabajo de Rainbow Family:

1. Desarrollar un sistema de captación de fondos que contribuya a la sostenibilidad de Loreto Rainbow Homes.
2. Optimizar la gestión del voluntariado que acude desde España a Loreto Rainbow Homes.

La metodología seguida para el desarrollo de un **sistema de captación de fondos** ha sido la siguiente:

- Primeramente, se ha analizado a los competidores existentes y todas las vías de financiación disponibles para un proyecto de la casuística de Rainbow Family. El análisis de las vías de financiación se ha desarrollado siguiendo un análisis DAFO. Es decir, se han comparado las **D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas y **O**portunidades de cada una de las vías de financiación disponibles.
- De este análisis, desglosado en el documento, se han identificado las dos vías de financiación idóneas para la situación y el estado del proyecto. Estas dos vías de financiación son: la contribución mediante socios y la realización de eventos con el objetivo de financiar causas más concretas y sensibilizar con el proyecto.
- Seguidamente se ha desarrollado un modelo de negocio basado en la herramienta Business Canvas Model. A través de este modelo, se han podido definir las características de mayor relevancia de todas las áreas de mayor importancia del proyecto, permitiendo tener una visión más global del mismo. Se adjunta a continuación la sinopsis de este modelo.

 Key Partners - Fundación Mary Ward. - Loreto Rainbow Homes de Calcuta. - Patrocinadores.	 Key Activities - Elaboración y ejecución de plan de comunicación anual. - Organización de eventos. - Gestión de socios. - Plan anual de inversión para la Fundación Mary Ward.	 Value Propositions Contribuir económicamente a la mejora de la calidad de vida de las niñas indias acogidas en las casas Loreto Rainbow Homes a través de Rainbow Family, un proyecto: - Que garantiza que todo lo que se recauda llega su destino. - Trasparente, que facilita a sus donantes información sobre los logros conseguidos. - Cercano. - Confiable.	 Customer Relationships Eventos: - Comunicación vía email tras el evento. - Informados vía RRSS. Socios: - Recibos. - Comunicación trimestral: Logros. - Información continua vía RRSS. - Invitaciones a eventos de Rainbow Family. - Certificado anual desgravación fiscal.	 Customer Segments Joven 25/30 años con vinculación al proyecto: - Friends & Family. - Antigua voluntaria en india. - Antiguos alumnos de alguno de los colegios de las Irlandesas. Mujeres 40 / 60 años - Friends & Family. - Antigua alumna de alguno de los colegios de las Irlandesas.
 Cost Structure - Costes de marketing y de impulsión del proyecto. - Herramienta de email marketing. - Publicidad. - Costes de Personal: Actualmente cero, dado que se trabaja en el proyecto de forma voluntaria.		 Revenue Streams Socios: Mensual, Trimestral, Anualmente ingreso. Eventos: Bianualmente.		

Es necesario destacar el razonamiento seguido para presupuestar los ingresos del proyecto, dado que si el proyecto prospera es gracias a las contribuciones realizadas. Rainbow Family, como bien se ha comentado anteriormente, nace con la finalidad de apoyar un proyecto ya existente. Por ello, cuando surgió la posibilidad de la creación del mismo, el primer objetivo que se planteó el equipo de trabajo fue la cantidad a recaudar este año. Se fijó un objetivo poco agresivo dado que existían mucha documentación y trabajo a realizar previamente a poder lanzar una campaña de captación de socios y de mostrarse como un proyecto estable y confiable de cara a futuros contribuyentes. Por ello, la cantidad a recaudar se basó en poder financiar al campamento de verano de 2019 de las niñas que habitan en los Loreto Rainbow Homes, económicamente hablando en torno a 3.000€. Esta cantidad debería ser recaudada antes de julio cuando las voluntarias fuesen a Calcuta. Por otro lado, se previó y correctamente, que la campaña de socios no iba a ser lanzada antes de septiembre 2019, dado que no se habían desarrollado las herramientas necesarias para la gestión de los mismos, ni el proyecto lo maduro suficiente para poder abordar esta nueva carga de trabajo. Estos aproximadamente 2.000€ excedentarios al necesario para cubrir los gastos del campamento de verano, se presupuestaron siguiendo básicamente un plan de mejora de las casas, con necesidades trasladadas desde la propia dirección del proyecto en India e incluían cambios de sistemas de depuración del agua de las casas, cambios en la ventilación y un largo etcétera.

Para poder presupuestar los socios se debían conocer dos parámetros: el número de socios existentes mensualmente y la cuota media mensual por socio. En el primer caso, y dado que se ha presupuestado para 2019 y que la campaña de captación de socios no se llevará a cabo hasta septiembre, se ha presupuestado teniendo en cuenta que los únicos meses de captación podrán ser en el último trimestre del año. Además, siendo conservadores, se ha estimado un número bastante inferior de cuota mensual media de la descrita en el informe anual del donante de la asociación española de fundraising, única referencia histórica de la que poder obtener este dato. Siguiendo estas indicaciones se ha obtenido un presupuesto de ingresos de cara a 2019 de:

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	Total
Nº Socios	-	-	-	-	-	-	-	7	15	20	25	40	40
Cuota Socios	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Ingresos Socios	-	-	-	-	-	-	-	70	150	200	250	400	1.070
Donaciones Puntuales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Evento 1	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000
Evento 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	1.500
Ingresos Eventos	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	4.500
Total Ingresos	-	-	3.000	-	-	-	-	70	150	200	1.750	400	5.570

Es importante reiterar que este presupuesto no incluye las posibles donaciones puntuales que se realicen al proyecto.

- Simultáneamente al desarrollo del modelo de negocio se desarrolló una prueba piloto de la recaudación de fondos a través de eventos. El primer gran evento de Rainbow Family se llevó a cabo en marzo y consistió en un concurso de paellas seguido de una comida en Sevilla. Este evento, no solo fue un éxito de cara a la

sensibilización con el proyecto, sino que se obtuvo un beneficio mucho mayor de lo presupuestado. Exactamente, se obtuvo un beneficio de 5.060€.

El resultado de este modelo de negocio, debe ser analizado en un futuro cuando la vía de accionariado funcione correctamente y exista la posibilidad de analizar la variación de los socios con el tiempo y realizar comparativas con los datos presupuestados. Sin embargo, puede afirmarse que se han asentado las bases de un modelo, a priori, estable y duradero sin haber realizado un presupuesto demasiado agresivo. Actualmente, este presupuesto ya ha sido superado debido a donaciones puntuales y al beneficio obtenido en el evento, pero gracias a este exceso se ha comenzado a desarrollar un plan de mejora a largo plazo con la directiva de estos colegios en Calcuta. De cara a años futuros la realización del presupuesto se hará anualmente de la mano del plan de comunicación y el plan a largo plazo del proyecto de cara a poder garantizar a los socios y a donantes puntuales una referencia clara del fin de sus fondos.

Por otro lado, es necesario resaltar la importantísima labor realizada en la **gestión del voluntariado**. La metodología seguida en esta otra vertiente del proyecto se ha basado en elaborar toda la documentación necesaria de cara al proceso completo del voluntariado:

1. Se ha elaborado unos formularios bases de cara a la **inscripción** de las posibles candidatas al voluntariado.
2. Se ha desarrollado una guía y metodología a seguir durante las **entrevistas** a estas candidatas.
3. Para la fase de la **formación** se ha desarrollado una guía del voluntariado en Calcuta y documentación necesaria para realizar la formación de la mano de la Fundación Mary Ward.
4. Se han establecido las bases de comunicación con la India en la preparación del **voluntariado**: alojamiento, traslados, logística, etc.
5. Y por último se ha elaborado un formulario para analizar las sensaciones de las voluntarias tras la experiencia y poder analizar y mejorar anualmente todo el proceso.

Esta vertiente del proyecto, también ha conseguido desarrollar su prueba piloto. Actualmente 13 voluntarias se encuentran en Calcuta colaborando con Rainbow Family. De esta experiencia casi completa de todo el proceso de gestión de voluntariado, ya se han obtenido conclusiones muy valiosas de cara a futuras voluntarias como realizar la formación en otra fecha o reducir el número de voluntarias.

Sin embargo, de todo lo descrito anteriormente, el mayor valor que aporta este trabajo de fin de máster de cara al proyecto es haber conseguido organizar al equipo de trabajo de forma que se optimice su trabajo y sobre todo inculcar al equipo una visión a largo plazo del proyecto de manera que las decisiones actuales se lleven a cabo teniendo en cuenta las acciones a futuro. Además de conocer el sector y la forma de trabajo requerida para poder ser uno de sus agentes y para conseguir un alto impacto social.

Abstract

Rainbow Family professionalism appears as an opportunity to rest an incipient project on a solid foundation with a concrete working methodology that will help not only increasing the project chances of success but also the likelihood of lasting over time.

Rainbow Family is the outcome of a volunteer experience in Kolkata (India) of 7 young girls during summer 2018. This experience was held on Loreto Rainbow Homes project, schools of Mary Ward Foundation, whose mission is to foster street girls and guaranteeing them shelter, food, home, high-quality education, health monitoring, etc. Furthermore, these girls will also be given back the most precious thing a child can have, their childhood, allowing them to develop in a safe environment of absolute protection, which they lacked in the streets of the city.

Loreto Rainbow Home project arise in 1998 by Sister Cyril, a nun from the Institutum Beatae Mariae Virginis (IBMV) or better known as Loreto nuns, the religious congregation linked to Mary Ward Foundation. Since then, six schools have been opened fostering more than 600 girls, aged between 4 and 18 years old.

Concerns, the need of change, struggle for these inequalities and a mixture of feelings between joys and sorrows, are the main reasons that motivated the group of friends who volunteered in Kolkata, to develop Rainbow Family project in September 2019, with the help of the Mary Ward Foundation.

Rainbow Family was born with the mission of bringing the reality of India's society to western society. This mission focuses on women and girl's education with the aim of enabling them the access to a dignified life and thus, avoiding them the direct consequences of not having a home in India: trafficking, prostitution, rape, and so on. The project wants to be recognized as a project that supports women in India, committed to their education, integration into society, and their independence. The improvement of the quality of life of the girls who participate in the project, so that they live in equality and dignity.

In order to do this, Rainbow Family is divided into two equally important areas of work. Obtain the necessary funds to contribute in the improvement of the quality of life of girls currently living in the Loreto Rainbow Homes. And simultaneously, develop a volunteer program that will annually host a group of Spanish volunteers. This experience will allow both parts of the project, the volunteers and Indian girls, which will turn into a very enriching cultural exchange, besides of collaborating very actively in the education of these girls and in the management of the Loreto Rainbow Homes.

The aim of this thesis, therefore, is to professionalize Rainbow Family in order to enable its perpetuity over time and, above all, to optimize project management and teamwork.

To this end, two main objectives have been developed, closely linked to the areas of work of Rainbow Family:

1. Develop a fundraising system to contribute to the sustainability of Loreto Rainbow Homes.
2. Optimize the management of volunteers coming from Spain to Loreto Rainbow Home.

The methodology implemented to develop a fundraising system is:

- Firstly, Rainbow Family market and its main competitors have been analysed. As well as all the available funding streams for this caseload project. The analysis of funding streams has been elaborated following a SWOT analysis, comparing the **Strengths, Weakness, Opportunities and Threats** of each available funding channel.
- From this analysis, broken down in the document, two financing paths have been considered to be the most suitable for the situation and the state of the project. These two ways of financing are: the contribution by means of a shareholding (members) and the realization of events with the objective of financing concrete causes and to sensitize with the project.
- This was followed by the development of a business model based on the Business Canvas Model tool. Through this model, it has been possible to define the most relevant features of the most important areas of the project, allowing a more global vision of it. The synopsis of this model is attached below.

 Key Partners - Fundación Mary Ward. - Loreto Rainbow Homes de Calcuta. - Patrocinadores.	 Key Activities - Elaboración y ejecución de plan de comunicación anual. - Organización de eventos. - Gestión de socios. - Plan anual de inversión para la Fundación Mary Ward.	 Value Propositions Contribuir económicamente a la mejora de la calidad de vida de las niñas indias acogidas en las casas Loreto Rainbow Homes a través de Rainbow Family, un proyecto: - Que garantiza que todo lo que se recauda llega su destino. - Trasparente, que facilita a sus donantes información sobre los logros conseguidos. - Cercano. - Confiable.	 Customer Relationships Eventos: - Comunicación vía email tras el evento. - Informados vía RRSS. Socios: - Recibos. - Comunicación trimestral: Logros. - Información continua vía RRSS. - Invitaciones a eventos de Rainbow Family. - Certificado anual desgravación fiscal.	 Customer Segments Joven 25/30 años con vinculación al proyecto: - Friends & Family. - Antigua voluntaria en india. - Antiguos alumnos de alguno de los colegios de las Irlandesas. Mujeres 40 / 60 años - Friends & Family. - Antigua alumna de alguno de los colegios de las Irlandesas.
 Cost Structure - Costes de marketing y de impulsión del proyecto. - Herramienta de email marketing. - Publicidad. - Costes de Personal: Actualmente cero, dado que se trabaja en el proyecto de forma voluntaria.		 Revenue Streams Socios: Mensual, Trimestral, Anualmente ingreso. Eventos: Bianualmente.		

It is necessary to emphasize the reasoning followed to budget the income of the project. Rainbow Family, as mentioned above, is born with the purpose of supporting an existing project. For this reason, when the possibility of creating the project arose, the first objective the team set was, the needed funds for 2019. The objective was not very aggressive since there were a lot of documentation and work to be done before launching a campaign to attract members. Therefore, the amount to be collected was based on being able to finance 2019 summer-camp for the girls living in the Loreto Rainbow Homes, with an amount close to 3,000 €. This amount should be raised before July when volunteers go to Kolkata. On the other hand, it was foreseen, and correct, that the membership campaign will not be launched before September 2019, since the necessary tools for managing them had not been developed. These approximately 2,000€ in excess of the amount needed to cover the summer camp expenses, were budgeted basically following a plan of improving the actual houses where Rainbow girls live. An annual collaboration plan is made with Mary Ward Foundation to settle up the main improvements of the Loreto Rainbow Homes.

In order to be able to budget the members of the projects, two parameters had to be known: the number of existing members on a monthly basis and the monthly fee average per member. In the first case, the recruitment campaign will not be carried out until September, therefore, it has been budgeted considering that the only months of recruitment will be in the last quarter of the year. By analysing in a conservative way, it has been estimated that the average monthly fee is 10€/per member, much lower than the described one in the annual report of the membership of the Spanish fundraising association, the only historical reference from which this data can be obtained. Following these indications, the income budget obtained for 2019:

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	Total
Nº Socios	-	-	-	-	-	-	-	7	15	20	25	40	40
Cuota Socios	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Ingresos Socios	-	-	-	-	-	-	-	70	150	200	250	400	1.070
Donaciones Puntuales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Evento 1	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000
Evento 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	1.500
Ingresos Eventos	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	4.500
Total Ingresos	-	-	3.000	-	-	-	-	70	150	200	1.750	400	5.570

It is important to remark that this budget does not include any possible one-off donations made to the project.

Simultaneously with the development of the business model, a pilot test of fundraising through events was developed. The first major Rainbow Family event was held in March and consisted of a paella contest followed by a meal. This event was not only a success in raising awareness of the project, but also in the funds raised as the profits were much higher than budgeted. Exactly, 5.060€ was raised.

The business model results must be analysed in the future when the membership works correctly and an existing variation in partners over time. However, it can be said that the foundations have been laid for, a priori, a stable and long-lasting model,

even though the conservative assumptions made. Currently, this budget has already been surpassed due to specific donations and the unexpected profit obtained in the event. Thanks to this excess, a long-term improvement plan, with the board members of Loreto Rainbow Homes, is already been defined for upcoming years. For future years, the budget will be done annually based on the communication plan and on the long-term plan of the project in order to ensure that members and punctually donors know clearly the end of their funds.

On the other hand, it is necessary to highlight the very important work done in the management of volunteering. The methodology followed in this other area of the project has been based on developing all the necessary documentation for the entire process of the volunteering experience:

1. Basic registration forms have been drawn up for next year candidates.
2. A guide and a methodology have been developed to be followed during the interviews with these candidates.
3. For the training phase, a helpful guide for volunteering in Kolkata has been developed, as well as, the necessary documentation to carry out the training weekend correctly.
4. Communication basis with India have been established during the preparation of volunteering; accommodation, transfers, logistics, etc.
5. Finally, a feedback analysis form has been drawn up to analyse the emotional state of the volunteers after the experience and to be able to analyse and improve the whole process on an annual basis.

This area of the project has also managed to develop a pilot test. Currently 13 volunteers are in Kolkata collaborating with Rainbow Family. Almost all the experience of the entire volunteer management process has already been developed and valuable conclusions have been drawn for future volunteers, such as modifying the date of training or reducing the number of volunteers.

Despite all of the things described above, the greatest value of this thesis is the new managing team organization having been able to optimise their work and, above all, to encourage in the team a long-term vision of the project so that current decisions are carried out taking into account future actions.

Agradecimientos

Este trabajo de fin de máster está dedicado íntegramente a las siete fundadoras e impulsoras del proyecto de voluntariado Rainbow Family: Fernanda Japón Fedriani, Julia Pont Gutiérrez, Macarena Roldán Tígeras, María Sánchez-Arjona de Pablo-Romero, Marina Anaya Aznar y Teresa Picamill Galindo. Sin su apoyo constante y la confianza absoluta depositada en mí y en este trabajo no solo no se hubiesen obtenido los logros resultantes, sino que seguramente la estructura organizativa de Rainbow Family no se hubiese consolidado dando lugar a un proyecto más estable y a priori más duradero a largo plazo.

De forma conjunta, este proyecto no solo la tesis sino el proyecto en sí, no hubiese existido sin el apoyo constante de la Fundación Mary Ward. Desde el inicio del proyecto toda la dirección de la fundación se volcó íntegramente con el proyecto, guiándonos y ayudándonos ante cualquier necesidad y circunstancia. Por ello, es necesario agradecer personalmente a María Llinás Ramos su implicación constante con el proyecto y en el correcto desarrollo de este trabajo de fin de máster.

Es necesario agradecer a toda persona que de una forma u otra haya colaborado con Rainbow Family durante este primer año de vida. Gracias a mis padres, hermanos, amigos, familiares, etc., a todos gracias. Su fuerte implicación ha sido el motor de motivación para alcanzar los logros obtenidos y decidir desarrollar mi trabajo de fin de máster sobre este proyecto de emprendimiento.

Por último, debo agradecer públicamente toda la dedicación y consejos de Marta Reina Álvarez de Sotomayor, directora de este proyecto. Desde mi primera reunión con ella, hizo suyo el proyecto y se volcó de una manera completamente desinteresada con el mismo. Ha sido mi referente durante estos últimos meses y a gracias a ella, Rainbow Family ha sido capaz de profesionalizarse, ser capaz de organizarse como un equipo de trabajo real y focalizar sus objetivos para poder desarrollar estructuradamente sus tareas de una forma planificada y profesional. Por ello, si este proyecto se consolida a largo plazo será en gran medida gracias a Marta y a las estrategias y metodologías desarrolladas en este documento.

ÍNDICE

Resumen del proyecto	6
1. Antecedentes	23
1.1 Contexto	23
1.1.1. Historia de la India.....	23
1.1.2. Análisis social y cultural de la India	25
1.1.3. Economía India.....	28
1.2 La Fundación Mary Ward	30
1.3 Cómo surge Rainbow Family	33
1.4 Primeros pasos Rainbow Family	34
1.5 La oportunidad de profesionalizar Rainbow Family gracias al Trabajo Fin de Máster.....	36
2. El proyecto	37
2.1 Fase previa	37
2.1.1 Formalización de la relación entre Fundación Mary Ward y Rainbow Family: derechos y deberes de cada una de las partes.....	37
2.1.2 Definición de roles de cada uno de los componentes del equipo Rainbow Family	39
2.1.3 Estudio de mercado: análisis de competidores	41
2.3 Modelo de sostenibilidad	45
2.2.1 Análisis DAFO de cada una de las líneas de sostenibilidad más habituales de las ONG	45
2.2.2 Selección de las líneas de sostenibilidad a utilizar desde Rainbow Family ..	57
2.2.3 Desarrollo del modelo de negocio.....	59
2.4 Gestión del Voluntariado.....	79
2.3.1 Proceso de captación de voluntarias	79
2.3.2 Proceso de selección	80
2.3.3 Formación	83
2.3.4 Voluntariado	83
2.3.5 Análisis de la experiencia de voluntariado	84
3. Pruebas piloto	87
3.1 Evento: una paella solidaria	87
3.2 Gestión del voluntariado verano 2019	93
5. Bibliografía	101
6. Anexos	103
6.1 Dossier informativo Rainbow Family	103
6.2 Artículo publicado en la asociación de ingenieros de ICAI.	117

6.3	Desglose de los presupuestos 2019	121
6.4	Estudio del perfil del donante.....	124
6.5	Mapa geográfico español según la cuantía de donaciones	143
6.6	Formulario inscripción voluntarias	144
6.7	Guion entrevistas voluntarias y criterio de selección.....	147
6.8	Buyer persona.....	149
6.9	Plan de Comunicación.....	153
1.	Objetivo del Plan	153
2.	Perfil de usuario al que dirigir la comunicación online	153
4.	Fases, acciones por canales.....	155
5.	El blog	159
6.10	Documentación informativa de cara al voluntariado.....	160
6.11	Encuesta para analizar la experiencia completa del voluntariado	170

Índice de Figuras

Figura 1: Población India	25
Figura 2: Slums.....	26
Figura 3: Repartición de la actividad económica por sector. (Santader Trade, n.d.)	29
Figura 4: Evolución del PIB Indio.(Santader Trade, n.d.) (e: valor estimado)	30
Figura 5: Matriz DAFO	45
Figura 6: Día de entrada a los Loreto Rainbow de dos niñas de la calle	62
Figura 7: Preocupación de los españoles	63
Figura 8: Una actividad con las niñas Rainbow	66
Figura 9: Motivos de elección de una ONG	68
Figura 10: Niñas acogidas con una voluntaria.....	72
Figura 11: Equipo fundador y actual gestor del proyecto	73
Figura 12: Desglose de los gastos incluidos en el presupuesto 2019	76
Figura 13: Periodicidad del donante	77
Figura 14: Desglose de los ingresos incluidos en el presupuesto 2019.....	78
Figura 15: Equipo ganador del concurso.....	91
Figura 16: Las voluntarias durante la formación.....	96
Figura 17: Voluntarias actualmente en la India.....	97
Figura 18: Datos históricos presupuesto.....	121
Figura 19: Ingresos y cobros del presupuesto 2019	122
Figura 20: Gastos del presupuesto 2019.....	122
Figura 21: Tesorería presupuestada 2019.....	123
Figura 22: Buyer persona 1	150
Figura 23: Buyer persona 2	151
Figura 24: Calendario Orientativo 2019 2020.....	154

1. Antecedentes

1.1 Contexto

1.1.1. Historia de la India

La historia de la civilización india se remota a la Edad de Piedra (400 mil -200 mil AC), cuyos pueblos eran cazadores y recolectores nómadas. Sus asentamientos eran muy similares a los estudiados en Mesopotamia, Egipto y Persia, tal y como se muestran en tallas de piedra en Chitradurga.

Sin embargo, no fue hasta 3.000AC cuando se conoce la primera civilización india con un alto desarrollo urbano. Edificaron templos, se dedicaron a la agricultura de regadío y mantuvieron intercambio comercial con pueblos del Golfo Pérsico. Estas actividades se desarrollaron sobre todo en las dos ciudades de la época conocidas como: Mohenjodaro y Harappa, situadas en el actual Pakistán. (*“India - Historia,” n.d.*)

Desde entonces, y como en todo el globo terráqueo, hubo conquistas de unos pueblos a otros provocando una mezcla de religiones y costumbres que conformarían en país actual. El siglo IV AC fue un siglo de agitación social e intelectual, dando comienzo a la prédica del budismo y jainismo. En ese mismo siglo se realizaron estudios eruditos en el ámbito de las matemáticas, astronomía y medicina y además se redactó el Kamasutra, tratado sobre el amor conocido mundialmente. (*“India - Historia,” n.d.*)

En el siglo VIII DC, invasiones musulmanas provocarían un cambio en la mentalidad de esta sociedad, generando modificaciones en sus costumbres, vestimentas, lengua, además de la propia religión. Estas invasiones provocarían grandes altercados con los hindúes de la zona, llegando a consolidar estos, en 1336, el imperio Vijayanagara, el reino de la alianza hindú. Sin embargo, este asentamiento y poder musulmán se consolidó, cobrando mucha fuerza durante el imperio de los mongoles a principio del siglo XVII, siglo en el que se construyó el Taj Mahal. Este imperio dominó la India hasta 1857 momento en el cual el imperio británico se hizo con el poder. (*“India - Historia,” n.d.*)

La joya de la corona, como así llamaría a la India el imperio británico, sería conquistada tras librar durante el siglo XVIII una interminable lucha contra el imperio francés. Esta guerra acabaría en 1794 con la victoria de los ingleses. A partir de entonces, el imperio británico liderado por Richard Wellesley emprendió una conquista metódica de todo el sub-continente. No fue hasta 1877 cuando todo el territorio indio acabó bajo el mandato de la emperatriz Victoria.

La estrategia de este imperio para la conquista del pueblo indio se basó en “dividir para reinar”. Utilizaban las diferencias sociales, culturales y religiosas para enfrentar al pueblo y así conseguir dominarlos. Todas estas manipulaciones sociales quedarían latentes en las innumerables explosiones sociales que se produjeron durante todo el virreinato del imperio británico en la India. (*“India - Historia,” n.d.*)

No fue hasta 1918, con el regreso de Mohandas K. Gandhi del exilio, cuando el movimiento independentista se hizo latente. A través de su “no-violencia”, movimiento al que dedicó toda su vida para hacer frente a los británicos y conseguir la independencia, fue reconduciendo la crispación social a un movimiento tolerante, cuyo principal objetivo era consolidar una India independiente donde todas las religiones tuviesen su cava viviendo en paz y armonía. Sin embargo, en 1919, tras la matanza de Amritsar, se radicalizó, del partido al que Gandhi estaba fuertemente vinculado, el joven Jawaharlal Nehru. Éste se convertiría en el líder defensor de los hinduistas y de la misma forma, Mohammed Ali Jinnah defendería la creación de un país independiente en el que se acogería a todos los musulmanes habitantes de la India: Pakistan. (*“Una breve historia de India,” n.d.*)

Estos enfrentamientos sociales, extendidos en todo el territorio indio, sobre todo entre musulmanes e hindúes, y los movimientos independentistas, provocaron que Louis Mountbatten, último virrey de la India, el 15 de agosto de 1947, cediese el poder al pueblo indio. La salida del imperio británico del país, se analiza como una de las “operaciones militares” más estudiadas y problemáticas de la historia. Durante un par de años, Mountbatten trató de buscar la solución social más conveniente para la India. Para ello, y durante interminables reuniones con los líderes del país, Gandhi, Jinnah y Nehru, se trató de consolidar una salida que no provocase la sublevación, guerra y matanza a la que finalmente se llegó. (*Lapierre, n.d.*)

Tras esta salida, el país se dividió en India y Pakistán (actual Pakistán y Bangladesh). Esta división fue la que provocó grandes guerras y matanzas, dado que se permitió a 563 estados decidir a qué país pertenecer y se establecieron rutas de salidas para estas personas. Estas movilizaciones y masivos exilios, fueron la causa de la grandísima masacre que se produjo en los años 50 en la India. Dado que, en las fronteras, ocurrían verdaderos asaltos y matanzas por ambas partes, hinduistas y musulmanes. (*“India - Historia,” n.d.*)

Posteriormente a la independencia, el primer ministro Nehru, implantó políticas para la industrialización de su país, dado que comprendía que esta sería la mejor manera de beneficiarlo. Dos décadas después, India logró grandes avances tecnológicos como la implantación de un satélite en órbita o la explosión de una bomba atómica. Sin embargo, seguían sin solventar su principal problema: alimentar al pueblo indio. (*“India - Historia,” n.d.*)

Desde entonces hasta la actualidad, la India se ha visto afectada por corrupción política, enfrentamientos y crispación social muy latente todavía en el pueblo. Sin embargo, esto no impide que sea considerada como una de las potenciales potencias económicas del siglo XXI, debido al desarrollo y volumen de su clase media. (*“India - Historia,” n.d.*)

1.1.2. Análisis social y cultural de la India

La India tiene una población total de 1.339 millones de habitantes de los cuales un 48% son mujeres. Tal y como se muestra en la figura, el crecimiento de dicha población es exponencial, situándose como el segundo país de mayor población mundial.

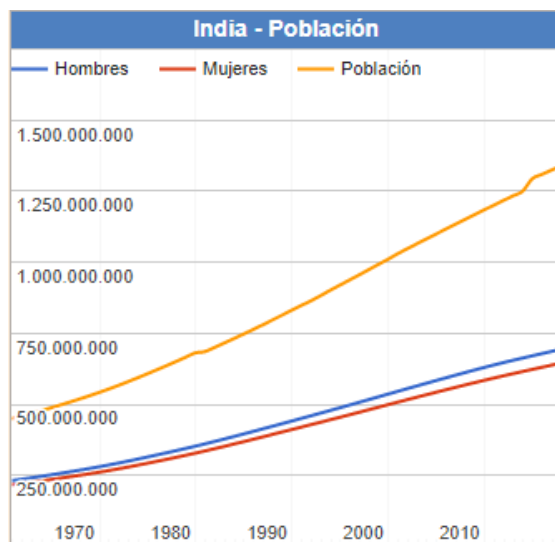


Figura 1: Población India

Es necesario también comentar que de esta población el 66% viven en zonas rurales, un porcentaje en constante descenso desde el 82% de 1960. Este éxodo rural se debe a una “mejoría” de las condiciones de vida en la ciudad y a un aumento de oportunidades, que en zonas más alejadas no se encuentra, tal y como ocurrió en Europa a partir de la segunda mitad del siglo XX con la revolución industrial.

Sin embargo, este movimiento masivo de la población, ha provocado que se formen en las ciudades indias los conocidos “slums”. Estas zonas de las ciudades, se caracterizan por ser una zona de chabolas en condiciones infernales, donde animales y personas conviven en el mismo entorno, donde la comida escasea y por consiguiente, la violencia y el crimen aumentan. Es decir, una zona con una miseria infrahumana, tal y como se muestra en la siguiente foto:



Figura 2: Slums

A pesar de que este segmento de la población solo represente el 9% de la población total india, son 104 millones de personas las que viven en dichas condiciones. Es decir, el equivalente a TODA la población española y francesa.

Este número de personas se concentra sobre todo a las afueras de las 4 metrópolis indias: Nueva Delhi, Calcuta, Chennai y Bombay. Según el censo indio, de la población total urbana de estas ciudades el 41.3% de población de Bombay viven en los slums, el 29.6 % en Calcuta, el 28% en Chennai y el 15% en Nueva Delhi.

Socialmente, es necesario comentar dado su importancia en la cultura india, la variedad de religiones que se profesan en la India. Según datos del ministerio del gobierno, la población india se puede segmentar según su religión de la siguiente manera: hinduismo (79,8% de la población), islam (14,2%), cristianismo (2,3%), sijismo (1,7%), budismo (0,7%), jainismo (0,4%). (*“Las religiones en India,” n.d.*).

Para poder comprender la difícil convivencia de estas religiones en un mismo entorno, si no existe la cordialidad y el respeto, se resumen los principios de cada una de ellas (*“Las religiones en India,” n.d.*)

- **Hinduismo:** Se originó en la india y se considera la religión más antigua de la historia. Es una religión politeísta, muy flexible (no tiene dogmas, fundador, iglesia o autoridad) y cuya presencia divina se manifiesta en todas las cosas. Por ello, cuenta con 300 millones de dioses. En muchas ocasiones se considera una forma de vida.
- **Islam:** religión monoteísta basada en el Corán que contiene las enseñanzas de Alá al profeta Mahoma. Se fundó en 622 en la Meca y llegó a la India en el siglo VIII, aunque no fue hasta el imperio mongol cuando esta religión cobró fuerza. Su doctrina promueve la profesión de la fe, la oración, la limosna, el ayuno en los meses del Ramadán y la peregrinación a La Meca. Destaca el abandono de la idolatría, gran contraste con la colorista religión hindú.

- **Cristianismo:** Es una religión monoteísta que predica las enseñanzas de Jesús de Nazaret. Sus preceptos están descritos en la Biblia. La mayoría de cristianos indios son católicos y su ascendencia por esta religión recae en la época colonial británica.
- **Sijismo (Sikhismo):** Se trata de una religión joven, surgida en India en el siglo XV como reacción a determinadas prácticas y dogmas no compartidos con el hinduismo y el islam. Los sikhs (o sijs) creen en un único dios y en las enseñanzas de sus diez gurús, recogidas en el libro sagrado, el Gurú Granth Sahib. Se oponen frontalmente al sistema de castas y aplican lo que se conocen como las 5 “k”.
- **Budismo:** Los budistas no creen en dios alguno ni tienen dogmas, motivo por el cual a veces se considera más una filosofía o una forma de vida. Nos anima a entrenar y desarrollar nuestra mente para intentar comprender mejor el Universo o la realidad, y a ofrecer respeto y amor a todos los seres. Se basa en la práctica del Dharma, un medio para alcanzar la felicidad y liberarnos del sufrimiento o la insatisfacción. Creen en el Karma como consecuencia de una mente incontrolada y acciones perjudiciales que se comenten.
- **Jainismo:** Destaca por ser una religión no-teísta, lo que significa que no aceptan los Vedas hindúes como verdad, aunque se suele traducir como que no creen en un dios. Su concepción del mundo y el universo es la de algo eterno, inalcanzable a nuestra comprensión. Toda la realidad es “divina”, cualquier fenómeno natural, cualquier animal, insecto o planta son dignos de devoción. Son vegetarianos estrictos y fieles defensores de la no violencia; también buscan un constante desapego por lo material, como forma de descargar su alma en futuras reencarnaciones.

Por último, es necesario comentar la estructuración social que ha estado implantada durante muchísimos años en la India y que actualmente, a pesar de estar abolida, sigue muy latente en la sociedad. **El sistema de castas**, se cree que nace en 1500 AC en el norte de la India de la mano de los sacerdotes espirituales predecesores a los brahmanes hinduistas. En los Vedas, textos sagrados hinduistas, se recoge la existencia de cuatro castas dentro de la sociedad india (*Fundación Vicente Ferrer, n.d.*):

- **Brahmanes** (“Sacerdotes de los dioses”): Estos son los encargados de enseñar e interpretar los textos sagrados. En la religión hindú el poder ritual del sacerdote o brahmán es más importante que el poder secular del rey o jefe.
- **Chatrias:** son los gobernantes, guerreros y nobles, personas con mucha capacidad de decisión y poder.
- **Vaishyas:** Son los trabajadores por cuenta propia como mercaderes, artesanos, comerciantes o ganaderos.
- **Shudras:** son los siervos, su labor es servir a las demás castas. Se ocupan principalmente de las labores agrícolas.

Excluidos de esta división en los Vedas se encuentran los **Dálit** y los **grupos tribales y otras castas**. Los primeros, son conocidos como “los intocables”. Este colectivo ha sido considerado “impuro” en el máximo grado. A las personas dálit no se les reconoce ningún derecho, aunque a su vez, dentro de su grupo han desarrollado una jerarquía social paralela. Los grupos tribales y otras castas corresponden normalmente con grupos no hinduistas. (*Fundación Vicente Ferrer, n.d.*).

Dado que la creencia hinduista recae en la reencarnación, el comportamiento de una persona determinará la casta que tendrá en la vida siguiente antes de poder finalmente llegar a Nirvana (el cielo, comparándolo con el cristianismo). Esta división social, es una estructura muy jerárquica, sin apenas movilizaciones, donde naces es donde mueres. No solo por la situación personal de cada individuo, sino también por el color de piel y la educación, que se te asigna según tu nivel en el escalafón social. (*Fundación Vicente Ferrer, n.d.*)

Actualmente, este sistema está abolido y se está luchando por reducir todas estas diferencias sociales, sin embargo, todavía sigue muy latente en la cultura y comportamiento de la sociedad india.

1.1.3. Economía India

Tal y como se ha realizado en el análisis social e histórico es necesario realizar un estudio de cómo ha evolucionado la economía para poder comprender la situación actual y la tendencia de esta.

El 15 de agosto de 2017, se celebró el 70 aniversario de la independencia india. Desde entonces ha conseguido convertirse en uno de los países con más crecimiento económico mundialmente, ser miembro del G-20 y de los BRICS y tener una gran influencia geoestratégica mundial, intentando frenar la presencia China en el sureste asiático. (*World Economic Forum, n.d.*)

Este crecimiento tan asombroso que se ha producido en la India se debe en gran medida a las medidas políticas implantadas en el país. Durante los 70 años se ha sabido encauzar la gran diversidad reflejada en el marco social haciendo frente a las diferencias religiosas y culturales a través de la mayor democracia parlamentaria del mundo. Se ha consolidado a través de celebraciones periódicas de elecciones y con una alternancia del poder. Esta consolidación se ha visto reflejada en su desarrollo casi ininterrumpido desde 1947, no sufriendo golpes de estado como en Pakistán. Es necesaria esta comparación dado que se independizaron en el mismo año y con las mismas condiciones sociales y económicas que en ese momento sufría la India. (*World Economic Forum, n.d.*)

Actualmente, la economía india se consolida gracias a tres pilares: la explotación agrícola, la industria y los servicios.

La explotación agrícola representa un 15% del PIB anual del país y emplea al 42% de la población activa. Ambos porcentajes van en disminución dado el incremento de la población alfabetizada incrementando el porcentaje de los servicios. Centrando el análisis en la explotación agraria, sus principales cultivos son el arroz, trigo, mijo, maíz, caña de azúcar, té, patata y algodón. Además de ello, la india se consolida como el segundo país en producción bobina, el tercero en producción ovina y el cuarto en producción pesquera a nivel mundial. (Santader Trade, n.d.)

El sector industrial, se consolida con un 26.3 % del PIB, empleando a un 23.9 % de la población. Dentro de este sector es necesario destacar el sector energético, el carbón, siendo la principal fuente energética del país y el 3º productor del mineral a nivel global. Sin embargo, el principal sector de la industria es el textil, seguido de la industria química. (Santader Trade, n.d.)

Sin embargo, el pilar responsable de la mayor parte del PIB del país es el sector de servicios. Las inversiones extranjeras corresponden con casi la mitad del PIB indio, esto se debe a la llegada de la era digital a la india, a la alfabetización de los indios y su conocimiento en el mundo digital (software y servicio de tecnologías) y sobre todo a la subcontratación de las grandes empresas para estos tipos de servicios internos. Además de ello, esta fuente de ingresos para el país sigue en un constante crecimiento, actualmente a un 7%, dado que cada vez es más especializada la formación de los habitantes del país y la mano de obra es muy barata en comparación con los especialistas europeos o americanos. (Santader Trade, n.d.)

A modo resumen se adjunta la siguiente tabla donde se demuestra la relación de cada actividad con el PIB del país y el empleo por sector:

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicio
Empleo por sector (%)	41.6	23.9	33.5
Valor añadido (% PIB)	15.5	26.3	48.9
Valor añadido (% Crecimiento del PIB)	3.4	5.5	7.7

Figura 3: Repartición de la actividad económica por sector. (Santader Trade, n.d.)

Además del desglose de las actividades económicas que sustentan al país, es necesario recalcar la tendencia de crecimiento ascendente que se ha desarrollado, sobre todo, desde finales de los años 80. Desde entonces, y gracias a las medidas políticas que se han desarrollado para impulsar las inversiones extranjeras, reducir la evasión fiscal, sanear las cuentas públicas, desarrollar el sector industrial y mejorar el clima de negocio, se ha consolidado el crecimiento del PIB en torno a un 7% anual.

Indicadores	2016	2017	2018e	2019e	2020e
PIB (miles de millones de USD)	2.273,56	2.602,31	2.689,99	2.957,72	3.258,88
PIB (crecimiento anual en %)	7,1	6,7	7,1	7,4	7,7
PIB per cápita (USD)	1.749	1.976	2.016	2.188	2.380

Figura 4: Evolución del PIB Indio. (Santader Trade, n.d.) (e: valor estimado)

Sin embargo, este crecimiento económico no tiene un impacto inmediato en la sociedad debido a las grandes discriminaciones existentes en el país, la gran analfabetización de la población joven, según la OCDE, más del 30% de los jóvenes no tienen una formación y de educación de calidad, y por consiguiente no tienen empleo y que casi el 25% de la población continúa viviendo por debajo del umbral de la pobreza. A pesar de todo ello, se estima que el crecimiento de economía seguirá en auge, al igual que se prevé para 2024 que la India supere a China en el país más poblado del mundo. (Santader Trade, n.d.)

1.2 La Fundación Mary Ward

La Fundación Mary Ward, como ONG del Instituto Bienaventurado Virgen María (IBVM) en España, tiene como misión cooperar en la construcción de un mundo más justo, apoyando acciones que promuevan el desarrollo, especialmente de mujeres, niñas y niños, desde el compromiso con el derecho de todas las personas a una vida digna y fomentando la educación en la solidaridad. (Fundación Mary Ward, s.f.)

La misión de esta fundación es trabajar por los derechos de las mujeres, las niñas y los niños, promoviendo oportunidades de cambio desde lo local y construyendo una ciudadanía más solidaria y comprometida. (Fundación Mary Ward, s.f.)

Para conseguir sus objetivos, se fomenta una visión global, trabajando de forma coordinada con la Red Mary Ward Internacional para apoyar acciones de cooperación al desarrollo en comunidades de India, Nepal, Kenia, Marruecos, Sudán del Sur, Tanzania, Perú y Albania. (Fundación Mary Ward, s.f.)

El trabajo de la fundación se podría desglosar en tres áreas:

1. Cooperación al desarrollo
2. Educación para la ciudadanía global
3. Sensibilización

Una de las prioridades de la Fundación Mary Ward es apoyar proyectos que fomenten el empoderamiento de mujeres y niñas a través de la alfabetización, becas al estudio, cooperativas de empleo, entre las muchas herramientas usadas para la cooperación al desarrollo. Además, colaboran con proyectos muy concretos que luchan contra violaciones de los derechos humanos de las mujeres, tales como la trata de personas o la Mutilación Genital Femenina. (Fundación Mary Ward, s.f.)

Por tanto, el trabajo de cooperación al desarrollo, basa su lucha contra la discriminación en todas sus formas, buscando el desarrollo sostenible de las comunidades y la igualdad de todas las personas. Apoya a poblaciones que se encuentran en especial situación de vulnerabilidad y se promueven proyectos de atención socio - sanitaria, conscientes de que la salud es clave para que las comunidades puedan salir adelante. (Fundación Mary Ward, s.f.)

La Fundación Mary Ward también focaliza gran parte de sus esfuerzos en los colegios del IBVM en España, a través del programa Educación para la ciudadanía global. En este programa se pretende ofrecer herramientas y medios necesarios para conseguir una comunidad educativa sensibilizada con el desarrollo humano de las personas y los pueblos. El objetivo es dar a conocer la realidad local y global, y las relaciones entre ambas, desde un enfoque basado en los derechos humanos, superando la concepción de ayuda para la cobertura de necesidades. (Fundación Mary Ward, s.f.).

Anualmente este programa lanza campañas de sensibilización en los colegios del IBVM de España para fomentar la educación en el respeto y la convivencia y permitir comprender a sus alumnos que acciones locales repercuten en un mundo global. Ejemplificando el tipo de campañas que la fundación ha realizado en años anteriores:

- Curso 17/18: *Cuidamos la tierra para acabar con la pobreza*. Se dio a conocer la realidad existente tras los desastres naturales y las crisis humanitarias de las zonas afectadas.
- Curso 15/16: *Tratar de abrir los ojos*. Esta campaña se lanzó con el objetivo de dar a conocer la todavía existencia de situaciones de explotación y esclavitud existentes en el mundo y como inconscientemente, en las acciones cotidianas se está favoreciendo estas situaciones.

Estos dos ejemplos, son característicos dado que permiten conocer la labor que la fundación realiza en el ámbito escolar. Sin embargo, también, la fundación permite que el alumnado y toda persona interesada en realizar un voluntariado puedan conocer e involucrarse en ellos.

Unos de los proyectos, sobre el cual nace Rainbow Family y con ello este trabajo de fin de máster, es Loreto Rainbow Homes. El proyecto Loreto Rainbow Homes se desarrolla en Calcuta, India y su misión es proporcionar a las niñas más vulnerables de la ciudad, aquellas que viven en la calle, un hogar seguro. Estas niñas están expuestas a sufrir secuestros, explotación laboral y a todo tipo de tratos. Por ello, y enfatizando la misión

de la Fundación Mary Ward de luchar contra las desigualdades sociales empoderando a la mujer, se pretende asegurar los derechos básicos, una vida digna y la integración en la sociedad de las niñas de la calle a través de la educación.

Loreto Rainbow Homes nació en 1998 siendo un centro de acogida como parte del programa social de las estudiantes en un colegio de Loreto. En él se les ofrecía a las niñas un lugar para relajarse, jugar, interactuar y sobre todo poder formarse en colegios del propio IBVM.

Tras cuatro años operando como centro de día, se decidió convertirlo en un hogar debido a un incidente que marcó en el proyecto y en la vida de las responsables del mismo. Concretamente, una de las niñas que acudían al centro de día fue raptada y violada durante la noche. La inseguridad y la escasa protección de estas niñas tras salir del centro, fue lo que provocó que Loreto Rainbow Homes pasase de ser un centro diario de acogida, a ser un centro de 24 horas, pudiendo proporcionar de esta forma un lugar seguro para dormir, a las niñas, en un uno de los entornos más vulnerables de India.

Actualmente, el programa cuenta con seis casas repartidas por toda la ciudad de Calcuta, India. En ellas se acogen a más de 600 niñas de edades que oscilan desde los 2 a los 18 años. Estas casas se sitúan dentro de los propios Loreto “Schools” de la ciudad. Dichos colegios, comparten su infraestructura con las casas Rainbow como parte de su responsabilidad social con los menos afortunados.

Concretamente, las casas son las siguientes:

- 1985: Loreto Sealdah
- 2003: Loreto Bowbazar
- 2004: Loreto Park Street
- 2006: Loreto Dharamtala
- 2007: Loreto Shantirani, Bansdrone
- 2007: Loreto Elliot Road

Por último, es importante comentar, los principios innegociables conforme a los que opera Loreto Rainbow Homes. Estos son los siguientes:

- Se educa y cuida a las niñas con amor, en igualdad y con dignidad.
- Se inculca el principio de no violencia, enseñando a las niñas que ninguna manifestación de esta tiene que formar parte de sus vidas.
- En la toma de decisiones en cuanto a la educación y vida de las niñas se hace en función de sus mejores intereses.
- Se celebra la diversidad y el respeto a las elecciones personales en cuanto a región, casta, género, color y religión debido a la diversidad multicultural de la India.
- Se educa a las niñas como ciudadanos responsables.
- La contabilidad y la transparencia es esencial en todas las casas.

1.3 Cómo surge Rainbow Family

“Ami tomake bhalobasi”. Simplemente, “te quiero”. Una niña de apenas seis años con cuarenta de fiebre, tras llamarte mamá te dice que te quiere. Así es como en una frase se resumiría mi experiencia en la India, de la que nació el proyecto Rainbow Family. Esta pequeña descripción recogida en un artículo escrito para la revista de la asociación de ingenieros de ICAI, adjunto en el anexo 6.2 describe el principal motor del proyecto y gracias a lo cual a día de hoy, Rainbow Family ha conseguido lo inimaginable hace poco menos de un año.

El proyecto, Rainbow Family, surge tras una experiencia de voluntariado de siete amigas en el proyecto Loreto Rainbow Homes de la Fundación Mary Ward en Calcuta. Como se ha explicado anteriormente, este proyecto se basa en tratar de proporcionar a las niñas más vulnerables de la ciudad de Calcuta, (India), un hogar seguro en el que ser capaces de desarrollarse y formarse asegurando los derechos básicos, una vida digna y la integración social de estas niñas.

Como bien se describe en el artículo, adjunto en el anexo 6.2, la experiencia de voluntariado marcó un antes y un después en el grupo de siete amigas que convivieron durante más de un mes y medio en la ciudad india. Esta experiencia no solo fortaleció la amistad, sino que permitió conocer una realidad existente y muy paralela al día a día que cada una desempeña en España, y más aún, una realidad desfavorecida, con muchas desigualdades sociales, y de voces no escuchadas.

Además, esta experiencia, permitió crear vínculos muy fuertes con todas las niñas de los colegios. Como se describe en el artículo: *“Con las más mayores se creó un vínculo de “hermanas” y tuvimos charlas reflexivas sobre temas polémicos como el burka, el islam, la mujer en la India en contraste con la mujer occidental... Temas profundos, que facilitaron una unión y una confianza que nos permitió una inmersión cultural brutal.”* Y con las más pequeñas se creó un vínculo de madre e hija, esa madre que estas niñas nunca habían tenido. Y tal y como finaliza el artículo adjunto, ¿cómo es posible no continuar vinculada a un proyecto en el que las niñas lloran tu partida...?

Sin embargo, no fue hasta septiembre cuando tras analizar la experiencia con perspectiva, se decidió dar comienzo al proyecto, describiendo los dos pilares fundamentales sobre el cuál Rainbow Family se consolidaría:

- Ser un proyecto dentro de la Fundación Mary Ward, fijando una relación de “socios”.
- Definir los objetivos y la razón de ser del proyecto:
 - Financiar el proyecto ya existente, Loreto Rainbow Homes, con el fin de mejorar la calidad de vida de las niñas acogidas.
 - Organizar un voluntariado internacional en Calcuta asegurando un intercambio cultural muy enriquecedor para las dos partes: la voluntaria y las niñas indias.

Tras esta pequeña reflexión y con muchas ganas e ilusión surge Rainbow Family de la mano del equipo de trabajo formado por las siete amigas que vivieron juntas esta experiencia de voluntariado:

- Fernanda Japón Fedriani
- Julia Pont Gutiérrez
- Macarena Roldán Tígeras
- María Sánchez – Arjona de Pablo-Romero
- Marina Anaya Aznar
- Teresa Picamill Galindo
- Cristina Rufino Pablo-Romero

1.4 Primeros pasos Rainbow Family

Se analizará la evolución de Rainbow Family desde el inicio en septiembre de 2018 hasta enero de 2019 cuando da comienzo el desarrollo de este trabajo de fin de máster.

Como bien se ha comentado Rainbow Family nace tras una experiencia de voluntariado en Calcuta. Fue en septiembre, tras varios meses de reflexión cuando el equipo de trabajo, las amigas que acudimos juntas a Calcuta, decidió darle forma a lo que ya se había pensado y meditado durante el mes de julio. Se decidió establecer dos objetivos de este proyecto. El primero de ellos recaudar fondos para mejorar la calidad de vida de las niñas que habitan en los colegios de la fundación y el segundo, garantizar que anualmente un grupo de voluntarias acuda a estos colegios.

Una vez definido qué es lo que se quería hacer concretamente, se comunicó a la Fundación Mary Ward la idea de realizar este proyecto conjuntamente, de forma que la fundación guiase y aconsejase durante todo el proceso y transmitiese al grupo la experiencia adquirida tras más de 25 años trabajando en este tipo de proyectos.

Con la aceptación y apoyo de la fundación, se comenzó por establecer un plan para dar a conocer el proyecto. A final de septiembre, oficialmente nació el proyecto de la mano de la creación de una cuenta en Instagram, donde se comenzó a sensibilizar con la causa a través de experiencias y fotografías de lo vivido durante el voluntariado en Calcuta.

Paralelamente al desarrollo de la estrategia de marketing para promover el proyecto, se comenzó a desarrollar un dossier informativo, adjunto en el anexo 6.1, donde se reflejase el fin del proyecto y se desglosase todo el proyecto de cara a futuros inversores, a posibles voluntarias y sobre todo para poder comunicar a la india formalmente el proyecto y que los encargados de los Loreto Rainbow Homes en Calcuta lo aceptasen.

Esta fase de creación, las ganas eran el motor de cada una de las involucradas en el proyecto. Esto permitió abarcar muchos temas en muy poco tiempo y sacar adelante muchísima documentación que se iba requiriendo al grupo. Se aprendió la necesidad de

una organización clara y consolidada y sobre todo a priorizar tanto en tareas como en objetivos, para abarcar aquellos temas más importantes o de mayor urgencia.

Durante el mismo mes de septiembre, se abrió el plazo de inscripción de las voluntarias. Esto supuso una nueva carga de trabajo dado que se debía crear la cuenta de correo electrónico, los formularios a rellenar, desarrollar una metodología de comunicación entre las candidatas de forma que garantizase la completa profesionalización del proyecto y mostrar esa confianza que se iba buscando, cambiar la cláusula de la política de protección de datos de la Fundación Mary Ward de forma que las candidatas conociesen el tratamiento de sus datos y permitiesen a Rainbow Family el acceso a ellos, y un largo etcétera que a través de reuniones y conversaciones internas permitió no solo el correcto desarrollo de esta fase del proyecto, sino la inscripción de más de 40 candidatas, ¡superando con creces todas las expectativas!

Paralelamente al seguimiento de la inscripción de voluntarias, el equipo de trabajo de Rainbow Family, comenzó con la búsqueda de fondos a través de concursos y asignación de fondos de empresas. Este proceso también fue estresante no solo por el tiempo limitado que se tenía para desarrollar toda la documentación necesaria sino porque se acusó de nuevo la poca experiencia en el sector. Se pretendió abarcar demasiado, sin verdaderamente conocer el proceso. Esto generó pequeñas tensiones internas con la fundación que hizo comprender al grupo dónde focalizar los esfuerzos y cómo abordar este tipo de circunstancias.

En noviembre, se desarrolló el primer evento. Consistía una comida en un bar de Sevilla, cuyo fin no era solo comenzar con esa recaudación de fondos, sino dar a conocer el proyecto en la ciudad y continuar con la labor de sensibilización que se estaba llevando a cabo a través de las redes sociales.

Este evento resultó ser un éxito a pesar de las previsiones para el mismo... Se lanzó el cartel del evento un mes antes como estaba previsto, pero no se había desarrollado un presupuesto, no se había verdaderamente estimado el número de asistentes, no se previó la comida necesaria, no se había organizado cómo desarrollar el sorteo de las empresas que habían donado productos, en fin un largo etcétera, que sirvió para comprender lo necesario de una organización previa. A pesar de todo esto se obtuvo un beneficio de algo más de 1500€, un éxito para el fracaso que se fraguaba días antes al mismo.

A finales de diciembre, tras haber realizado un análisis del evento y ya siendo un proyecto conocido dentro del entorno del equipo de trabajo de Rainbow Family, se cerró el plazo de inscripción de las voluntarias. Dando lugar a la fase de selección de las candidatas que continuarían en el proceso. A todas las candidatas se les requirió rellenar un formulario, adjunto en el anexo 6.6, donde describirían brevemente sus inquietudes respecto a este voluntariado y las motivaciones para realizar el mismo, así como sus datos personales. 20 de ellas fueron las seleccionadas, tras cumplimentar el formulario, de continuar con el proceso y ser entrevistadas por miembros de Rainbow Family y de la Fundación Mary Ward.

En enero, se desarrollaron los guiones de las entrevistas y un breve documento donde recogería aspectos de las entrevistadas de forma que se pudiese realizar la selección de la manera más objetiva posible, ambos documentos adjuntos en el anexo 6.7. Estos documentos fueron sin duda, piezas claves para el correcto desarrollo de las entrevistas, dado que el equipo de Rainbow Family a pesar de estar acompañado y apoyado por la fundación, nunca había realizado ninguna entrevista ni sabía muy bien cómo enfocarla y seleccionar a las candidatas.

Tras todas estas entrevistas a finales de enero se eligió a las 14 voluntarias que finalmente acudirían y se les ofreció alternativas a todas aquellas candidatas que no podrán acudir este año.

Fue a final de enero, cuando se me brindó la oportunidad de poder profesionalizar este proyecto de la mano del trabajo de fin de máster y no solo garantizar la supervivencia a largo plazo del proyecto, sino ayudar a organizar internamente al grupo, pasando de ser un grupo de amigas con un proyecto entre manos a un equipo de trabajo más serio y organizado o por lo menos asentando las bases para conseguirlo con el paso de tiempo.

1.5 La oportunidad de profesionalizar Rainbow Family gracias al Trabajo Fin de Máster

A finales de enero, como previamente se ha comentado, propuse al coordinador de la rama de emprendimiento de la universidad Pontificias de Comillas, desarrollar como trabajo de fin de máster la profesionalización de Rainbow Family.

Esta idea nació tras comentarlo internamente y ver una gran oportunidad de desarrollar paralelamente a todo el trabajo diario que se estaba llevando a cabo, una metodología de trabajo y procesos a mayor largo plazo que permitiese al proyecto tener una visión más global del mismo en el tiempo. Con la aceptación del grupo de amigas y con la total confianza en el desarrollo del proyecto, se me asignó una directora de proyecto, Marta Reina Álvarez de Sotomayor, que me guiaría, en base a su larga experiencia en el sector, en el desarrollo de todo el trabajo de fin de máster y en la profesionalización del proyecto.

Esta profesionalización consistiría en desarrollar los criterios para cumplimentar los dos objetivos de Rainbow Family, la recaudación de fondos y la gestión del voluntariado, y desarrollar un modelo de negocio para el proyecto donde se reflejaría todos los agentes implicados en el mismo y una metodología de trabajo seria, organizada y definida donde se pudiese ir contrastando las campañas llevadas a cabo a través de indicadores.

Todo esto, se desglosará en este trabajo de fin de máster y se analizará las primeras conclusiones que se han ido obteniendo durante estos escasos 11 meses de vida del proyecto.

2. El proyecto

2.1 Fase previa

Gracias a este trabajo fin de máster se hará frente a uno de los grandes retos que tiene el proyecto Rainbow Family: su profesionalización.

Profesionalización que ha de comenzar por la determinación de los derechos y deberes que tiene en su relación con la Fundación Mary Ward, con la que colabora estrechamente.

Profesionalización que ha de continuar con la determinación de los roles de cada una de las personas que conforman el equipo de trabajo de Rainbow Family.

Y por último, para poder comprender verdaderamente el sector en el que se sumerge Rainbow Family, se desglosará un estudio de mercado de los competidores más directos del proyecto.

2.1.1 Formalización de la relación entre Fundación Mary Ward y Rainbow Family: derechos y deberes de cada una de las partes

Para poder recoger toda esta formalización se ha realizado el siguiente documento donde se desarrollan las bases de la colaboración entre ambas partes. En él se desglosan sobre todo las dos gestiones que influyen en el correcto desarrollo donde interviene la fundación: la gestión financiera y la gestión del voluntariado. Como se puede apreciar en el documento se desglosan las tareas concretas que cada una de las partes deberá realizar para poder llevar a cabo correctamente sus funciones.



Funciones de RF con FMW y viceversa

Para poder estimar un modelo sostenible a largo plazo para el proyecto Rainbow Family apadrinado por la Fundación Mary Ward (FMW), es necesario aclarar las funciones de cada parte. Por ello, el objetivo de este escrito es dejar desglosado a largo plazo las responsabilidades de cada parte y de esta forma trabajar de la manera más transparente posible.

Dado que este proyecto, tiene como objetivo dos vertientes de igual importancia, las funciones de cada parte se desglosarán siguiendo esta división:

1. Gestión Financiera

Rainbow Family se compromete con la Fundación Mary Ward a:

- Realizar un documento informativo previo a los eventos desglosando la previsión en recaudación y gastos.
- Realizar un documento informativo posterior a los eventos desglosando el resultado final de recaudación y gastos.
- A realizar la captación, seguimiento e información de los socios de RF.

Fundación Mary Ward se compromete con Rainbow Family a:

- Emitir los certificados de donaciones anualmente, a todo aquel que haya contribuido con el proyecto con un importe mayor a 10€.
- Emitir un Resumen Económico de las recaudaciones/donaciones/cuota de socios cuyo fin es RF.
- Emitir un Resumen informativo del estado de los Socios semestral para poder llevar una buena comunicación con ellos. (Altas y bajas).
- Informar de las transacciones bancarias a la India a través de incluir a RF en las comunicaciones vía e-mail con las encargadas del proyecto en la India.

2. Gestión del voluntariado

Rainbow Family se compromete con la Fundación Mary Ward a:

- Realizar la captación de las voluntarias a través de los canales diseñados para ello.
- Realizar el proceso de selección de las voluntarias, incluyendo:
 - o Fase Inicial: Formulario y primera criba de las niñas
 - o Segunda Fase: Entrevista a las voluntarias con involucración de la FMW.
 - o Tercera Fase: Fin de formativo de las voluntarias escogidas.
 - o Cuarta Fase: Seguimiento de las voluntarias en Calcuta.
 - o Quinta Fase: Evaluación del voluntariado y “vinculación” posterior de las voluntarias al proyecto.
- Formalizar todo el proceso, para que quede de la manera más transparente de forma que RF cumpla en todo momento con los valores de la FMW.

La Fundación Mary Ward se compromete con Rainbow Family a:

- Ayudar y ser partícipe en las entrevistas a las posibles voluntarias y a su posterior selección.
- Realizar conjuntamente con RF la formación de las voluntarias que acudan a Calcuta.
- Ser un apoyo para RF, en la comunicación con la India a la hora de realizar los trámites oportunos.

2.1.2 Definición de roles de cada uno de los componentes del equipo Rainbow Family

Del mismo modo que se ha realizado la definición de los deberes y obligaciones con la Fundación Mary Ward, es necesario aclarar que rol tiene cada una de las integrantes del equipo de trabajo de Rainbow Family.

En el documento adjunto se desglosan cada una de las tareas asignadas, acordado de forma conjunta entre todo el equipo de trabajo.

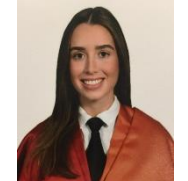


Desglose de Funciones del equipo de Rainbow Family

Para poder transmitir madurez y solidez del proyecto es necesario asignar funciones de cada componente del equipo organizador. De esta forma, se gestionará mejor el tiempo y los recursos, enfatizando cada componente su función dentro de la organización.

Esto no implica que las decisiones importantes y globales sean llevadas por una o dos personas. Estas decisiones serán construidas en base a un consenso grupal.

Por ello, la división de esta organización se realiza de la siguiente forma:

Foto	Apellidos, Nombre	Actividad
	Anaya Aznar , Marina	Responsable del diseño de RF. Todas las actividades que conlleven diseño o maquetación estarán dirigidas y organizadas por ella.
	Japón Fedriani, Fernanda	Responsable de la contabilidad de RF. Se debe centrar en llevar un control exhaustivo de los gastos y mantener un control de los donativos. Estrecha colaboración con la FMW.
	Picamill Galindo, Teresa	Responsable de la gestión de la Financiación. Desglosará las actividades relacionadas con la financiación. Captación de socios y posibles nuevas vías de financiación. Estrecha colaboración con FMW para controlar el correcto uso de los recursos y la gestión de ellos.
	Pont Gutiérrez, Julia	Responsable de las RRSS y vías de comunicación con los voluntarios y donantes. En el caso que existan socios, encargada de la comunicación mensual con ellos. Boletines informativos.
	Roldán Tigeras, Macarena	Responsable de la gestión de los recursos. Dependiendo de la vía de financiación escogida finalmente, se centrará en desarrollo de los recursos requeridos. Lo más probable será el desarrollo de campañas de captación y mantenimiento de socios.
	Rufino Pablo- Romero, M Cristina	Responsable de la gestión del Voluntariado. Tramitación del papeleo del voluntariado como del hostel y la organización de su estancia. Elaboración de modelo sostenible a largo plazo. Y desarrollo de documentos adicionales.
	Sánchez - Arjona Pablo-Romero, María	Responsable de las RRSS y vías de comunicación con los voluntarios y donantes. En el caso que existan socios, encargada de la comunicación mensual con ellos. Boletines informativos.

Es necesario reiterar, que las decisiones que afecten a todos los campos se tomarán de manera grupal. Sin embargo, si son decisiones de cada área se deberán gestionar de manera independiente, acarreando cada una con las consecuencias tomadas.

Además de ello, en los eventos realizados inicialmente para financiar el proyecto y más a largo plazo para sensibilizar, se realizarán entre todas las participantes, enfocándose cada una en su área. Es muy necesario recordar que para este tipo de eventos, será fundamental una colaboración más entregada de cada una.

2.1.3 Estudio de mercado: análisis de competidores

Previamente a analizar las vías de financiación disponibles para sustentar el proyecto Rainbow Family, es necesario analizar el mercado y a los competidores actuales por esos fondos. Por ello se desglosará un breve análisis de los mismos, enfocándolo en los posibles competidores con una propuesta similar a la ofertada por Rainbow Family y en los posibles organismos, cuyo nicho de clientes en el ámbito de la financiación sea similar a la del proyecto.

Primeramente, el análisis se centrará en aquellos proyectos que se desarrollan en la India, y cuya propuesta de valor sea muy similar. En este grupo encontramos a un gran competidor: Sonrisas de Bombay.

Sonrisas de Bombay es el principal competidor de Rainbow Family. Su área de trabajo es Bombay, India enfocando su ayuda en (*"Sonrisas de Bombay," n.d.*):

- Apoyar a la educación de los niños que habitan en los slums de Bombay. De esta forma, generan oportunidades y permiten el desarrollo de estos niños en zonas donde la esperanza de vida es nula.
- Para garantizar un desarrollo, Sonrisas de Bombay cree que es necesario garantizar la salud de estos niños. Por ello, otra parte fundamental es el acceso a la salud. Para ello, impulsan proyectos que persiguen garantizar el acceso a este derecho.
- Además, contribuye a promover la autosuficiencia de las comunidades en las que trabaja, a través del impulso de la mujer.
- Trabajan en la sensibilización de la sociedad, dando a conocer la pobreza de los slums de Bombay, la desigualdad de oportunidades y la vulneración de derechos que sufren a diario millones de personas.
- Por último, se implican en influir en las políticas sociales para fomentar la protección de los derechos humanos de esta parte de la población de Bombay.

Una vez conocido su propuesta de valor, es necesario describir que actividades claves son las que se le ofrece al cliente y las vías de financiación para apoyar esta causa. Analizando las propuestas al cliente se obtienen las siguientes ofertas:

- Empresas: Ayudar a la difusión del proyecto dentro de la plantilla de trabajo, promover la implicación de la plantilla en el proyecto y colaborar económicamente con la causa.
- Viaja a Bombay: Realizar un viaje a Bombay para conocer los proyectos y convertirse en un embajador del proyecto en España.
- Escuelas Sonrientes: La principal implicación en esta área es ser el promotor de charlas y eventos organizados en colegios españoles para sensibilizar y dar a conocer los derechos humanos y de la infancia. Y de esta forma, educar en esta materia a niños y jóvenes de todas las edades.

Las vías de financiación de este proyecto son muy parecidas a las seleccionadas para desarrollar un modelo sostenible de Rainbow Family. Concretamente estas son:

- Vía socio: Como la mayoría de ONG, esta vía es una de las seleccionadas dado que se trata de una fuente recurrente.
- Vía donaciones puntuales.
- Vía herencias y legados solidarios.
- Vía tienda online: En ella se ofrece material y artesanía local, de Bombay, que se puede adquirir a través de su página web.
- Vía pack de sonrisas: Esta vía de financiación es algo innovadora, ya que el objetivo es regalar dos sonrisas. A una persona en España, a través de una clase o taller de una actividad concreta que se le regala y otra a uno de los proyectos, a través de una donación de ese regalo.

Por el marco social en el que esta ONG trabaja y el ámbito de trabajo tanto en ubicación como propuesta, se estima que Sonrisas de Bombay es el principal competidor de Rainbow Family.

Es también necesario recalcar aquellos proyectos u obras sociales que a pesar de tener una propuesta de valor muy distinta a la ofrecida por Rainbow Family, que compita por sus “clientes”. Es decir, dado que cada persona normalmente no tiene asignada una partida para donaciones o colaboraciones con ONG, el posible competidor, es aquel que consiga captar a potenciales socios o colaboradores puntuales de Rainbow Family.

En este caso y dado que es en Sevilla donde se enfocará inicialmente la captación de socios y fuentes de ingresos, centramos dicho análisis en esta ciudad. En este ámbito se pueden resaltar varias ONG:

- **Banco de Alimentos de Sevilla:** el objetivo principal es la recogida de alimentos, generalmente excedentarios o con fecha de caducidad próxima, para repartirlo a centros asistenciales. De esta forma, se ayuda a paliar las necesidades de las personas más desfavorecidas. (“Fundación Banco de Alimentos de Sevilla • Sevilla Solidaria,” n.d.)
- **Cáritas:** su misión es promover el desarrollo integral de las personas y los pueblos, especialmente de los más pobres y excluidos, a través de su modelo de acción social que se basa en optar por la transformación de manera integral abarcando todas las dimensiones, acompañando personas y animando comunidades.. (“Conoce nuestra historia y nuestros valores | Cáritas,” n.d.)
- **Andex:** es la Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Andalucía. Desde su fundación, Andex ha luchado por fortalecer el Centro Oncológico Infantil de Sevilla en el Hospital Virgen del Rocío de Sevilla, cofinanciando la construcción de la nueva planta de oncohematología pediátrica en dicho Hospital. (“ANDEX :: Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Andalucía,” n.d.)
- **Sóñar Despierto:** su misión es la integración social de menores y jóvenes residentes en centros de acogida, residenciales y centros abiertos

procedentes de ambientes marginales y familias desestructuradas a través de un proyecto socioeducativo.(Soñar Despierto, 2019)

- **Autismo Sevilla:** la misión de esta ONG es promover que las personas con Trastorno del Espectro Autista (TEA) y sus familias cuenten con apoyos especializados a lo largo del ciclo vital, orientados hacia la mejora de la Calidad de Vida, para favorecer su inclusión social y la defensa de sus derechos. (“Autismo Sevilla | Misión, Visión y Valores,” n.d.)
- **Comedor Social San Juan de Acre** (Orden de Malta): Dar soporte a las familias más vulnerables de la ciudad a través de garantizarles una alimentación diaria basada en una dieta equilibrada y nutritiva. (Comedor de San Juan de Acre, s.f.)

Como se aprecia las propuestas de valor de estas organizaciones son muy dispares y poco tienen que ver con la ofertada por Rainbow Family. Sin embargo, es necesario tenerlas en cuenta dado que todas ellas, incluidas el proyecto descrito en el trabajo, “luchan” por unos fondos provenientes del mismo sector de la población.

Por último, es necesario hacer una mención especial a **la orden fundada por la Madre Teresa de Calcuta: las misioneras de la caridad**. Las misioneras de la caridad, es uno de los principales competidores desde el punto de vista de voluntariado en la india, dado la relevancia mundial de su fundadora. Esta orden centra su propuesta en proporcionar una experiencia de voluntariado a todo el interesado en realizarlo, sin discriminar por raza, sexo o edad. La experiencia que ofrecen se basa en ayudar en los centros de enfermos y moribundos asistidos por las monjas proporcionándoles toda la ayuda necesaria a las monjas y acompañando a los enfermos en sus momentos más duros e incluso en sus últimos suspiros.

Las grandes diferencias con este competidor se podrían resumir en:

- Al estar ligado a una orden religiosa, tiene presente la religión cristiana en su voluntariado.
- No requiere de una organización ni un previo aviso para poder realizar la experiencia de voluntariado con ellas, tan solo que la persona interesada se organice su viaje y acuda a su llegada al centro para inscribirse.
- La experiencia de voluntariado se basa en el trato con personas enfermas, discapacitadas o moribundas abandonas por sus familias en las calles de Calcuta. El trato con estas personas y con las monjas es lo que más engrandece la experiencia.

A pesar de que la propuesta de valor de las misioneras de la caridad es muy distinta a la propuesta por Rainbow Family, es muy necesario tenerla en cuenta dado su relevancia mundial gracias a su fundadora la Madre Teresa.

2.3 Modelo de sostenibilidad

2.2.1 Análisis DAFO de cada una de las líneas de sostenibilidad más habituales de las ONG

Para poder analizar de manera objetiva las posibles vías de financiación y posteriormente elegir aquellas más adecuadas para garantizar la sostenibilidad del proyecto Rainbow Family, se utilizará la matriz DAFO. A través de ella, se identificarán las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de cada vía. Se desglosarán siguiendo el siguiente formato:



Figura 5: Matriz DAFO

En concreto las vías que se estudiará para financiar este proyecto a medio y largo plazo son las siguientes:

- Financiación pública
- Financiación privada:
 - o Cuota Socios
 - o Apadrinamiento
 - o Crowdfunding (Financiación Colectiva)
 - o Legados Solidarios (Herencias)
 - o Eventos
 - o Empresas
 - o Cobro de servicio de canalización del voluntariado
 - o Venta de productos

De forma auto explicativo, se adjuntan las matrices DAFO de cada posible línea de sostenibilidad a continuación:

Financiación Pública

DEBILIDADES	AMENAZAS
RAINBOW FAMILY no tiene entidad jurídica lo que imposibilita su acceso a financiación pública, que habría que articular a través de la Fundación Mary Ward. La financiación pública no es recurrente. Lo que hace que los ingresos que se consiguen por esta vía sean muy variables a lo largo del tiempo. Esto hace que la institución vuelva a estar cada año en una situación de incertidumbre económica y dificulta la mirada estratégica de los gestores a largo plazo, que han de estar mirando más a la supervivencia que al impacto social. La financiación requiere de una alta inversión en horas de trabajo: rastreo de convocatorias en las que pueda encajar aquello que se quiere financiar, construcción de relaciones institucionales, formulación especializada para cada convocatoria, justificación exhaustiva de los gastos (que, por otro lado, cuando se han ejecutado en países en vías de desarrollo a veces conllevan dificultades añadidas, como puede ser el contar con facturas), etc.	La gran amenaza que existe en esta vía de financiación es la gran competencia existente dado el gran volumen de ONG que intentan conseguir subvenciones de este tipo. Además, tras la crisis económica el presupuesto asignado a esta causa se vio muy reducido. Esto es un síntoma de lo ligado que están las subvenciones al estado de la economía del país.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
La financiación pública es una muy buena opción para circunstancias en las que se busca la sostenibilidad de un proyecto concreto y puntual, que encaja con alguna convocatoria específica.	La Administración pública es muy rigurosa con la concesión de subvenciones. El contar con su apoyo es un aval frente a terceros, de buen hacer por parte de la organización.

Financiación Privada- Cuota Socios

DEBILIDADES Rainbow Family No tiene entidad jurídica por lo que si bien los socios se captan desde Rainbow Family, se captan para la Fundación Mary Ward. La Fundación Mary Ward ya está captando socios en el entorno de los colegios de las irlandesas, por lo que es preciso acotar muy bien el target al que dirigirse desde Rainbow Family, para que no haya conflictos internos. El mantenimiento de los socios requiere de una actividad específica dentro de Rainbow Family, orientada a mantenerlos informados y a que se sientan parte del proyecto y de los éxitos que se van consiguiendo: elaboración de plan de contenidos a comunicar, desarrollo de dichos contenidos, distribución de los mismos a través de los distintos canales, recogida de feedback, etc.	AMENAZAS Tal y como se ha comentado anteriormente, la gran diversidad en ONG que actualmente compiten en este mercado, dificulta mucho la captación de socios, dado que la mayoría ofrecen proyectos similares. Su estabilidad va ligada a la economía española, lo que a su vez tiene una incidencia directa en la situación económica de las personas particulares. Por ello, es necesario que el vínculo que se genere entre el socio y el proyecto sea consistente y duradero.
FORTALEZAS Los socios, más allá de contribuir a la financiación del programa, representan la base social de cualquier organización; son quienes creen en el proyecto y lo respaldan. La financiación vía socios es recurrente, lo que facilita la estabilidad económica de la organización. La estabilidad económica facilita el que los gestores de la organización se centren en el planteamiento estratégico a largo plazo y no en la supervivencia del proyecto.	OPORTUNIDADES

Los ingresos vía socios son fondos de libre disposición, que no hay que justificar, lo que facilita mucha flexibilidad a la organización, dado que puede ir invirtiéndolos en lo que vaya considerando más conveniente.	
--	--

Financiación Privada- Apadrinamiento

DEBILIDADES Es una vía cuya principal debilidad es la dificultad en conseguir captación de “padres”. Así mismo, la gestión muy compleja porque hay que llevar muy estrictamente el control de las relaciones padrino – ahijado. Por último, una gran debilidad de esta vía es que no es compatible con la forma de trabajar de la Fundación Mary Ward, dado que su misión es cooperar en la construcción de un mundo más justo, apoyando acciones que promuevan el desarrollo, especialmente de mujeres, niñas y niños, desde el compromiso con el derecho de todas las personas a una vida digna y fomentando la educación en la solidaridad. Y dentro de ello, no contemplan la opción de apadrinamiento para la colaboración.	AMENAZAS La gran amenaza en esta fuente de financiación es la consolidación de la competencia y la segmentación de socios ya inscritos. Por ello, las ONG actuales son una gran amenaza para el proyecto Rainbow Family.
FORTALEZAS Las fortalezas del apadrinamiento son exactamente las mismas que la de los socios: Los padrinos, más allá de contribuir a la financiación del programa, representan la base social de cualquier organización; son quienes creen en el proyecto y lo respaldan. La financiación vía apadrinamiento es recurrente, lo que facilita la estabilidad económica de la organización.	OPORTUNIDADES

La estabilidad económica facilita el que los gestores de la organización no tengan de estar ocupados en su supervivencia y puedan trabajar con una mirada estratégica.

Los ingresos vía apadrinamiento son fondos de libre disposición, que no hay que justificar, lo que facilita mucha flexibilidad a la organización, que puede ir invirtiéndolos en lo que vaya considerando más conveniente.

Financiación Privada- Financiación Colectiva (Crowdfunding)

DEBILIDADES La gran debilidad de esta fuente de financiación es la peligrosidad de “quemar” la base social a la que está dirigida el proyecto. Esto se debe a las cantidades tan pequeñas que se recaudan, en torno a 11.15€ por persona (Crowdfunding España, s.f.) . Por ello, esta vía no es útil como una vía recurrente.	AMENAZAS Esta vía de recaudación está actualmente muy demanda para cualquier tipo de proyecto, trabajo, estudio o necesidad. Por ello, se establece que la mayor amenaza es la competitividad existente.
FORTALEZAS La gran ventaja de la financiación colectiva es que el dinero recaudado es dinero libre disposición. Es decir, salvo que en la campaña ejecutada en la captación se diga otra cosa (que el dinero irá a una emergencia / proyecto concreto), el dinero será destinado a lo que el equipo organizador considere oportuno. Es además, una magnífica herramienta para la sensibilización, para dar a conocer la causa y el proyecto. Dado que se facilita el contacto entre el donante y la institución siendo una relación mucho más directa que la relación tradicional entre socio e institución.	OPORTUNIDADES Es una magnífica herramienta para campañas puntuales, casos de emergencia o proyectos concretos.

Financiación Privada- Legados Solidarios (Herencias)

DEBILIDADES	AMENAZAS
No es una vía muy frecuente. De hecho, la última noticia encontrada de 2016 muestra que esta financiación se está incrementando un 172%. A pesar de que el porcentaje parece muy alto, en 2015 se realizaron 316 legados solidarios. (Europa press, s.f.) Otra gran debilidad es que para que se produzca un legado solidario se requiere de una vinculación muy poderosa y una confianza total entre donante y la institución. Una relación que no se ha podido consolidar en la brevedad de tiempo del proyecto.	Como en todo este tipo de vías, la principal amenaza es la competencia actual de las ONG muy consolidadas y líneas de financiación muy trabajadas.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Las grandes fortalezas de esta fuente de financiación es que se trata de un dinero de libre disposición, totalmente recurrente, fácil de gestionar y un extra no esperado. Además de ello, supone una alineación total entre los valores del donante y de la institución, indicando que se está realizando correctamente el trabajo. Una motivación mayor.	

Financiación Privada- Eventos

DEBILIDADES	AMENAZAS
Gran esfuerzo previo, durante y posterior al evento. Dado que es necesario dejar claro objetivos, procedimientos y resultados durante la jornada. Así mismo, requiere del equipo organizador una implicación total en los días previos y en el propio evento para dejar atado cualquier posible fallo o desorganización.	Se focaliza en un segmento muy concreto de la población y de la sociedad, pudiendo “cansar” al segmento dirigido. Por ello, es necesario que esta vía de financiación no se la fuente principal de ingresos sino una vía recurrente en momentos claves o para sensibilizar con la causa.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Es una vía de financiación cuya recaudación es dinero de libre disposición. Además de ser una vía recurrente, siempre y cuando se organicen eventos recaudatorios.	Es una gran oportunidad para sensibilizar con el proyecto, dado que conocen la causa, permiten interactuar con el equipo organizador y tener conversaciones sobre el proyecto y además, es una gran oportunidad para captar interesados para otras vías de financiación como por ejemplo socios o a voluntarias.

Financiación Privada- Empresas

DEBILIDADES	AMENAZAS
Rainbow Family, como ya se ha comentado anteriormente, no tiene entidad jurídica lo que dificulta su acceso a empresas, fuera de un entorno Friends & Family. Además de ello, Rainbow Family no cuenta con un proyecto maduro capaz de transmitir una imagen de solvencia a la empresa (no cuenta con éxitos ni datos que puedan avalar su experiencia y buen hacer, a lo que se suma la juventud de sus interlocutoras). Por último, las convocatorias que ofrecen las empresas es una vía no recurrente y de difícil gestión, no siempre son la mejor alternativa.	Como ha ido pasando en casi todas las vías de financiación, la mayor amenaza es la competencia del mercado actual. Además de ello, en esta fuente concreta es necesario destacar que las grandes empresas normalmente, tiene un proyecto solidario dentro de la misma o cuentan con fundaciones propias a través de las que canalizan su actuación social. OPORTUNIDADES Esta vía es una gran alternativa para la financiación a largo plazo y apoyo a proyectos concretos. Por ello, no se descarta en un futuro usar esta vía para situaciones concretas. Es también interesante, la financiación de las empresas para colaborar con eventos concretos a través de patrocinios o donaciones de productos o alimentación. Esta pata de la financiación a través de la empresa, ya ha sido utilizada en el I Concurso de Paellas. Por último, la causa para la que se trabaja desde Rainbow Family es una causa amable y atractiva para un posible patrocinio o para una actividad de marketing con causa por parte de la empresa.

Financiación Privada- Cobro de Servicio de canalización de voluntariado

DEBILIDADES Esta vía puede ser una barrera de entrada para muchas posibles candidatas, debido al encarecimiento del servicio ofrecido.	AMENAZAS La gran amenaza es la competencia que existe, provocando que este segmento interesado en realizar un voluntariado con Rainbow Family, finalmente no acuda. Por ello es necesario, tener en cuenta este factor a la hora de determinar el precio a cobrar.
FORTALEZAS Las fortalezas más claras de esta vía de financiación es que se trata de un dinero de libre disposición. Es decir, no tiene un fin concreto y se puede usar según las necesidades lo requieran. Además de ello, se trata de una fuente recurrente, dado que el voluntariado anualmente es una pata principal del proyecto y sin él el proyecto no tiene sentido.	OPORTUNIDADES Es una grandísima oportunidad de sensibilizar con la causa. De esta forma anualmente se incorporarán a la familia un grupo de voluntarias que convivirán y conocerán de su propia mano el proyecto y el beneficio que esta financiación trae a las niñas Rainbow. Es también una gran oportunidad para captar socios o interesados en hacer donaciones puntuales. Una forma de vincular a personas con el proyecto y sus valores.

Financiación Privada- Venta de Productos

DEBILIDADES La venta de productos requiere de mucha implicación del equipo organizador. Se debe tener un control exhaustivo del stock, identificar los canales de venta, el almacenaje de los productos, etc. Todo este puede desfocalizar al equipo actual de Rainbow Family, dado que no tienen experiencia ni conocimiento en este sector. Además de ello, es necesario tener en cuenta la gestión de la materia prima, elaboración del producto y el transporte del producto a España.	AMENAZAS Para que los productos sean vendidos en España han de ser competitivos en precio y han de resultar atractivos a los compradores potenciales. Porque no se vendrán tan solo por contribuir con su compra a una buena causa. Y lo cierto es que nuestro mercado ya está muy saturado Además, se competiría de manera específica con el mercado de productos de comercio justo.
FORTALEZAS Las fortalezas más claras de esta vía de financiación es que se trata de un dinero de libre disposición. Es decir, no tiene un fin concreto y se puede usar según las necesidades lo requieran. Además de ello, se trata de una fuente recurrente, a pesar de tener el riesgo de no vender lo esperado.	OPORTUNIDADES Es una gran oportunidad de sensibilizar con la causa y conectar con el nicho de población al que se dirige el proyecto. Dando a conocer el proyecto, su misión y por lo tanto la línea de apoyo (socios y donantes). Esta vía podrá ser considerada en el futuro en momentos puntuales o cuando el proyecto ya esté más avanzado.

2.2.2 Selección de las líneas de sostenibilidad a utilizar desde Rainbow Family

La mayoría de las vías de financiación descritas anteriormente se han descartado por dos motivos, el principal es que Rainbow Family no tiene entidad jurídica, ya que se ha constituido como un proyecto de la Fundación Mary Ward. Esta decisión se tomó teniendo en cuenta que el proyecto que quiere financiar Rainbow Family es parte de la Fundación Mary Ward y sobre todo debido a la fuerte vinculación de todo el equipo de trabajo tiene con esta fundación y a la experiencia de la misma en el sector no lucrativo.

Por otro lado, y debido a la estructura por la que se optó, los valores de Rainbow Family y su forma de proceder deben estar alineados con la Fundación Mary Ward. Por ello, vías de financiación como el apadrinamiento no se han contemplado.

Tras el análisis tan detallado de todas las posibles líneas de financiación, se ha optado por elegir las dos que a priori son más recurrentes y se ajustan más a los valores y a la forma de proceder de la Fundación Mary Ward: socios y eventos.

La realización de eventos se ha seleccionado con una de las vías claves de este proyecto debido a que no solo permite la recaudación de fondos, sino que a la vez permite sensibilizar y dar a conocer el proyecto. Por ello esta es una de las grandes fuentes de ingresos que se ha seleccionado.

Por otro lado, llevar a cabo una campaña de socios, se ha contemplado como la fuente recurrente de fondos. No solo porque garantiza poder estimar anualmente un ingreso, sino que permite llevar un seguimiento del impacto el proyecto y de la afinidad del mismo con el segmento de la población que se ha estimado afín al mismo.

Por ello, en este trabajo se desarrollará un modelo de negocio que contempla a ambas vías de financiación.

2.2.3 Desarrollo del modelo de negocio

Partners Claves - Fundación Mary Ward: Además de ser la institución jurídica a cargo del proyecto. La relación existente entre el RF y FWM es de vital importancia para todo tipo de temas pero concretamente con los socios (política de protección de datos) - Loreto Rainbow Homes de Calcuta - Patrocinadores (Tiendas, empresas): objetos para abastecer los sorteos en los eventos.	Actividades Claves - Elaboración y ejecución de plan de comunicación anual. El plan incluirá: - Acciones para sensibilizar y dar a conocer la causa para la que se trabaja desde Rainbow Family - Acciones para dar difusión a los eventos que se organizan a lo largo del año - Acciones dirigidas a la captación de socios - Acciones dirigidas a la fidelización de socios - Organización de eventos - Gestión de socios - Elaboración de propuesta de plan de mejora anual para la Fundación Mary Ward	Propuesta de Valor Contribuir económicamente a la mejora de la calidad de vida de las niñas indias acogidas en las casas Loreto Rainbow Homes a través de Rainbow Family, un proyecto: - Que garantiza que todo lo que se recauda llega su destino. - Trasparente, que facilita a sus donantes información sobre los logros conseguidos. - Cercano. - Confiable.	Relación con Clientes Asistentes a los eventos: - Recibirán una comunicación vía email tras el evento, informándoles de la cantidad que finalmente se recaudó y de lo que se hará con ella - Podrán estar continuamente al tanto de la marcha del proyecto e interesarse por él, si lo desean, a través de las RRSS - Serán invitados a hacerse socios en caso de que quieran adquirir un compromiso mayor - Socios - Recibirán sus recibos puntualmente - Recibirán una comunicación trimestral vía email, informándoles de los logros conseguidos gracias a su apoyo - Podrán estar al tanto de la marcha del proyecto e interesarse por él, si lo desean, a través de las RRSS - Serán invitados a todos los eventos presenciales que se organicen desde Rainbow Family - Recibirán en enero de cada año un certificado que les facilite su desgravación fiscal	Segmento de Clientes El segmento de clientes puede quedar definido en dos bloques: 1.Joven 25/30 años con vinculación al proyecto: - Friends & Family. - Antigua voluntaria en india - Antigua alumna de alguno de los colegios de las Irlandesas Antiguo alumno de Las Irlandesas: 2.Mujeres 40 / 60 años - Friends & Family. - Antigua alumna de alguno de los colegios de las Irlandesas Antiguo alumno de Las Irlandesas:
Recursos Claves - Web y RRSS: Recurso para canalizar los socios y su inscripción, así como para dar a conocer el proyecto y crear el vínculo entre el socio y el proyecto (Blog) - El equipo RF - Herramienta de email márketing que ayude a ejecutar las campañas y a analizar sus resultados.	Canales - Medios Propios: - RRSS: Instagram, FB, etc. - Web - Friends & Family - Medios Ganados: - Canales de la FWM: web, FB, Instagram. - RRSS Antiguos alumnos - Medios Pagados - Publicidad			
Estructura de Costes - Costes de marketing y de impulsión del proyecto. (Stand, organización eventos, roll-up, etc.) - Herramienta de email marketing para hacer las campañas de márketing y su seguimiento (mailrelay o mailchimp) - Publicidad: folletos, carteles, papeletas de los eventos. - Personal: Actualmente este coste es nulo, suplido por voluntarias.			Flujo de Ingresos - Los ingresos se obtienen de las vías de financiación - Socios: Mensual, Trimestral, Anualmente ingreso. - Eventos: Bianualmente se organiza un evento para cubrir alguna necesidad concreta del proyecto y sensibilizar con la causa	

1. *Propuesta de valor*

Como se ha desarrollado durante el trabajo existen competidores muy agresivos en este sector en el que los fondos tienden a depender mucho del estado de la economía. Por ello es necesario tener una propuesta de valor única y que verdaderamente atraiga al donante/socio.

Rainbow Family basa su propuesta de valor en el vínculo que se pretende crear entre esta persona y el proyecto. Muchas de las personas que inicialmente conozcan el proyecto y se definan como potenciales socios, serán del entorno cercano del equipo organizador, tendrán alguna vinculación con la Fundación Mary Ward o simplemente habrán conocido el proyecto a través de las redes sociales y se hayan vinculado al mismo debido a las experiencias descritas en estas vías de comunicación. Por ello, una de las claves de la propuesta de valor es la cercanía y ser un proyecto confiable.

Además de esto, y debido al vínculo generado y el grado de confianza depositado en el proyecto, es de vital importancia recalcar cada euro donado al proyecto será destinado al fin descrito en el evento o en el boletín trimestral. Esto se puede garantizar debido a varios factores:

1. El equipo organizador no cobra por el servicio dado al proyecto, es totalmente voluntario y la remuneración que obtienen es mejorar día a día la calidad de vida de estas niñas y apreciar que el proyecto formado está teniendo éxito.
2. El proyecto está apadrinado por la fundación Mary Ward. Esto implica que no existen gastos informáticos, administrativos, etc. Es decir, los eventos se sufragan con los propios beneficios y la gestión del voluntariado con la tasa de gestión. El único coste que será la publicidad y la herramienta de marketing que costeará con algún excedente de los eventos o con partidas descritas y definidas para ello.

Además, esta medida será clave en la transparencia que el proyecto quiere mostrar y sobre la que trabajará día a día. Esta transparencia, se verá reflejada en los boletines informativos que reciban los socios trimestralmente y a través de las redes sociales, debido a toda la información destinada a conocer el proyecto, sus labores concretas en la India y el desglose de donde se han invertido sus donaciones. Con estas medidas se pretende reforzar la unión al proyecto generada por el vínculo descrito anteriormente.

Por último, referente a la propuesta de valor, es necesario resaltar que lo más importante que este proyecto ofrece es la mejora de la calidad de vida de las niñas acogidas en los colegios de la fundación Mary Ward, a través de mejoras en las instalaciones y de sufragar gastos como ropa nueva, libros de textos, etc.

A modo resumen de todo lo descrito anteriormente, se puede definir la propuesta de valor con: contribuir económicamente a la mejora de la calidad de vida de las niñas indias acogidas en las casas Loreto Rainbow Homes a través de Rainbow Family, un proyecto:

que garantiza que todo lo que se recauda llega su destino; transparente, que facilita a sus donantes información sobre los logros conseguidos; cercano y confiable.



Figura 6: Día de entrada a los Loreto Rainbow de dos niñas de la calle

2. Segmento de clientes

Dado que se trata de un proyecto no lucrativo, se considera más oportuno hablar de socios y donantes en vez de referirse como clientes. Por ello en todo el trabajo se referirá a este término como socios y donantes o donantes que incluye a ambos grupos.

La definición de la propuesta de valor es clave para definir el segmento de socios y donantes al que va dirigido este proyecto, sobre todo porque identifica los claves necesarios para poder definir las características que este grupo debe tener.

Debido al vínculo necesario que se pretende crear con el proyecto y ser el elemento diferenciador con otros competidores como Sonrisas de Bombay, este grupo será un segmento cercano al equipo organizador, a la fundación Mary Ward con alguna vinculación, tipo antiguo alumno, y sobre todo con inquietudes sobre la India⁵ y la mujer en estos países.

Para poder definir un segmento claro no solo subjetivamente sobre quién podría ser el potencial cliente de Rainbow Family, se ha analizado el perfil del donante español en el informe anual 2018 de Asociación Española de Fundraising. De este estudio cabe destacar varios datos:

- El estudio indica que las mujeres tienden a donar en mayor cantidad. En el 2018, el 52% de donante eran mujeres.
- El perfil de este donante se puede definir como una persona de 49 años (media española del donante), casado o con pareja (67% de los donantes españoles los están), con estudios universitarios (representa al 49% de donantes) y perteneciente a la clase media de la sociedad (36% de los donantes se encuentran en esta franja).
- Las motivaciones que impulsan a donar a estas personas, según el estudio, son: en un 36% la empatía, en un 32% ética/justicia, 11% cercanía y otros un 21%.
- Los colectivos que más preocupa a los españoles es la infancia y los ancianos, como se muestra en la figura.

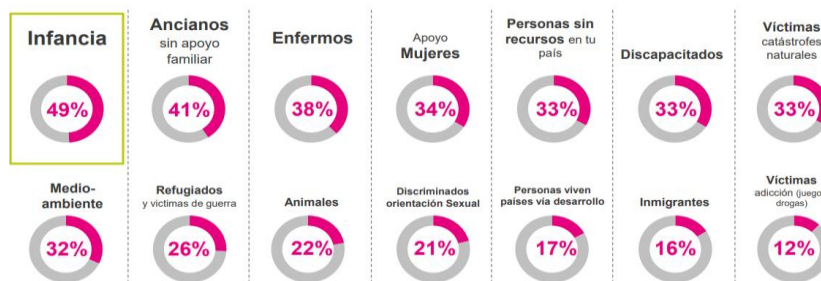


Figura 7: Preocupación de los españoles

Por todo lo descrito anteriormente, y teniendo en cuenta la información prevista por el informe, se pueden definir dos perfiles de socios y donantes para Rainbow Family. El primero de ellos, sería un joven de en torno a 25/30 años que no dependa económicamente

de sus padres y que tenga una vinculación muy fuerte al proyecto, Friends & Family, antigua voluntaria de Rainbow Family o antiguo alumno de los colegios de las Irlandesas. El otro gran nicho, se acerca más al perfil del donante español y lo conformarían mujeres de entorno a 40/60 años, cercanas al proyecto (Friends & Family) o antiguas alumnas de los colegios de las irlandesas.

Estos dos segmentos son muy concretos e inicialmente con una fuerte vinculación al proyecto, dado que una parte esencial de la propuesta de valor es la unión al proyecto y la confianza depositada en el mismo. Se define concretamente sus características en el anexo 6.8 a través de un “buyer” persona para cada segmento.

3. *Canales de comunicación*

La comunicación con los socios y donantes de Rainbow Family es de vital importancia para poder reforzar el vínculo con el proyecto, sensibilizar con la causa y dar a conocer el proyecto en sí. Por ello, se han estudiado los tres posibles casos de medios de comunicación actualmente existentes.

El primero de ellos, son los medios propios. Los medios propios son aquellos que están completamente controlados y dirigidos por Rainbow Family. Actualmente, estos medios son Instagram, como única red social actualmente, y el boca a boca a través del entorno del equipo de Rainbow Family (Friends & Family). En la mayor brevedad de tiempo se espera crecer en estas vías de comunicación dado que son la principal herramienta para la captación de socios, la comunicación con los mismos y para la sensibilización de la causa. Actualmente se está desarrollando una página web que incorporará toda la información del proyecto, canalizará el proceso de convertirse en socios o donantes del proyecto e incluirá un blog, donde se publicarán entrevistas, videos, e información relevante. Además, también se pretende desarrollar perfiles en RRSS como Facebook para poder llegar al segundo nicho de socios y donantes que son las mujeres de en torno a 40/60 años, dado que la mayoría no están presentes con la misma intensidad en Instagram que en Facebook.

Por otro lado, los medios prestados se denominan a aquellos medios que, a pesar de no estar dirigidos por la entidad o proyecto beneficiario, incorporan información relevante sobre el algo concreto, en este caso, el proyecto Rainbow Family. Para el proyecto estos medios son las redes sociales de la fundación Mary Ward (página web: fundacionmaryward.org, Instagram: @fundacionmaryward , Facebook: @FundMaryWard y Twitter: @Fund_MaryWard) y las redes sociales de la asociación de antiguas alumnas de las irlandesas, a través de Instagram. Además de por supuesto de Friends & Family en estos grupos.

Por último, los medios pagados. Estos medios hacen referencia a sistemas por los cuales a través de un pago publicitan tu proyecto en distintas redes sociales, páginas webs, etc., dependiendo donde se enfoque el nicho de socios y donantes a captar. Actualmente Rainbow Family, no incorpora esta medida de difusión. Sin embargo, puede ser interesante utilizarlo en campañas concretas o para analizar si la estrategia del plan de comunicación está siendo efectiva.

Tras este estudio, es interesante comprender que para que la comunicación sea efectiva y la utilización de estos medios se rentabilice al máximo, es necesario desarrollar un plan de comunicación anual para no solapar la información de los diversos temas a los socios y donantes. El plan de comunicación será una herramienta para estructurar la comunicación con los socios como con los asistentes y demás interesados a los proyectos, y de esta manera se informará de actos concretos con el fin de captar socios, de conseguir donantes o de invitar a todos los interesados a los eventos. De esta forma no se solapa la información y se consigue verdaderamente evaluar el impacto que tienen las vías de comunicación y el mensaje en la sociedad.

Para plasmar verdaderamente la importancia de realizar correctamente esta comunicación, se ha desarrollado el plan de comunicación a seguir en 2019. De esta forma garantizará que Rainbow Family trabaje de una forma más ordenada y coherente a la hora de enfocar la comunicación con los socios y donantes, sino que también servirá de guía para futuros años. En el anexo 0, viene detallado este plan de comunicación.



Figura 8: Una actividad con las niñas Rainbow

4. *Relación con el cliente*

Los canales de comunicación son la base para establecer una relación con el cliente duradera. Sin embargo, lo más importante es la relación que el proyecto tenga con sus socios y donantes para poder asegurarse esa fuerte vinculación clave en la propuesta de valor del proyecto.

Para ello, se dividirá la relación con el cliente según las dos fuentes grandes de ingresos, dado que la relación con el asistente a los eventos y la relación con los socios no debe ser la misma.

La relación que se pretende desarrollar con el asistente a eventos es una comunicación más informal. Primeramente, la invitación al evento se desarrollará a través de las redes sociales, página web de la fundación y de Rainbow Family y a través de publicidad en distintos clubes sociales, parroquias o murales informativos de los colegios de las irlandesas y colegios de Sevilla. En el propio evento, habrá siempre un stand informativo sobre el proyecto, para conocer las motivaciones del mismo y comenzar a crear un vínculo con estas personas para que en un futuro consoliden su unión a través de hacerse socios. Además de ello, una vez finalice el evento el contacto con estas personas continuará a través de e-mails. En esta comunicación se les informará de la cantidad recaudada y del destino exacto de esos fondos.

Por otro lado, también es muy importante la comunicación con los socios, para seguir creciendo en el vínculo creado y conseguir no solo una mayor conversión de asistentes a eventos a socios, sino también para retenerlos y que continúen formando parte del proyecto. Para ello, la comunicación con los socios se puede desglosar en los siguientes puntos:

- Recibirán sus recibos puntualmente y una certificación anual de la donación realizada para poder desgravarlo fiscalmente.
- Se establecerá con ellos una comunicación trimestral vía email, informando de los logros conseguidos gracias a su apoyo, además de entrevistas y otra información que se considere relevante.
- Podrán estar al tanto de la marcha del proyecto e interesarse por él, si lo desean, a través de las redes sociales.
- Serán invitados a todos los eventos presenciales que se organicen desde Rainbow Family.

Ambas comunicaciones serán de gran importancia, como se ha comentado, para reforzar el vínculo entre el proyecto y la persona donante, además de sensibilizar con la causa y dar a conocer el proyecto.

Finalmente, es necesario comentar la motivación principal, según el informe de la Asociación Española de Fundraising, de los españoles donantes. Tal y como se muestra en la imagen, las dos primeras razones para elegir una ONG son afinidad con la causa y cercanía. Por tanto, ya no solo es la propuesta de valor del proyecto, sino que requiere de

una mayor importancia reflejar esto en la comunicación del mensaje para conseguir los objetivos marcados.

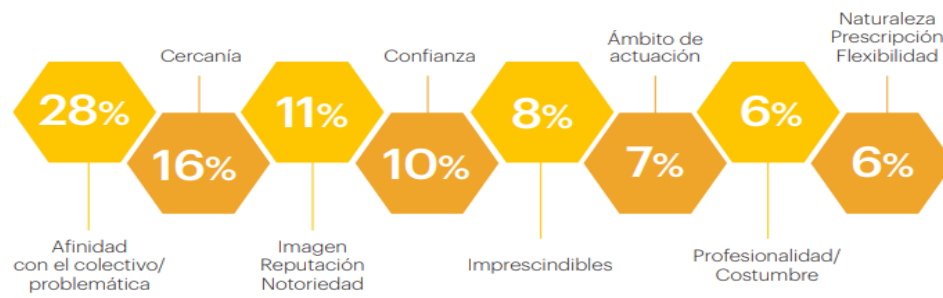


Figura 9: Motivos de elección de una ONG

5. Alianzas clave (*Key Partnership*)

Este proyecto tiene exclusivamente dos colaboradores importantísimos, sin los cuales no tendría sentido.

El primero de ellos es la fundación Mary Ward. La relación existente, a día de hoy, es que Rainbow Family es un proyecto dentro de la entidad jurídica de la fundación Mary Ward. Es decir, el proyecto se incorpora dentro de una fundación matriz que gestiona parte del mismo, sobre todo, el enfoque legal. Además, proporciona al proyecto la experiencia de 25 años trabajando en proyectos de desarrollo a nivel mundial y la gestión y captación de los fondos requeridos para estos proyectos.

Esta relación se pudo formalizar gracias al acuerdo mostrado en la fase previa del proyecto, donde se desglosan las funciones y obligaciones de la colaboración entre la fundación Mary Ward y el proyecto Rainbow Family. A modo resumen, los puntos clave de este acuerdo son:

- Rainbow Family se compromete con la Fundación Mary Ward a:
 - Dotar a la fundación de las previsiones y resultados previa y posteriormente a un evento.
 - Desarrollar íntegramente los eventos: publicidad, gestión del mismo (ubicación, etc.) etc.
 - La captación, seguimiento e información de los socios.
 - Gestionar los medios de comunicación propios.
 - Llevar a cabo el proceso completo de la selección de las voluntarias: captación, entrevistas, formación, seguimiento y evaluación.
- La Fundación Mary Ward se compromete con Rainbow Family a:
 - Ordenar las remesas de recibos a los socios y hacer seguimiento de los mismos.
 - Emitir los certificados de donaciones anualmente a los socios.
 - Emitir resumen informativo del estado de los socios (altas, bajas, impagos, etc) para mejorar la comunicación con ellos.
 - Informar de las transacciones bancarias a la India.
 - Emitir un resumen económico semestralmente de las recaudaciones realizadas (donaciones, eventos y socios)

El otro colaborador clave son los colegios Loreto Rainbow Homes en Calcuta, debido a que es en ellos donde se acoge a las niñas de la calle. Estos colegios pertenecen a la fundación Mary Ward internacional y son promovidos por esta entidad, aunque la gestión de los fondos y la organización del voluntariado se deben realizar directamente con la persona encargada de su mantenimiento. Con estos colegios se debe coordinar el destino de los fondos anuales para mejorar las instalaciones a largo plazo y la distribución de cada partida. Además, deben de informar al equipo organizador de Rainbow Family, si alguna necesidad ocurre, para sufragar esos gastos con un remanso apartado para estos casos. Y

por último otra parte vital de esta colaboración es la organización conjunta del voluntariado anual que se realiza en Julio.

Rainbow Family, tiene además patrocinadores que colaboran con el proyecto de cara a eventos, para sufragar gastos propios de la organización o con material para sorteos o tómbolas en estos eventos. A día de hoy no se ha intentado que una empresa externa colabore diariamente con el proyecto debido a varias razones: Rainbow Family es un proyecto muy nuevo y no tiene personalidad jurídica. Por ello, hasta el momento estos patrocinadores se han enfocado a los patrocinios en los eventos.

6. Actividades Clave

Muchas de las actividades clave que tiene el proyecto Rainbow Family se han ido comentando a lo largo del desarrollo del modelo de negocio. Sin embargo, es necesario comentar en profundidad estas actividades.

La prioridad de Rainbow Family es la mejora de las instalaciones de los colegios y en general del impulso económico del proyecto ya existente para poder mejorar la calidad de vida de esas niñas. Por ello una de las actividades principales del proyecto es desarrollar anualmente el plan de mejora para la fundación. De esta forma se estimará la recaudación del próximo año y se les asignará una partida concreta. Este es un gran paso no solo para el proyecto, sino para la formalización del mismo. Esta actividad se deberá realizar en el mes de octubre de cada año para planificar el siguiente, analizando los resultados del año en curso.

Para poder financiar el proyecto, como ya se ha comentado anteriormente, las vías escogidas son básicamente dos. La primera de ellas vía socios. Por ello una de las actividades claves es la gestión de los socios. Es decir, la captación y mantenimiento de los socios. La fase de captación se puede entender como una fase de sensibilización con la causa. El mantenimiento de los socios, será vital para que el proyecto funcione correctamente. Esto se realizará a través de todas las medidas comentadas para mejorar la relación con los socios, en el apartado de relación con el cliente.

La otra vía de financiación son los eventos. Este método de recaudación de fondos requiere de una fuerte involucración de todo el equipo organizador, tanto el día del evento como los días anteriores al mismo. La organización de estos eventos es un aspecto clave para el correcto desarrollo del mismo. Dentro de esta actividad es necesario resaltar las acciones claves para el correcto desempeño del mismo:

- Aprovisionamiento de materia prima (alimentación y bebidas)
- Búsqueda de patrocinadores para garantizar que los sorteos y/o tómbolas están cubierto.
- Campañas de publicidad para dar a conocer el proyecto y en concreto el evento en sí. (carteles, campañas de marketing, etc)
- Informe incorporando las previsiones y resultado del evento, anterior y posteriormente al mismo.

Por último, es muy importante desarrollar un plan de comunicación anual. Como ya se ha comentado anteriormente, su función es calendarizar las acciones de comunicación desde los distintos canales para optimizar su impacto. Este plan de comunicación incluirá:

- Acciones para sensibilizar y dar a conocer la causa para la que se trabaja desde Rainbow Family
- Acciones para dar difusión a los eventos que se organizan a lo largo del año

- Acciones dirigidas a la captación de socios
- Acciones dirigidas a la fidelización de socios

Todas y cada una de las actividades, son de vital importancia para el correcto funcionamiento del proyecto. Además, deberán ser desglosadas y adjudicadas a cada una del equipo organizador. De esta forma se trabajará más formalmente y cada componente tendrá una tarea asignada con unas obligaciones y responsabilidades, tal y como se ha comentado en la fase previa del proyecto.



Figura 10: niñas acogidas con una voluntaria

7. Recursos clave

El recurso más destacado de este proyecto es el equipo humano que compone el proyecto. Todas y cada una de las componentes del equipo organizador son personas muy formadas, con estudios universitarios en distintas áreas (ADE, Derecho, Diseño y Moda, Finanzas Magisterio, Ingeniería) complementándose así de una manera muy acorde con las necesidades que el proyecto requiere. Además, son todas personas entregadas a la causa, debido a su experiencia de voluntariado el verano de 2018 y, muy por encima de esto, amigas. Todo esto genera un ambiente de trabajo, a veces difícil, pero muy gratificante, que sin el cual el proyecto no se hubiese llevado a cabo. Por ello, sin este recurso el proyecto sería inexistente y nunca se hubiese alcanzado los objetivos propuesto para este año 2019, tan reciente a la experiencia de voluntariado que motivó la creación del proyecto.



Figura 11: Equipo fundador y actual gestor del proyecto

Además de esto es necesario otro tipo de recursos más materiales para poder desarrollar correctamente el proyecto. En este caso y debido a que no se oferta nada material son recursos necesarios para canalizar los socios y su inscripción, así como para dar a conocer el proyecto y crear el vínculo entre el socio y el proyecto (Blog). Concretamente se refiere a la página web y a las redes sociales, actualmente los medios propios de comunicación de Rainbow Family.

Por otro lado, para poder ejecutar y controlar el impacto de las campañas de marketing se utilizará una herramienta de email marketing: mailchimp o mailrelay. Estas herramientas permitirán conocer la respuesta de cada una de las campañas realizadas, lo que facilitará que desde Rainbow Family se vayan evolucionando tanto los mensajes como formatos y canales utilizados para optimizar su conversión.

8. Estructura de costes

Este proyecto no tiene grandes costes dado que el equipo organizador trabaja en el proyecto de forma voluntaria y no se necesita ningún bien material para poder llevar a cabo este proyecto. Sin embargo, existen pequeños costes que impulsaría de forma exponencial el impacto del proyecto en España. Estos costes vienen asociados al marketing y publicidad del proyecto. Se cree que estos costes inicialmente serán más elevados, aunque posteriormente se reducirán exponencialmente dado que existe mucho material de más de un uso como el stand o el roll-up informativo.

Dentro de esta partida de marketing será necesario contar con herramientas que permitan realizar un seguimiento de las campañas lanzadas. A través de mailchimp se realizará este seguimiento generando un pequeño gasto adicional mensual (10€/mes).

También se podría incorporar una partida de gastos asociada a la publicidad, el medio de comunicación de pago. Ahora mismo, Rainbow Family no se plantea esta partida dado que está muy enfocado a Friends & Family, pero es posible que para que el proyecto siga creciendo será necesario impulsarlo a través de campañas de publicidad. Además, estas vías de comunicación permiten realizar un estudio y valorar de forma objetiva el impacto de la campaña.

Además de este coste, también será necesario hacer un desembolso en la página web. Para ello, se invertirá en la herramienta para desarrollar la web (wordpress), en el dominio asociado al proyecto y se proyectará como posible gasto en un futuro comprar fotos de calidad para posts del blog.

Por último, es necesario comentar que los eventos en sí no supondrán ningún coste para el proyecto, dado que se financian con la propia recaudación. Es decir, el beneficio obtenido de un evento será el dinero total recaudado menos los costes que han supuesto realizarlos. Por ello, se necesitará prever de antemano los costes del evento para poder estimar los beneficios finales y el dinero recaudado.

Se adjunta a modo orientativo una tabla resumen del presupuesto 2019 de los costes planteados del proyecto. En el anexo 6.3, se adjunta el desglose detallado de los presupuestos para este año 2019.

Universidad Pontificia de Comillas
Escuela Técnica Superior de Ingeniería (ETSI)

	Presupuestado	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2020
Marketing y Publicidad	850	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	990
Merchandising	500	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	500
Material de oficina	350	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	350
Publicidad	-													20
Herramienta email marketing	-													120
Web	20	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5	5	5	104
Wordpress	20									5	5	5	5	60
Dominio	-													36
Fotos compradas	-													8
Eventos	2.080	-	1.330	-	-	-	-	-	-	750	-	-	-	1.980
Logística	-													
Alquileres (silla, mesa, etc)	280		180							100				280
Aprovisionamiento (comida, bebida, etc)	1.650		1.050							600				1.550
Marketing	150		100							50				150
Personal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	2.950	71	1.401	71	71	71	71	71	71	826	76	76	76	3.074

Figura 12: Desglose de los gastos incluidos en el presupuesto 2019

9. Flujo de Ingresos

Los ingresos de este proyecto se obtienen de las vías de financiación: socios y a través de eventos.

Los socios son la principal fuente de financiación, dado que es una financiación recurrente y de libre disposición. Pero más aún, porque es una vía que permite estimar una cuantía de ingresos al año. Según el informe del perfil del donante de la asociación española del donante, adjunto en el anexo 6.1, el 26% de los donantes lo hace mensualmente y el 27% puntualmente.

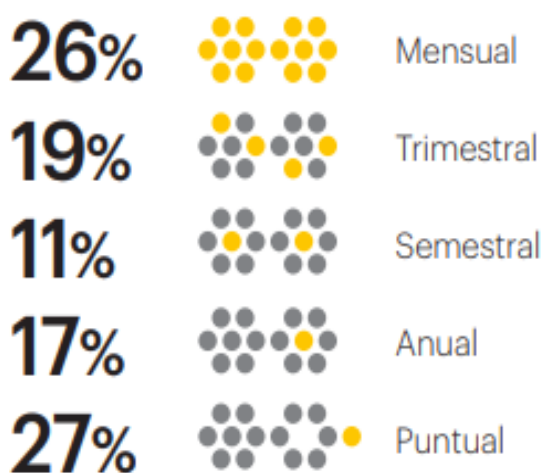


Figura 13: Periodicidad del donante

Esto puede servir de guía para realizar una estimación de los ingresos. Además de ello, según el informe de la realidad del socio de la Asociación Española de Fundraising, se estima que de media un español donante dona anualmente 133€ en 2016, no existen datos más recientes. Cabe destacar que la provincia de Sevilla se encuentra entre las comunidades autónomas cuya cuantía de donación es mayor. Sin embargo, para realizar las estimaciones de los ingresos, se ha estimado un valor inferior, cuota de 80€, siendo un poco más conservadores.

En el anexo 6.5, se incorpora el mapa geográfico español donde se desglosa la información de cuantía por provincias de un donante de media anual.

Por otro lado, la otra gran vía de financiación es debido a la organización de eventos. Estos serán realizados bianualmente para cubrir alguna necesidad concreta del proyecto y sensibilizar con la causa. Es muy importante, como ya se ha comentado anteriormente, la comunicación de dichos eventos. En esta partida de ingresos se verá reflejado directamente el efecto de las campañas de comunicación. Por otro lado, de esta vía se estima obtener una cuantía considerada que abastezca al proyecto y a las necesidades establecidas en el plan de mejora anual.

De la misma forma que la partida de gastos, se adjunta una tabla resumen del presupuesto de 2019, donde se detalla los ingresos presupuestados para este año. En el anexo 6.3, se detallará toda la información relevante a estos presupuestos.

Universidad Pontificia de Comillas
Escuela Técnica Superior de Ingeniería (ETSI)

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	Total
Nº Acumulado Socios	-	-	-	-	-	-	-	7	15	20	25	40	40
Cuota media mensual Socios	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Ingresos Socios	-	-	-	-	-	-	-	70	150	200	250	400	1.070
Donaciones Puntuales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beneficios Evento 1	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000
Beneficios Evento 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	1.500
Ingresos Eventos	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	4.500
Total Ingresos	-	-	3.000	-	-	-	-	70	150	200	1.750	400	5.570

Figura 14: Desglose de los ingresos incluidos en el presupuesto 2019

2.4 Gestión del Voluntariado

Como bien se ha ido desarrollando durante todo el trabajo, este proyecto de voluntariado consta de dos partes, de igual importancia, para poder cumplimentar con la visión del proyecto: Rainbow Family quiere ser reconocido como un proyecto de apoyo a las mujeres de la India, comprometido con su educación, con su integración en la sociedad, y con su independencia. La mejora de calidad de vida de las niñas que son partícipes del proyecto, para que vivan en igualdad y con dignidad.

Además de ello, esta parte del proyecto es muy relevante debido a varios factores. Primeramente, toda aquella voluntaria que acuda a Calcuta y tenga una experiencia según lo esperado o mejorada, será la principal embajadora del proyecto, dándolo a conocer y participando activamente en todo tipo de eventos. Por otro lado, una mala experiencia podrá suponer el fin del proyecto, debido a poder generar desconfianza entre los socios y las potenciales futuras voluntarias. Por último, esta parte no es solo importante por el impacto que la experiencia pueda tener en el proyecto, sino por el capital humano que se está gestionando y el impacto que una mala experiencia en un país como la India pueda tener en sus vidas a corto y largo plazo.

Por ello, para garantizar la mejor gestión del voluntariado posible se desglosan las fases más importantes del mismo y se enfatizará en aquellas cuestiones que más puedan impactar en el proyecto y en las voluntarias que acudan anualmente a los colegios en Calcuta.

Las fases comentadas serán las siguientes: Proceso de captación de voluntarias, proceso de selección, formación, voluntariado y análisis de la experiencia completa.

2.3.1 Proceso de captación de voluntarias

El voluntariado que se ofrece es para jóvenes mujeres que quieran tener una experiencia muy gratificante durante el mes de julio con las niñas más vulnerables de la ciudad de Calcuta. Por ello, el perfil de la voluntaria de Rainbow Family, será una estudiante universitaria, mayor de 21 años, con conocimientos de inglés para poder comunicarse con las niñas en Calcuta y mostrar esas ganas y energía por colaborar y disfrutar al máximo de esta experiencia.

El proceso de captación de las voluntarias será constante durante todo el año enfatizándose en el periodo de inscripción de las voluntarias. Se expone que el proceso es constante debido que durante todo el año se mantendrán las redes sociales y las vías de comunicación activamente para poder impulsar a las jóvenes que quieren hacer un voluntariado, aunque no sean capaces de enfrentarse a ello.

Sin embargo, es cierto que, para poder conseguir el objetivo anual de seleccionar en torno a 10 voluntarias para la experiencia, se hará hincapié y campañas de marketing durante los meses de octubre, noviembre y diciembre, y de esta forma conseguir que, el mayor número

de potenciales voluntarias se inscriban. El proceso de captación de voluntarias de abrirá a finales de octubre y se mantendrán activo hasta el 31 de diciembre, fecha final para inscribirse.

Los canales de comunicación que se utilizarán en esta fase del proyecto serán básicamente tres:

1. Redes Sociales: Sobre todo se utilizará la red social Instagram para informar a las voluntarias sobre las fechas, el proceso en sí y las novedades o curiosidades sobre el voluntariado. Se ha elegido esta red social debido al segmento de la población al que va dirigido el voluntariado.
2. E-mail: Para realizar la inscripción inicial, las candidatas deberán escribir un correo electrónico informando que están interesadas y de esta forma comenzar con una comunicación real y formal entre el equipo de Rainbow Family y las voluntarias.
3. Web: En la web que se pretende desarrollar próximamente, se pretende incluir un desglose de las fechas de inscripción, del voluntariado concreto y de toda la materia relevante para que estas candidatas conozcan en profundidad todo el voluntariado al que se enfrentan.

Estos tres canales serán clave para captar al mayor número de candidatas posibles y es una muy buena forma de dar a conocer el proyecto y el voluntariado en sí.

2.3.2 Proceso de selección

Esta fase de la gestión del voluntariado es clave para el correcto desarrollo del mismo, dado que es el primer contacto que la candidata tiene con el proyecto y se debe mostrar esa confianza y seriedad que caracteriza a Rainbow Family.

Por ello, en esta fase se desglosarán las fases y fechas claves del proceso, los criterios de aceptación y una alternativa a las candidatas que finalmente no puedan formar parte del grupo final de voluntarias.

El proceso de selección consta de tres grandes fases: inscripción, formulario y entrevista. Inicialmente, tal y como se ha comentado en el epígrafe anterior las voluntarias deben contactar con el equipo de Rainbow Family a través de un correo electrónico y demostrar interés por el voluntariado.

Esta fase tal y como se comentaba anteriormente se desarrollarán en el último cuatrimestre del año, siendo el 31 de diciembre el último día posible para inscribirse en el proceso.

A medida que las candidatas tengan esa primera toma de contacto, se les adjuntará información detallada del proyecto, un dossier informativo, y un formulario que deberán

de rellenar. En este formulario se incorporarán los datos principales de las candidatas y se comprobarán dos criterios fundamentales:

- La candidata debe tener o cumplir 21 años el año que se realice la experiencia de voluntariado. Es decir, para este año 2019, no será aceptada ninguna candidata cuyo año de nacimiento sea posterior a 1.998.
- Es requisito tener un nivel de inglés aceptable para poder comunicarse con las niñas en Calcuta. Por ello se considera necesario acreditar al menos un B2 de inglés.

La fecha tope para rellenar el formulario y continuar con su candidatura será el 15 de enero. En el anexo se incluye la tipología de formulario a rellenar por las candidatas.

Si estos dos requisitos básicos se cumplen, su candidatura pasará a la fase final que es el periodo de entrevistas. Estas entrevistas se desarrollarán tanto en Madrid como en Sevilla. Deberán ser presenciales a menos que algún factor externo lo impida.

En la entrevista habrá una representación de la Fundación Mary Ward y parte del equipo de trabajo de Rainbow Family y entre ambas partes se elegirán al grupo de voluntarias que finalmente asista a Calcuta durante el mes de julio.

La entrevista será básicamente conocer a la candidata, analizando su experiencia y sus inquietudes respecto al voluntariado y en concreto al proyecto. En concreto será conocer a estas jóvenes a través de preguntas como:

- ¿Cuándo te planteaste hacer un voluntariado por primera vez?
- ¿Quién te lo inculcó? ¿O cómo surgió en ti esa necesidad?
- ¿Has ha tenido antes alguna experiencia de voluntariado?
- ¿Cómo nos conociste?
- ¿Y qué grado de implicación quieres tener con Rainbow Family? ¿Va más allá del voluntariado?
- ¿Qué es lo que te motiva a unirte?
- ¿Por qué te planteas este y no otro, voluntariado?
- Con respecto a tu personalidad, ¿qué crees que es lo que puedes aportar a tu voluntariado?
- ¿Qué destacarías de ti? Virtudes
- ¿Qué te va a aportar el proyecto a ti?
- ¿Preocupaciones, miedos, inseguridades, con respecto irte a Calcuta?
- ¿Por qué Calcuta?

A través de ellas, se pretenderá verdaderamente analizar la motivación principal de cada candidata y la madurez con la que se enfrenta a esta experiencia.

Para poder evaluar y seleccionar al grupo de voluntarias se ha desarrollado una plantilla que se deberá rellenar en cuanto acabe cada entrevista sobre la información a destacar de cada candidata. Esta plantilla se incorpora en el anexo.

Los criterios inicialmente vendrán más acompañados de la opinión de la Fundación Mary Ward y su experiencia en el sector. Pero es cierto, que como se ve en el anexo, se plantean los tres criterios fundamentales para seleccionar a una candidata: madurez, motivación y cuestionar a la entrevistadora si le gustaría compartir la experiencia con esa candidata. Esta última es un criterio más subjetivo pero necesario debido que al haber realizado el voluntariado comprendes y ves otras cuestiones muy necesarias en el día a día en Calcuta.

Si el grupo de candidatas finales es superior al número de voluntarias finales que realizarán la experiencia, se elegirán por orden en la toma de contacto con el proyecto. Es decir, tendrán prioridad aquellas candidatas que finalmente no pudieron acudir en la edición anterior pero que sigan interesadas y las primeras inscritas en el proceso.

Es importante recalcar que a pesar de que el equipo organizador de Rainbow Family es joven y no tiene experiencia en el sector, durante esta fase está completamente acompañado por la Fundación Mary Ward e intercede de forma objetiva en la selección de estas candidatas.

El periodo de las entrevistas será durante los meses de enero y febrero. De esta forma el grupo quedaría consolidado a principios del mes de marzo. Durante este mes, las candidatas seleccionadas deberán confirmar con la mayor certeza posible su asistencia al voluntariado, confirmando esto con la compra de billetes de avión y así poder gestionar de la forma más óptima de grupo y las candidatas que finalmente no se incorporen al grupo.

Para aquellas candidatas que por alguna razón no sean las seleccionadas para formar parte del grupo de las voluntarias se le ofrecerán vías alternativas, concretamente:

- Para aquellas voluntarias menores de 21 años se le ofrecerán otros voluntariados dentro de la fundación Mary Ward como el proyecto que tiene en Asila. De esta forma, podrán encauzar este espíritu de ayudar a los más necesitados y seguir vinculados al proyecto y a la fundación. Además, se les propondrá la opción de inscribirse en el proyecto cuando cumplan la edad correspondiente y si están en las mismas circunstancias que el resto de candidatas, se priorizará su candidatura.
- Si son candidatas que debido a un volumen alto de inscritas se quedan fuera del grupo final de voluntarias, pero cumplían todos los requisitos para formar parte del mismo, se le ofrecerán alternativas de voluntariado tanto dentro como fuera de la fundación y se les intentará mantener vinculadas con el proyecto, a través de los eventos y de priorizar su candidatura para el próximo año.
- Por último, si son candidatas que no cumplan alguno de los requisitos o que no se considere oportuno por alguna otra razón que forme parte del grupo de voluntarias, se le ofrecerá voluntariados alternativos, menos invasivos, pero ajustándose a las necesidades y requerimientos que nos solicite.

De esta forma, no solo se pretende que las voluntarias que acuden formen parte del proyecto, sino que todas aquellas inscritas en el proceso queden satisfechas con la labor de

Rainbow Family y que en algún momento retomen ese contacto e interés por formar parte del grupo de voluntarias.

2.3.3 Formación

La formación dentro de este proyecto es una pieza fundamental dentro del grupo de voluntarias. No solo por los conocimientos que se impartirán sobre el proyecto y sobre la fundación Mary Ward sino porque es la primera toma de contacto del grupo completo.

Esta formación se desarrollará en el mes de junio y será estrictamente obligatorio acudir presencialmente. Si una voluntaria no acudiese, a pesar de que tener los vuelos comprados, no podrá acudir al voluntariado.

Esta fase de la gestión del voluntariado se hará de forma conjunta con la Fundación Mary Ward. Se realizará durante un fin de semana completo y se basará en dos principales áreas, conocer la labor de la fundación Mary Ward tanto en España como internacionalmente y describir en profundidad el proyecto Rainbow Family. Para ello, se impartirán charlas sobre temas concretos y se desarrollará una mesa redonda donde antiguas voluntarias cuenten su experiencia. Además de, incorporar un desglose del voluntariado que realizarán y resolver todas las cuestiones que les surja el grupo y a cada voluntaria en particular.

Básicamente se trata de un encuentro enfocado a la experiencia que este grupo de jóvenes va a desarrollar y poder resolver todas las cuestiones más relevantes que les inquiete.

2.3.4 Voluntariado

El voluntariado en sí, se gestionará de forma directa con las corresponsales de la Fundación Mary Ward en la India. En esta fase de la gestión es necesario recalcar dos aspectos fundamentales: la logística y el programa en sí del voluntariado.

La logística hace referencia a todos los aspectos claves para que la voluntaria que acude esté de lo más acogida posible. Esta fase incluye la gestión del hostel donde se hospedarán las mismas, la asignación de los colegios a los que acudirán, la recogida del aeropuerto y las primeras reuniones con las responsables del proyecto y de la fundación en Calcuta. Por ello, esta parte es de vital importancia la coordinación entre España e India para poder cerrar estos aspectos de la forma más transparente, fácil y coordinada posible.

El procedimiento que se prevé seguir es alojar a las voluntarias en el hostel de referencia de las monjas y donde el equipo organizador de Rainbow Family se hospedó el verano de 2018. De esta forma, se simplificarán los trámites y existirá una comunicación directa entre el centro donde se hospeden y el equipo organizador. Además de ser el centro de confianza de la Fundación Mary Ward en Calcuta.

El desplazamiento del aeropuerto al hostel el primer día se intentará realizar a través del autobús escolar de uno de los centros de la fundación. Sin embargo, esto solo se podrá garantizar si el horario de llegada entra dentro del estipulado por los colegios. Si no fuese posible, en la formación se detallará todas las indicaciones para realizar este desplazamiento por cuenta propia. Lo normal, tanto para turistas como para voluntarios, es coger un taxi o un Uber dado que no existe ningún tipo de riesgo. En este primer año, además, una persona del equipo organizador de Rainbow Family, acompañará a las voluntarias en esta experiencia, garantizándoles una mayor seguridad y tranquilidad durante estos primeros días.

Por último, la asignación de los colegios, se realizará de forma aleatoria, exceptuando algún requisito de alguna de las voluntarias, si los hubiese. Esta gestión se coordinará con la encargada del proyecto allí, Sister Sabrina, para que garantice la seguridad de las voluntarias y estén localizadas en todo momento. De esta forma, se podrá garantizar la seguridad de las voluntarias constantemente.

Por otro lado, el programa de voluntariado en sí, se organiza también de forma conjunta con Sister Sabrina. Se organiza con ella y su equipo, las actividades y centros a los que acudirán las voluntarias y la salida extraordinaria que tendrán las niñas acogidas en los colegios durante la estancia de las voluntarias.

Por último, para garantizar el correcto desarrollo del voluntariado, en este primer año, se contará con un miembro del equipo organizador de Rainbow Family que acompañará a las voluntarias durante toda su estancia. Además de, un gran apoyo de las monjas y el equipo de la fundación en Calcuta.

De cara a las voluntarias y para facilitar y resolver cuestiones principales como qué medicinas llevarme, ropa o cuales son las vacunas que cada voluntaria se debe poner, se ha desarrollado un informe donde se detalla todo tipo de cuestiones más relacionadas con la propia organización al evento. Este informe se adjunta en el anexo 6.10 como Preparación Calcuta 2019.

2.3.5 Análisis de la experiencia de voluntariado

Una vez finalizado todo el proceso es muy necesario para el proyecto una realimentación tanto positiva como negativa de la experiencia que las voluntarias han tenido en Calcuta. Por ello se realizarán dos estudios. El primero de ellos, el último día del voluntariado, en Calcuta, se realizará una encuesta / sesión donde cada una de las voluntarias describirán que es aquello que mejorarían de la experiencia y qué repetirían de la misma. Se realizará una encuesta, tal y como se muestra en el anexo 6.10, de todas las fases del proyecto y posteriormente, si cada una quiere se expondrá de forma conjunta estas cuestiones. De esta forma, se garantizará que todas las niñas realicen la encuesta y se conozca verdaderamente los aspectos a mejorar.

Además, se pretende que las voluntarias formen parte de la familia Rainbow Family y colaboren activamente en el proyecto. Por ello, antes de comenzar con la fase de inscripción del año siguiente y haya pasado la época de verano, se realizará una reunión para comentar todos los aspectos claves de todo el proceso y experiencia vivida.

Gracias a esta realimentación de comentarios, se podrá mejorar y desarrollar un proceso de selección y experiencia más acorde con las necesidades de las voluntarias futuras y se garantizará una mejor experiencia de voluntariado.

3. Pruebas piloto

3.1 Evento: una paella solidaria

Siguiendo la metodología implantada para el seguimiento y la ejecución de eventos, se realizó el 9 de marzo de 2019 el primer concurso de paellas a favor de las niñas Rainbow de Calcuta en la parroquia de la Paz (Sevilla).

Conceptualización

En la fase de la conceptualización del evento, se definió como un concurso de paellas, que incorporaría un grupo de flamenco y un disc-jockey (DJ) para ambientar el evento y un sorteo de marcas muy variadas.

Durante esta fase, el evento se fue materializando y se modificó mucho tanto el objetivo como la orgánica del evento final.

Para la asignación y definición del lugar, se realizó una lluvia de ideas entre el equipo organizador de Rainbow Family. Se fijó la provincia y ciudad de Sevilla, dado que las organizadoras son de Sevilla y tendrían un mayor poder de convocatoria en esta ciudad. Inicialmente, se estimó oportuno realizarlo fuera de la ciudad Sevilla. Pero hubo varias cuestiones que generaron el rechazo de esta opción: el desplazamiento necesario de todos los asistentes y la necesidad de cobrar una entrada. Por ello, rápidamente, se definió que la ubicación sería en Sevilla capital. Más adelante, se habló con varios locales y opciones para ubicar este evento y se definió la parroquia de la Paz como la mejor ubicación posible. Esto se debió a la ubicación en el centro de la ciudad, el jardín tan agradable donde se desarrollaría la jornada y la aceptación del párroco a realizar dicho evento.

Más tarde, ya habiendo ubicado el evento, se definió el horario como un día completo comenzando a las 13.30 horas y acabando a las 00.00 horas. Este grado de implicación y la cantidad de horas, fue rechazado por la Fundación Mary Ward y por el párroco de la parroquia, dado que no solo consideraban excesivo el número de horas, sino que había otras actividades posteriores en la parroquia. Por ello, finalmente, se estableció que el evento se ubicaría en la parroquia de la Paz y con un horario de 13.30 horas a 20.00 horas.

Presupuesto

El presupuesto y todas las fases que este implica, se realizó bastante más tarde de lo previsto en el cronograma base. Este se debió a otras actividades que se estaban desarrollando simultáneamente en Rainbow Family como la selección final de las voluntarias que acudirán este año a Calcuta y el desarrollo de la documentación necesaria solicitada por este grupo.

La previsión de gastos se realizó considerando todos los materiales necesarios para ese día (comida, bebida, gastos en papelería, alquiler de mesas y sillas, etc.) y estimando el número de asistentes al evento, unas 300 personas. Una vez definidos estos gastos se planteó con

la Fundación Mary Ward tratar de abastecer el evento a través de donaciones. Para ello, se contactó a Coca-Cola y Cruzcampo, entre otros. Ambos, finalmente, colaboraron con pequeñas cantidades, por lo que fue necesario comprar las bebidas a precio de coste. Afortunadamente, dos semanas antes de evento se produjo una donación de bebidas no alcohólicas que permitió un gran ahorro y además la necesidad solo de comprar cervezas.

Una vez estimado los gastos y con una previsión de los asistentes, se ejecutó la previsión de la recaudación. Para ello se tuvieron en cuenta varios factores:

- Número de equipos que se apuntarían al concurso de paellas
- Consumición media por asistente
- Participación media por asistente en el sorteo.

Se estimó una recaudación de 3.400€, excluyendo los gastos.

Tras el evento, se recalcularon las estimaciones con los datos reales y se obtuvo un beneficio de 5.055,91€. Esto se debió al incremento de número de personas que finalmente asistieron al evento, que fue en torno a unas 500 personas.

Además de ello, es necesario comentar que la estimación en bebidas alcohólicas no solo no se hizo correctamente, sino que a las 16.00 horas urgió la necesidad de realizar otra compra de cervezas dado que se acabaron todas... Es un dato necesario a tener en cuenta para futuros eventos.

El resumen de lo comentado anteriormente queda reflejado de la siguiente manera:

	Estimado			Real		
Tipología	Gastos	Recaudación	Beneficio	Gastos	Recaudación	Beneficio
Comida	261	1.250	989	677	2.708	2.032
Bebida	408	1.650	1.243	373	2.708	2.336
Sorteo	0	400	400	0	738	738
Inscripción	45	100	55	45	180	135
Papelería	4	0	-4	4	0	-4
Mobiliario	36	0	-36	180	0	-180
Total	754	3.400	2.646	1.278	6.334	5.055,9

Sorprenderá la semejanza en lo recaudado en comida y bebida. Esto se debe a que la metodología usada para la venta de estos productos se hizo a través de tickets y por ello, no se sabe a ciencia cierta qué dinero destinó a que producto. Pero se puede asegurar que la cantidad total destinada a este fin fue: 5.416€.

Comunicación

La comunicación de este evento y en general del proyecto es uno de los puntos fuertes de mejora. Para este evento, no se desarrolló un plan de comunicación como tal. Por ello, no se estimó correctamente el número de personas, ni se definió un nicho de “clientes” concretos, ni un plan para llegar a ellos.

La comunicación se desarrolló mediante:

- Instagram, a través de la cuenta oficial del proyecto con un cartel oficial.
- Carteles informativos en la parroquia, clubes sociales y en colegios de la ciudad.
- A través de las páginas oficiales de la Fundación Mary Ward y sus boletines informativos.
- A través del boca a boca: vía WhatsApp para llegar a Friends & Family.

Como se aprecia, vías poco formales y sin una opción de medición del impacto de la campaña de publicidad. Pero consiguió el objetivo propuesto de conseguir equipos para el concurso de paellas y la definición correcta de las bases del mismo.

Para el agradecimiento posterior, se utilizaron los mismos canales que para el lanzamiento del evento.

Evento

Esta fase fue la que más esfuerzo requirió por parte del equipo organizador. Como se ha comentado anteriormente, el evento se acabó de definir dos meses antes de la fecha. El día en sí se desarrollaría siguiendo el siguiente horario:

- 13.00 h. : Cita de los concursantes de paellas.
- 13.30h. : Inicio del concurso de paellas.
- 15.15h. : Fin del concurso de paellas.
- 15.30h. : Los jueces del concurso proclamarían al ganador.
- 16.30h. : Actuación grupo de flamenquito.
- 19.00h. : Sorteo.
- 20.00h. : Fin de la jornada.

Se consideró que los asistentes que no concursasen llegarían en torno a las 14.00 horas. Por ello, durante el tiempo de espera a las paellas concursadas, se estimó oportuno incorporar tapas y montaditos para saciar el hambre. Además de ello, Ulivo Catering donó un puesto de pizzas que funcionó durante toda la jornada. Un acierto para el disfrute de los más pequeños.

Durante todo el día, exceptuando la actuación del grupo de flamenco, hubo un DJ que garantizó un ambiente relajado y festivo en la parroquia de la Paz.

El concurso de paellas se desarrolló sin ningún incidente. Concurriendo 9 grupos de todas las edades, desde un grupo de amigas de 20 años, hasta los ganadores: una familia al completo. Esto generó que el ambiente en el evento fuese muy diverso y agradable para estar un sábado en familia y entre amigos. Los jueces que finalmente asistieron, fueron un profesor de la escuela de hostelería de Sevilla y dos alumnos suyos. Estos valoraron, siguiendo unos criterios previamente descritos y proclamaron al campeón, entregaron el premio: un jamón, al equipo Adolfo.

Más entrada la tarde, el grupo de flamenco, Los Wilos, que acudió benéficamente, animó el lugar, generando una mayor implicación de los jóvenes y mayores en el evento. Esto garantizó el éxito del evento y la culminación total del día. Es necesario comentar que el grupo que inicialmente iba a asistir declinó su participación tres días antes del mismo, y se consiguió la asistencia de Los Wilos, el 8 de marzo a las 19.00 horas, día antes del evento. Otro aprendizaje a tener en cuenta en la gestión de este tipo de eventos.

Por último, se finalizó la jornada con un gran sorteo. Esta rifa incluía grandes productos de marcas muy atractivas para todos los asistentes. Para aquellos más futboleros había una camiseta del Sevilla F.C. y otra del Real Betis Balompié firmada por todos los jugadores. Además, marcas como The Nook, Cherubina y Scalpers garantizaron la opción de una renovación en el armario de muchos, con grandes aportaciones de ropa y bisutería. Y por último, Pint&Dos aportó un toque de estilo con sus aportaciones decorativas.

Tras el sorteo se dio por finalizado el evento, para tristeza de muchos que insistieron que la continuación del mismo. Pero no se pudo alargar más por otros eventos que darían comienzo en la parroquia a las 21.30h. Esto implicó una contrarreloj para garantizar que el lugar donde se había desarrollado el día quedase impoluta antes de la hora establecida.

La gestión y organización del día, es también uno de los puntos fuertes de mejora de cara a próximos eventos. Durante la organización previa a la llegada de los asistentes las voluntarias y el equipo organizador, dispuso el lugar de acorde a lo establecido, todo dentro de un orden y tiempo. Sin embargo, fue durante el evento, cuando los “problemas” surgieron. No se calculó correctamente el número de voluntarias necesarias para el momento de servir las paellas, no se definieron tareas concretas a cada voluntaria y hubo un desorden generalizado en este aspecto.

Análisis

Como se ha comentado anteriormente, el éxito del evento se vio materializado en la enorme variación entre la recaudación estimada y final. Esto sin duda se debió a las buenas condiciones meteorológicas del día, la implicación en el mismo de en torno a 500 personas y la ubicación del evento.

Sin embargo, esto no implica, que no existan muchos ámbitos de mejora para futuros eventos. Concretamente:

- **Proveedores:** Para las donaciones hay que tener un contacto dentro de cada empresa y conocer los tiempos de respuesta de cada una. Concretamente, es necesario recordar que el pedido de Coca-Cola se debe realizar dos semanas antes del evento y es necesario estar muy pendientes de ellos.
- **Logística:** Se debe definir con anterioridad quién es el encargado de la recogida y devolución de bebidas, comida, materiales, etc. Esta parte fue crítica en la gestión del evento, generando dudas y crispación en el equipo organizador.
- **Voluntarias:** Durante el evento faltó mucha organización en este aspecto. Faltó gestionar el número de voluntarias, asignar tareas concretas a cada una y más personas implicadas en el mismo.
- **Publicidad:** Opción de publicación del evento en la agenda del ABC de Sevilla, siempre y cuando se filtre la noticia dos días antes. En este evento, el contacto con este periódico se realizó un día antes por lo que no se pudo disponer de este medio de comunicación para convocar al concurso.
- **Estimaciones incorrectas:** Dado que no se pudo medir con indicadores el alcance del evento, no se estimó correctamente el número de asistentes y por tanto hubo un abastecimiento erróneo en las bebidas necesarias. Afortunadamente, estaba previsto una opción de compra rápida que solventó el problema en media hora.

Por último, el mayor fallo cometido en este día fue el poco hincapié que se realizó en la campaña de captación de socios, siendo el resultado de socios inscritos: cero... Esto será un punto fuerte de mejora para próximos eventos



Figura 15: Equipo ganador del concurso

3.2 Gestión del voluntariado verano 2019

Tal y como se ha desarrollado en la parte teórica de la gestión del voluntariado, durante este curso 2018/2019 se ha implementado todo el proceso para formar al grupo de voluntarias que actualmente se encuentran en Calcuta y que han confiado en el proyecto a través de realizar esta experiencia de voluntariado.

Siguiendo la nomenclatura y el desglose optado en la formalización de la gestión del voluntariado, se analizarán las fases que han ido superando las voluntarias que actualmente se encuentren en Calcuta.

Inicialmente comenzaron con una fase de inscripción. La mayoría de las voluntarias, conocen el proyecto gracias a alguna conexión con el equipo organizador o con el colegio de las IBMW de Sevilla. Aunque muchas de ellas, se decidieron a inscribirse gracias a las publicaciones de Instagram y los testimonios de las antiguas voluntarias.

Es necesario reconocer la gran sorpresa del equipo organizador el 31 de diciembre de 2018, cuando se cerró el plazo de inscripción para el voluntariado. Durante esta fase se inscribieron en torno a 50 personas, de todas las edades, tanto señoras de más de 40 años como jóvenes, madres e hijas, etc. Fue una experiencia muy gratificante dado que se demostró el gran interés que había suscitado el proyecto y la gran acogida del mismo. A todas estas interesadas se les envió un formulario tal y como se ha mostrado en la teoría.

Se decidió que la fase de entrevistas solo la realizarían 18 personas para finalmente poder gestionar un grupo de 15 voluntarias que acudiesen este año. Esta primera criba fue relativamente fácil, dado que mucha de las inscritas el año pasado no cumplimentaban los dos requisitos fundamentales: la edad y saber inglés. Por ello, seleccionar a 18 de ellas no fue algo tan arduo como parece.

Una vez conocido el grupo de jóvenes que iban a ser entrevistadas, se realizaron varias gestiones que permitió al equipo organizador coordinarse con la Fundación Mary Ward para que ambas partes acudiesen a la entrevista. Primeramente, el equipo de Rainbow Family se organizó las entrevistas según la disponibilidad de cada una del equipo. Seguidamente, se informó y coordinó con la Fundación Mary Ward su disponibilidad, para de esta forma cuadrar mejor los horarios y poder realizar las entrevistas conjuntamente. Sin embargo, para alguna de las entrevistas realizadas en Sevilla, hubo algunos problemas en la coordinación con la fundación, pero más tarde la corresponsal en Sevilla de esta institución, conoció y verificó las seleccionadas del equipo organizador.

Durante esta fase, se enfrentó el equipo de Rainbow Family a cuestiones relevantes y posibles generadores de conflictos internos, tanto con la Fundación Mary Ward como entre el propio equipo organizador. Estas disputas se debían a casos concretos de enfermedades de alguna de las inscritas y de cómo decirle que no a aquellas no seleccionadas finalmente.

La primera cuestión, fue más ardua de tratar, dado que podía poner en riesgo la experiencia en sí y el proyecto. Una de las candidatas tenía una enfermedad ya tratada y controlada, pero con probabilidad de recaída. Se debatió internamente y de la mano de la fundación se

decidió que, si el médico de la candidata en cuestión aceptaba esta situación y corría a cargo de las consecuencias, esta voluntaria formaría parte del grupo. Dado que el propio médico acarreó con las consecuencias, a día de hoy esta candidata, y ya voluntaria de Rainbow Family, ha podido realizar la experiencia de voluntariado.

Dar una respuesta no esperada o desagradable, no fue una decisión fácil y supuso muchos problemas. Ciertamente, esta faceta y proponer más intensamente otras ofertas de voluntariado son las que se deben mejorar de cara al próximo año.

Analizando en profundidad el transcurso de una entrevista, se puede considerar bastante exitosa la misma. Esto se debe a que fueron entrevistas bastante cordiales, y según le pareció a las entrevistadoras, cómodas y amenas de realizar. Cada una de ellas, acabaron rellenando el documento, que se adjunta en los anexos, detallado de la teoría. Esta plantilla fue de gran utilidad debido a que en la toma de decisión se conocía perfectamente a cada candidata y se podía hacer referencia a cada una de las entrevistas transcurridas.

La formación se desarrolló el fin de semana del 15 de junio. Concretamente, las sesiones de trabajos se desarrollaron de la siguiente manera:

Sábado 15 de junio.

10h - 10:30h	Presentación de participantes. Conocimiento y encuentro del grupo.	Ana Guzmán de Lázaro Del equipo de organización del Voluntariado Internacional de la FMW.
10:30h - 11:30h	Fundación Mary Ward e IBVM.	María Llinás Directora de la FMW.
12h - 14h	El Voluntariado dentro de una “Experiencia solidaria en el extranjero”.	Ana Guzmán de Lázaro
	Conocimiento de las participantes.	
16h - 17:30h	Vivencias de voluntarias en Marruecos, India, Kenia. Mesa de experiencias	Teresa Picamill/Rainbow Family Angie de Hoyos-Limón

		Cayetana Candau/Pilar Barea Voluntarias participantes en Experiencias Solidarias anteriores. Modera: Almudena Arenado Coordinadora de la FMW Sevilla
17:30h - 19h	Presentación del voluntariado internacional en Calcuta (India).	Rainbow Family

Domingo 16 de junio.

10h - 11:45h	Cooperación al desarrollo y ciudadanía global.	María Llinás
12h - 12:30h	India: un país por descubrir.	Cristina Rufino Pablo-Romero
12:30h - 13:45h	Aspectos prácticos de la experiencia de Calcuta: Fechas, viaje, seguro...	Rainbow Family
13:45h	Evaluación. Fin de la formación.	Ana Guzmán de Lázaro

El desarrollo de la formación se ajustó bastante al plan definido anteriormente, exceptuando un par de cambios de horarios de última hora. Las sesiones fueron muy constructivas y tanto las voluntarias como el propio equipo de trabajo aprendieron mucho de esta experiencia conjunta. Esto se logró gracias al ambiente tan relajado y distendido que se creó y a la buena predisposición a participar de todas las voluntarias. Se adjunta a continuación una foto del fin de semana de formación:



Figura 16: Las voluntarias durante la formación

Por último, para poder garantizar el correcto desempeño de la experiencia de voluntariado, se ha hecho mucho hincapié en detallar lo máximo posible la experiencia que tendrá el grupo de voluntarias que actualmente se encuentran en la India. Por ello, y de la mano de las encargadas de la Fundación Mary Ward y del proyecto, en este país se desglosó un plan desglosado de las actividades que realizarán las voluntarias, fuera de lo que son las actividades principales como estar y jugar con las niñas. Se adjunta este desglose en el anexo Planning Voluntarias India 2019.

Además de esta gestión, ha sido necesario realizar otras dos importantes: el alojamiento y el seguro médico de las voluntarias. Primeramente, el alojamiento se reservó gracias al equipo de trabajo de la India. Esta parte del proceso ha servido para comenzar a fraguar una relación más profesional con el equipo ya existente y poder tener confirmado el alojamiento para 15 personas meses antes de que las voluntarias partiesen.

El seguro médico, se obtuvo gracias a la experiencia que la Fundación Mary Ward tiene en el sector y en este tipo de trámites. Esta parte del proceso, ha sido completamente realizada por la fundación.



Figura 17: Voluntarias actualmente en la India

Por concluir, es necesario analizar los aprendizajes que se han obtenido de esta primera experiencia, sin todavía poder analizar las opiniones de las voluntarias. Lo más destacado es:

- Reducir el grupo de voluntarias a 10 personas. Dado que es mucho más fácil de organizar y con ello, todos los colegios en Calcuta tendrán presencia de voluntarias durante el mes de julio. Esto no solo facilitará la gestión de la experiencia, si no que reducirá el número de entrevistas a realizar y por tanto, se optimizará el tiempo del equipo de trabajo de Rainbow Family.
- La comunicación con el grupo seleccionado, fue a través de la creación de un grupo de whatsapp. Esta idea, inicialmente fue considerada buena, aunque, sin embargo, a posteriori se ha considerado mejor mantener una relación un poco más distante o al menos que solo sea una del equipo de Rainbow Family la que se incorpore al grupo. Actualmente, las 7 del equipo organizador se encuentran dentro de este grupo y no solo no aporta valor, sino que llegado el caso ha supuesto confusiones. Por ello, se ha considerado que de cara al año que viene el grupo de whatsapp se realice durante el fin de semana de la formación para así detallar las últimas cuestiones a tratar.
- La gestión de los vuelos, también fue algo confusa y difícil. Debido a que por ahorrar costes se ha variado mucha la ruta de los vuelos y dificultado mucho la recogida en el aeropuerto por parte de las monjas. Para el año que viene, se ha planteado la opción de realizar esta gestión a través de una agencia de viajes o

indicando el número de vuelo que se deben comprar. Sin dar opciones a nuevas búsquedas o rutas.

- Es necesario recalcar que durante este curso 2018/2019, ha habido muchos momentos de estrés debido a intentar cumplir con las fechas y generar todos los documentos que iban solicitando tanto las voluntarias como la Fundación Mary Ward. Se espera que, para futuras campañas, este estrés se vea disminuido y se pueda compaginar con otras necesidades del proyecto.
- El mayor aprendizaje que el equipo de trabajo se lleva de este primer año, es que la formación debe ser en el mes de febrero o marzo. De esta forma, la asistencia de las voluntarias no supondría ningún inconveniente debido a sus obligaciones estudiantiles. Esto se ha aprendido dado que una de las voluntarias seleccionadas y con el vuelo comprado, finalmente, no ha acudido a Calcuta debido a que no estuvo presencialmente en la formación, requisito indispensable para poder ser partícipe de esta experiencia.

Por último, todos estos aprendizajes y los que se descubrirán cuando finalice la experiencia de las 15 voluntarias actualmente en la India, sirven para mejorar de cara a las próximas voluntarias y para seguir creciendo como proyecto y como equipo de trabajo. Por ello, se considera muy importante la fase de análisis de la experiencia completa, de la cual, hasta el momento todavía no tenemos una prueba piloto.

4. Conclusiones

Durante el desarrollo de este trabajo de fin de máster, se han definido muchas estrategias que han ido desarrollándose durante los 4 meses que ha durado la profesionalización de Rainbow Family. Además, durante este proceso, como bien se ha recogido en las pruebas piloto, se han ido obteniendo aprendizajes muy valiosos que se destacarán en estas conclusiones. Pero, sobre todo, durante todo este trabajo se han establecido las bases y los procedimientos a seguir en un corto y medio plazo de una forma metodológica, ordenada y sobre todo profesional. Es decir, se puede decir que se ha cumplido con creces los objetivos para este trabajo de fin de máster.

Analizando todo el trabajo desarrollado durante la fase previa, se ha logrado asignar tareas específicas a cada una de los miembros del equipo de trabajo. De esta forma, no solo, ya no se duplica el trabajo, sino que cada una asume las responsabilidades que le corresponden. Es cierto, que, a día de hoy, julio de 2019, la asignación que se realizó en enero necesita de algunos reajustes, pero este trabajo ha servido para establecer una forma de trabajar y de proceder. Además, las modificaciones que se realicen serán desglosadas siguiendo el mismo formato y cada septiembre se asentarán las funciones de cada miembro de cara al curso académico que comience.

Por otro lado, en la fase previa también se asentaron las bases de trabajo entre la Fundación Mary Ward y Rainbow Family. Este trabajo previo ha sido fundamental para el desarrollo del proyecto, dado que ha permitido conocer el alcance de cada una de las partes, algo poco definido inicialmente.

Sin embargo y a pesar de que el trabajo previo era fundamental para el correcto desenlace del proyecto, los dos objetivos de la profesionalización de Rainbow Family eran desarrollar un sistema de captación de fondos recurrentes a largo plazo y optimizar la gestión del voluntariado.

Con respecto al primer objetivo, se han analizado todas las posibles vías de financiación existentes para organizaciones sin ánimo de lucro, dando lugar al desarrollo de un modelo de negocio conservador donde todos los agentes claves se han analizado: propuesta de valor, tipo de cliente, canales de comunicación, recursos necesarios, etc. Sin duda, este modelo de negocio ha permitido tener una visión global del proyecto de una forma más profesional donde a través de un orden y con unos objetivos marcados, el equipo de trabajo es capaz de priorizar unas tareas frente a otras. Es necesario resaltar la necesidad de elaborar anualmente un plan de comunicación a través del cual poder medir el impacto en las redes y el trabajo de comunicación con los potenciales socios o voluntarias, además por supuesto, de elaborar un presupuesto y en el caso de Rainbow Family proyectos anuales de mejora a largo plazo.

Durante este proyecto se pretendía desarrollar dos pruebas piloto dentro del ámbito de la captación de fondos, una más vinculada al desarrollo de una campaña de socios y otra a la realización de eventos. Sin embargo, solo ha sido posible desarrollar la segunda de ellas,

aunque se han dejado las bases para el lanzamiento de la campaña de captación de socios a partir de septiembre de 2019.

De la prueba piloto del evento realizado el 9 de marzo, cabe resaltar varios aprendizajes. El más importante de todos es la necesidad de tener una organización prevista. Es decir, tener correctamente gestionadas a las voluntarias que acudan a ese evento y cada una de ellas asignadas a una tarea, o definir encargados de logística, de basura, de control de stock y gestionar si se prevé falta excesiva de bebidas, etc. Pero, sobre todo, en este evento se perdió la oportunidad de captar socios y de vincular los asistentes a la causa. En este primer evento, el equipo de trabajo se enfocó en el correcto desarrollo del evento más que en la sensibilización y en la captación de afines. De cara al año que viene, la conclusión más inmediata es la necesidad de un mayor número de voluntarias para que el equipo directivo sea capaz de captar socios y sensibilizar, de forma que el éxito del evento siga alcanzándose.

En la profesionalización de la gestión del voluntariado, se ha desarrollado mucha documentación necesaria para el correcto desarrollo del proceso completo: formularios, guion de entrevistas, plantillas, guía de viaje, documentación para la formación, etc. Pero sobre todo tras este curso, la conclusión más importante es, que la formación no se debe realizar a mediados de junio dado que dificulta mucho la asistencia a las voluntarias debido a sus obligaciones estudiantiles. Por ello, de cara al desarrollo del año que viene se realizará esta formación en febrero o marzo de forma que no interfiera con las obligaciones de las voluntarias y el grupo se conozca antes de que se saquen los vuelos.

Por último, como bien se ha comentado al inicio de estas conclusiones, este trabajo ha servido para establecer bases y procedimientos. Es decir, es el inicio de un proyecto que se espera que permanezca en el tiempo y que gracias a este trabajo de fin de máster se va a desarrollar de una forma ordenada y clara. Por ejemplarizar lo comentado, todos los septiembrés, coincidiendo con el inicio de curso, el equipo de trabajo, asignará las tareas a cada una de los miembros y a las voluntarias que cada año quieran involucrarse en el mismo. Además de realizar un plan de las actividades y las fechas claves durante el año académico que comience y de desarrollar un plan de comunicación acorde a las fechas establecidas y con unos parámetros concretos que permitan medir la repercusión de las campañas. Además, en septiembre también se desarrollará la asignación de fondos a distintos proyectos dentro de los Loreto Rainbow Homes con la intención de poco a poco ir mejorando todas las instalaciones. Esta asignación o desarrollo de proyecto se realizará a dos años vista, siendo vinculante para el primer año e informativo para el siguiente.

Por tanto, como bien se ha podido apreciar durante todo el trabajo, este proyecto no ha hecho más que empezar, y se espera poder mirar atrás dentro de unos años y poder decir que gracias a la profesionalización y el aprendizaje desarrollado durante este trabajo de fin de máster, el proyecto ha salido adelante, está cumpliendo los objetivos marcados anualmente y, sobre todo, está contribuyendo a mejorar, de manera sistemática, la calidad de vida de las niñas de calle que viven en las Loreto Rainbow Homes.

5. Bibliografía

- Fundación Vicente Ferrer. (n.d.). *Ficha Técnica: Castas*. Retrieved from <http://www.fundacionvicenteferrer.org/mandalaigualdad/MandalaigualdadFichaCastas.pdf>
- India - Historia. (n.d.). Retrieved April 14, 2019, from <http://www.guiadelmundo.org.uy/cd/countries/ind/History.html>
- Lapiere, C. (n.d.). LAPIERRE, COLLINS- Esta noche la libertad (Histórico).
- Las religiones en India. (n.d.). Retrieved April 14, 2019, from <https://www.lasociedadgeografica.com/blog/mitologia-y-religion/las-religiones-en-india-sociedad-geografica-de-las-indias/>
- Santader Trade. (n.d.). Política y economía India - Santandertrade.com. Retrieved April 14, 2019, from <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/india/politica-y-economia?>
- Una breve historia de India. (n.d.). Retrieved April 14, 2019, from <https://www.studycountry.com/es/guia-paises/IN-history.htm>
- World Economic Forum. (n.d.). La economía india: 70 años después | Foro Económico Mundial. Retrieved April 14, 2019, from <https://es.weforum.org/agenda/2017/10/la-economia-india-70-anos-despues/>
- Fundación Mary Ward. (s.f.), from <https://fundacionmaryward.org/quienes-somos/>
- Ayuda en Acción. (n.d.). Retrieved from <https://ayudaenaccion.org/ong/blog/solidaridad/financiacion-ong/>
- Crowdfunding España. (n.d.). Retrieved from <https://www.mytriplea.com/blog/crowdfunding-espana/>
- Europa press. (n.d.). Retrieved from <https://www.europapress.es/epsocial/cooperacion-desarrollo/noticia-legado-solidario-triplica-decada-20160903122552.html>
- Fundación Mary Ward. (n.d.). Retrieved from <https://fundacionmaryward.org/quienes-somos/>
- ihelp.org. (n.d.). Retrieved from <https://www.ihelp.org.es/blog/como-se-financian-las-ongs-de-nuestro-pais/>
- Soluciones ONG. (n.d.). Retrieved from <https://www.solucionesong.org/posts/1368>
- ANDEX :: Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Andalucía. (n.d.). Retrieved

April 23, 2019, from <http://www.andex.es/conocenosenos.php>

Autismo Sevilla | Misión, Visión y Valores. (n.d.). Retrieved April 23, 2019, from <https://www.autismosevilla.org/mision-vision-valores.php>

Conoce nuestra historia y nuestros valores | Cáritas. (n.d.). Retrieved April 23, 2019, from <https://www.caritas.es/quienes-somos/conoce-caritas/>

Despierto, S. (2019). Fundación Soñar Despierto. Retrieved from <https://www.sdespierto.es/>

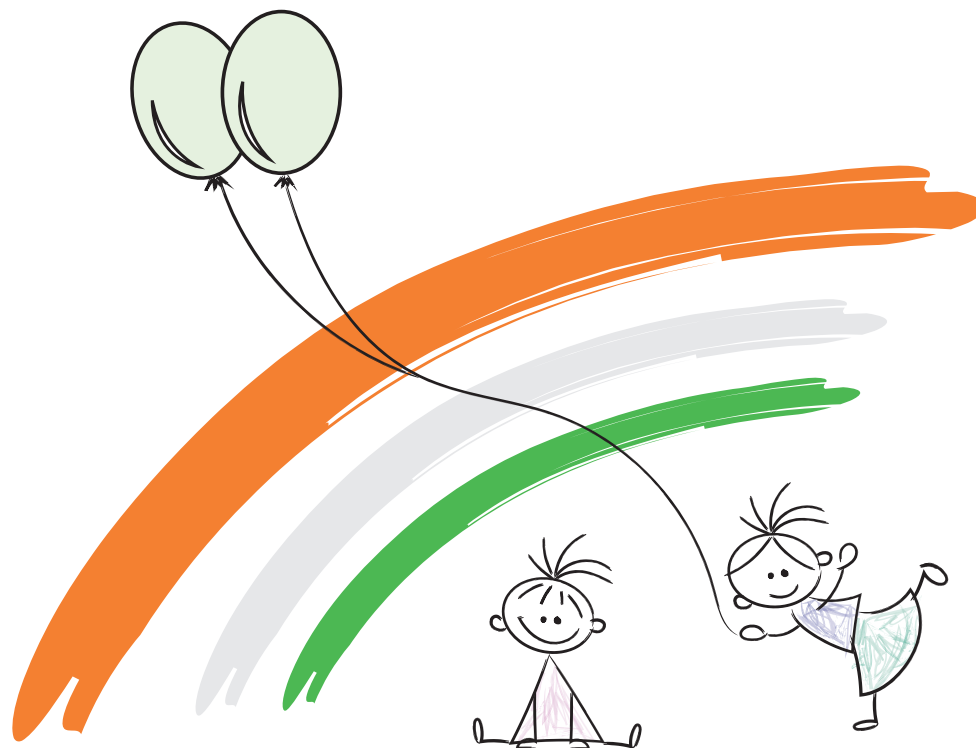
Fundación Banco de Alimentos de Sevilla • Sevilla Solidaria. (n.d.). Retrieved April 23, 2019, from <https://sevillasolidaria.sevilla.abc.es/fichas/fundaciones/fundacion-banco-de-alimentos-de-sevilla/>

Sonrisas de Bombay. (n.d.). Retrieved April 14, 2019, from <https://www.sonrisasdebombay.org/que-hacemos/>

Comedor de San Juan de Acre. (n.d.). Comedor de San Juan de Acre | Orden de Malta. Retrieved from <https://www.ordendemalta.es/comedor-de-san-juan-de-acre-sevilla/>

6. Anexos

6.1 Dossier informativo Rainbow Family



RAINBOW FAMILY

INDICE

① INTRODUCCIÓN

Breve introducción de Fundación Mary Ward.....	3
Introducción Loreto Rainbow Homes.....	4

② NUESTRA EXPERIENCIA6

③ NACE RAINBOW FAMILY7

Introducción.....	7
Responsables.....	7
Misión.....	8
Visión.....	8
Valores.....	8

④ NECESITAMOS TU AYUDA PARA

Financiación.....	9
Beneficiarios	10
Voluntariado.....	10

⑤ AGRADECIMIENTOS Y CONTACTO.....14

INTRODUCCIÓN



1. Breve introducción de Fundación Mary Ward

La Fundación Mary Ward surgió en 1991 para apoyar, especialmente, el trabajo que las religiosas del instituto llevaban a cabo en Perú. Hoy en día se trabaja también en Albania, Sudán del Sur, Marruecos, Nepal, Kenia e India. La Fundación como ONG del IBVM en España, tiene como misión cooperar en la construcción de un mundo más justo, apoyando acciones que promuevan el desarrollo, especialmente de mujeres, niñas y niños, desde el compromiso con el derecho de todas las personas a una vida digna fomentando la educación en la solidaridad.

La Fundación trabaja de forma coordinada con la Red Mary Ward Internacional para apoyar acciones de cooperación al desarrollo, empezando por lo local, es decir, formando al alumnado de los colegios IBVM en la solidaridad, la diversidad y el compromiso con la justicia, fomentando una cultura de la participación a través del voluntariado y de la interculturalidad.

Los proyectos de la Fundación se centran especialmente en tres áreas: garantizar una vida digna, promover el acceso a la educación, promover los derechos de las mujeres y además, lleva a cabo labores de sensibilización ciudadana y ofrece experiencias de voluntariado.



2. Introducción Loreto Rainbow Homes

En la India, un país en el que según estima UNICEF en 2018 hay 28 millones de niños sin hogar, nace en 1985 Loreto Rainbow Homes. Un lugar donde las niñas sin hogar de Calcuta puedan vivir en un entorno de amor y comprensión, fomentando su crecimiento y liberándolas de los riesgos que puede conllevar, especialmente para ellas, su vida en las calles.

El propósito de Loreto Rainbow Homes es proporcionar a las niñas que viven en las calles de India un hogar seguro. En la sociedad india, dichas niñas son muy vulnerables a sufrir secuestros, explotación laboral y están muy expuestas a las drogas y a la prostitución. Para evitar este horrible futuro, se pretende asegurar sus derechos básicos, una vida digna y su integración en la sociedad.

En sus comienzos, Loreto Rainbow Homes era un centro de acogida como parte del programa social de unas estudiantes en un colegio de Loreto. En él se les ofrecía a las niñas un lugar para relajarse, jugar, interactuar y aprender.

Tras cuatro años operando como centro de día, se decidió convertirlo en un hogar debido a un incidente que marcó en el proyecto y en la vida de las responsables del mismo. Concretamente, una de las niñas que acudían al centro de día fue raptada y violada durante la noche. La inseguridad y la escasa protección de estas niñas tras salir del centro, fue lo que provocó que Loreto Rainbow Homes pasase de ser un centro diario de acogida, a ser un centro de 24 horas, pudiendo proporcionar de esta forma un lugar seguro para dormir, a las niñas, en un uno de los entornos más vulnerables de India.

En consecuencia de esto, las religiosas de Loreto abrieron cuatro casas nuevas en Calcuta para niñas de entre 4 y 18 años. En Loreto Rainbow Homes se les permite tener un hogar y una familia de hermanas, además de garantizarles comida, educación y un cuidado y seguimiento de su salud. Los derechos básicos, que generalmente, les faltaba en su vida en las calles.





Actualmente el programa de Loreto Rainbow Homes, cuenta con seis casas repartidas por toda la ciudad de Calcuta. Estas casas se sitúan dentro de los propios Loreto “Schools” de la ciudad. Dichos colegios, comparten su infraestructura con las casas Rainbow como parte de su responsabilidad social con los menos afortunados.

Concretamente, las casas son las siguientes:

- 1985: Loreto Sealdah (170 Niñas Acogidas).
- 2003: Loreto Bowbazar (160 Niñas Acogidas).
- 2004: Loreto Park Street (170 Niñas Acogidas).
- 2006: Loreto Dharamtala (100 Niñas Acogidas)
- 2007: Loreto Shantirani, Bansdroni (100 Niñas Acogidas).
- 2007: Loreto Elliot Road (100 Niñas Acogidas).

Por último es importante comentar, los principios innegociables conforme a los que opera Loreto Rainbow Homes. Estos son los siguientes:

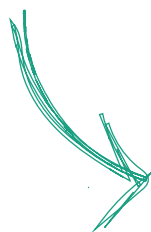
- Se educa y cuida a las niñas con amor, en igualdad y con dignidad.
- Se inculca el principio de no violencia, enseñando a las niñas que ninguna manifestación de esta tiene que formar parte de sus vidas.
- En la toma de decisiones en cuanto a la educación y vida de las niñas se hace en función de sus mejores intereses.
- Se celebra la diversidad y el respeto a las elecciones personales en cuanto a región, casta, género, color y religión debido a la diversidad multi cultural de la India.
- Se educa a las niñas como ciudadanos responsables.
- La contabilidad y la transparencia es esencial en todas las casas.



NUESTRA EXPERIENCIA



Un grupo de siete voluntarias entre 22 y 24 años, han sido las afortunadas de vivir esta experiencia durante el verano de 2018, con estancias desde uno a tres meses.



Las actividades realizadas en los distintos Loreto Rainbow Homes eran labores administrativas y labores con las propias niñas.

Con respecto al ámbito administrativo, se han informatizado los historiales de las niñas y se ha gestionado de forma más eficiente los documentos de las monjas. Esta labor es esencial, dado que muchas acuden a los colegios sin ningún tipo de documento, incluso algunas sin estar registradas en el censo y sin partidas de nacimiento. Por ello, esta actividad es de vital importancia.

Debido a esto, se ha recopilado información sobre todas y cada una de ellas. Desde fechas de nacimiento, grupo sanguíneo, religión, familia o persona de contacto (si la tuviera), clase, fecha de admisión, etc. Un trabajo más mecánico, pero que permite conocer el perfil de la niña y saber interactuar mejor con ella, otro forma de conocerlas.

También se han impartido clases de inglés y de apoyo escolar a las niñas que tienen dificultades en el aprendizaje. Muchas de ellas son acogidas cuando apenas tienen tres años, pero muchas otras entran más tarde, sin escolarización previa. Por ello, se les facilita clases extracurriculares para mejorar sobretodo relacionado con la lectura, escritura o el inglés.

Por último, y lo más importante se le ha dedicado tiempo a estar con ellas. A jugar, a pintar, a cantar y a bailar. Estas niñas tienen unas condiciones de vida infinitamente mejores a las que tendrían si no fuese por los Loreto Rainbow Homes, pero aun así la vida allí es muy monótona y agradecen mucho que les den sobre todo cariño y atención.

NACE RAINBOW FAMILY



1, Introducción

Este proyecto nace a raíz de la experiencia vivida, después de meses de convivencia se decidió continuar de algún modo la labor tan maravillosa que la FMW realiza en Calcuta.

Como se ha explicado con anterioridad, el Proyecto Rainbow cubre la totalidad de todas las necesidades primarias de las niñas, manutención, higiene, hogar, salud... pero ¿qué les podía faltar? ¿Cómo seguir ayudando de forma constante a este proyecto? Tras esta reflexión surgió Rainbow Family. Un proyecto dedicado a las niñas Rainbow, para disfruten durante un mes y se cubran otros tipo de gastos necesarios en su día a día y que actualmente no están cubiertos.

Será un “mes de respiro”, durante el mes de julio, en el que las niñas realizarán juegos, manualidades, excursiones, recibirán clases de concienciación a la higiene personal... Un mes en el que las niñas podrán llenarse de ilusión y energías para continuar sus estudios durante todo el curso, que a veces por sus situaciones personales, se hace muy difícil.

En definitiva, proporcionarles un mes de diversión, demostrarles cariño y apoyarlas para sus planes futuros de estudios.

2, Responsables

El equipo organizador está formado por:

- Cristina Rufino Pablo-Romero
- Fernanda Japón Fedriani
- Julia Pont Gutiérrez
- Macarena Roldán Tígeras
- María Sánchez-Arjona Pablo-Romero
- Marina Anaya Aznar
- Teresa Picamill Galindo



3. Misión

La misión de este proyecto es acercar la realidad de la situación de la India a la sociedad occidental, enfocándose en la educación de las mujeres y niñas para así permitirles tener una vida digna y hacer frente a los problemas generados por no tener un hogar: trata, prostitución, violaciones, etc.

4. Visión

El proyecto Rainbow Family quiere ser reconocido como un proyecto de apoyo a las mujeres de la India, comprometido con su educación, con su integración en la sociedad, y con su independencia. La mejora de calidad de vida de las niñas que son partícipes del proyecto, para que vivan en igualdad y con dignidad.

Para poder garantizar que estas niñas reciban todo lo que necesitan, contamos con un equipo con un alto nivel de implicación e interés para el cumplimiento del objetivo.

5. Valores

Uno de los pilares más importante dentro de este proyecto es el seguimiento de los valores de Mary Ward, fundadora y pionera de la entidad: Justicia, verdad, alegría y libertad. Todos y cada uno de ellos son un punto de referencia en este proyecto



NECESITAMOS TU AYUDA



1. Financiación

¡Sin tí no lo podríamos conseguir!

Para llevar a cabo este proyecto es necesaria su colaboración, con la que se financiarán actividades de todo tipo:

Excursiones: La intención es conseguir que las niñas realicen una salida semanal del colegio, dado que no pueden salir debido a la extrema situación de peligrosidad de esta ciudad, en la que las niñas son las principales víctimas. Estas salidas serán visitas culturales (al cine, al zoo...), con intención de que conozcan el entorno y la ciudad en la que viven desde otro punto de vista, su historia y cultura, y, por supuesto, que disfruten de las actividades de ocio.

Materiales: Para garantizar ese mes de diversión es necesario que se obtengan materiales de todo tipo, desde lápices de colores hasta camisetas, témperas, cuadernos, papel para murales o balones. Todo destinado a la realización de manualidades y juegos con la niñas Rainbow, para incentivar el juego sano entre ellas y que aprendan a divertirse dentro del espacio acotadísimo que tienen. En definitiva se quiere promover la infancia en una ciudad en la que su existencia es prácticamente imposible.

Salud: La principal actividad es la de promover hábitos de higiene y salud. Para ello, se comprarán utensilios de higiene (como cepillos y pasta de dientes, jabón, champú...).

Otros: Si se logran cubrir todos los gastos anteriores y quedara un remanente, será destinado a proyectos complementarios de la prevención de la trata que la Fundación Mary Ward desarrolla en otras zonas de la India.



2. Beneficiarios

Las únicas beneficiarias serán las niñas Rainbow, ya que todo, dinero y esfuerzo, va destinado a ellas, para que se recarguen de ilusión y energías en este mes de julio y así poder continuar en el colegio durante el año con ganas.

Los voluntarios se pagarán sus vuelos y gastos de estancia, y que el dinero que se recaude no irá destinado a estos gastos en ningún momento.

3. Voluntariado

En esta parte del programa, se espera un grupo de voluntarias mayores de 21 años dispuestas a dedicar un mes de su verano a las maravillosas niñas que viven en los Loreto Rainbow Homes.

Como se ha comentado anteriormente, las niñas tienen cubiertas las necesidades básicas que todo ser humano tiene derecho: salud, comida, educación y un techo bajo el que vivir. Sin embargo, durante sus vidas han sufrido mucho y normalmente no han recibido lo más importante que se debe tener en la infancia: Amor. Por ello, del grupo de voluntarias que se forme, se espera que se entreguen al proyecto. Que abran sus corazones a las niñas, compartan con ellas inquietudes y anécdotas y sobre todo que les transmitan amor y confianza. Además de incentivar ese intercambio cultural tan enriquecedor para ambas partes.

El voluntariado se realizará en Calcuta, concretamente en los seis Loreto Rainbow Homes. En todos ellos, se acogen a las niñas, se les educa y garantiza una vida futura digna. El grupo de voluntarias trabajará en estos colegios realizando actividades con las niñas y tareas administrativas como la digitalización de informes y documentos. Se espera que el grupo esté formado por al menos 12 integrantes para poder estar presente en todos los colegios de la ciudad.



Antes de llegar a Calcuta

Previamente a la experiencia de voluntariado que se va a desarrollar, se realizará una entrevista con las responsables del proyecto, y con una responsable de la Fundación Mary Ward, y un fin de semana formativo.

Durante este fin de semana, se conocerá el grupo que finalmente vaya a realizar la experiencia, se informará en profundidad sobre la labor de la fundación en estos países y sobre el proyecto Loreto Rainbow Homes en concreto. Además, se resolverán todo tipo de dudas relacionadas a la gestión y sobre todo, se detallará más en profundidad las actividades de las voluntarias y se les asignará un colegio concreto a cada una.

La formación será obligatoria para toda voluntaria que quiera participar en esta experiencia. No se admitirá a ninguna persona que no realice dicha formación, es un requisito indispensable para este proyecto.



En Calcuta

A la llegada a Calcuta, el grupo de voluntarias tendrán varias reuniones con los encargados del proyecto Rainbow en Calcuta. De esta forma serán acogidas y guiadas durante esos primeros instantes de incertidumbre. Además de ello, se conocerá el centro de la Fundación Mary Ward en la ciudad (Mary Ward Social Center of Kolkata) y las actividades y labores sociales que realizan en la ciudad.

Centrándonos en las actividades que se van a desarrollar en este mes de voluntariado, se pueden desglosar en tres partes: actividades diarias, semanales y puntuales.



Actividades Diarias

El día a día de una voluntaria en Calcuta, se basará en tareas administrativas por las mañanas y por las tardes realizar distintas actividades con las niñas. Normalmente, los horarios serán los siguientes, aunque puede que estos varíen dependiendo de cada colegio:

- 9:00 am: Entrada al colegio y estar con las niñas antes de que se vayan a sus respectivos colegios.
- 9:00-12:00 am: Tareas Administrativas. Digitalizar documentos, estandarizar bases de datos y procesos. Ayudar en la gestión del Rainbow. Al hacer estas tareas, permiten a las voluntarias conocer la historia de cada niña y de esta forma conectar mejor con ellas.
- 12:00-14:00 pm Comida. Dependiendo de cada colegio se come a una hora u otra, siempre en esta franja horaria.
- 14:00-17:30pm: Actividades con las niñas. Juegos, eventos, charlas, concursos, etc.
- 17:30pm: Vuelta al hostel y descanso.

Es necesario comentar dos aspectos importantes. El primero de ellos, es que estos horarios están basados en la experiencia que se ha vivido y dependen mucho de cada colegio y sus horarios. Hay en algunos que durante la mañana hay más niñas y es cuando se desarrollan las actividades con ellas y por las tardes las tareas administrativas y hay en otros que viceversa. Este horario es completamente orientativo.

Actividades Semanales

Durante la semana se realizarán varias actividades, normalmente dentro de este horario, que permita conocer mejor la función de este proyecto. Además de realizar excursiones formativas con las niñas.

Concretamente las actividades que se pretenden desarrollar son las siguientes:

- “Home Visiting”: Ir con las monjas del colegio a visitar los lugares donde solían vivir las niñas, para llevar a cabo un seguimiento de sus familias y conocer sus necesidades.
- Charlas formativas: Durante nuestra estancia se impartieron charlas sobre la sexualidad, higiene personal y valores en casa (orden, comportamiento...) a las niñas. De esta forma ayudamos a las monjas a tratar temas un poco “sensibles” para ellas y ayudarlas en la educación de las niñas.
- Excursiones con las niñas: Esta actividad dependerá del dinero recaudado. Se espera que se pueda realizar una salida a la semana en cada colegio, cubriendo todos los gastos que esto conlleve.





Actividades Puntuales

Por último, se desarrollarán actividades puntuales que dependerán de cada voluntaria y su circunstancia. Estas surgieron gracias a ideas que se desarrollaron durante la experiencia vivida y que tras llevarlas a cabo, permitieron conocer más a las niñas y al proyecto. Concretamente estas son:

-Dormir en el Rainbow con las niñas: Una de las últimas noches se tuvo la opción de dormir con ellas. Esto permite conocer el día a día, completo, de las niñas.

-Opción de participar en proyectos con “Mary Ward Social Center” de Calcuta: En las primeras reuniones se conocerán otras actividades que la fundación realiza en Calcuta, tal y como cursos formativos de belleza, costura, etc. Se le dará la opción a la voluntaria que lo desee en participar en los mismos. Sobre todo en el taller de costura participando en el diseño y la elaboración de objetos para venderlos en España.

-Visita a los Slums: Los slums es una de las zonas más pobres de Calcuta, una zona de chabolas. De ella, provienen muchas de las niñas Rainbow. Es impactante.

-Pasar un fin de semana con las niñas. Normalmente, durante el fin de semana se organizarán otro tipo de actividades como salidas a visitar proyectos o conocer la propia ciudad. Pero, es muy recomendable que las voluntarias pasen un fin de semana con las niñas, ya que durante el fin de semana, se realizan muchas actividades extracurriculares con las niñas como cortarles el pelo, bailes y eventos.

Es importante recordar que todas las actividades no son obligatorias, cada voluntaria según sus necesidades y estado podrá libremente elegir en qué participar y el tiempo. Pero sin duda, mientras más tiempo pases con las niñas más completa será la experiencia.

A la vuelta de Calcuta

Tras esta experiencia, se realizará una sesión con las responsables del proyecto para conocer las inquietudes de cada voluntaria, aspectos a mejorar de la experiencia y para una valoración global de la misma. Esta sesión será tanto grupal como personal, para poder cerrar esta experiencia de la mejor forma posible.

AGRADECIMIENTOS Y CONTACTO



Ante todo, agradecerles a todos vosotros la participación en la Rainbow Family. Como bien dice su nombre, este proyecto, familia, no sería posible sin cada uno de vosotros tanto a las voluntarias como a cada persona que aporte económicamente, por pequeño que sea, algo al proyecto. Por ello, recalcamos lo importante que es para nosotras cada persona involucrada en él y os motivamos a que sigáis participando de forma activa en nuestra familia.

¿Cómo contactarnos?

Para vivir una de tus experiencias más completas e impactantes, contacta con:

rainbowfamilyvoluntariado@fundacionmaryward.org

Si quieres aportar tu granito de arena al proyecto, contacta con:

rainbowfamilyfinanciacion@fundacionmaryward.org

Además de ello, queremos que este proyecto promueva el amor y la fraternidad en una ciudad donde esto más bien escasea. Por ello, necesitamos que este mensaje se lance al mundo, que se conozca el proyecto y que vuelen las buenas noticias. Que cada joven con inquietudes y ganas de colaborar internacionalmente nos conozca y se una a nuestra gran familia mundial. Y no solo no te arrepentirás de la experiencia que habrás vivido, si no que volverás renovada con nuevas inquietudes y habiendo recibido muchísimo más de lo que dejaste allí.

Para estar al día de nuevas actualizaciones síguenos en Instagram y Facebook:



6.2 Artículo publicado en la asociación de ingenieros de ICAI.

“Ami tomake bhalobasi”. Simplemente, «te quiero». Una niña de apenas seis años con cuarenta de fiebre, tras llamarte mamá te dice que te quiere. Así es como en una frase se resumiría mi experiencia en la India, de la que nació el proyecto Rainbow Family.

Mi pasión por la India, el país, su cultura, su gente y su diversidad surgió en el verano de 2014. **Por motivos diversos, ese verano tuve la oportunidad de viajar a la India con apenas 18 años y ser una voluntaria de la madre Teresa de Calcuta.** Durante este primer contacto con India, mi “burbuja” explotó. Conocí un mundo completamente ajeno, inimaginable e irreal para mí. Donde millones y millones de personas viven en la completa miseria, sin ningún tipo de garantía de una comida diaria y, por supuesto, inmersos en una vida abocada al fracaso, muertes prematuras y sin ningún tipo de futuro más que la lucha por su propia supervivencia. Comprendí la necesidad de escuchar y ser escuchado, de poder apoyarte en alguien en tus momentos de dificultad y sobre todo de tener una muerte digna, serena y rodeada de alguien que cuide y vele por ti.



Cuatro años más tarde, más madura y más formada, volví a la ciudad que me había hecho comprender la suerte que tenía y me había hecho sentir la necesidad de dar gracias a mi familia por todas las oportunidades brindadas y a Dios por, simplemente, permitirme nacer donde me “tocó”.

Esta nueva experiencia, completamente distinta a la anterior, la tuve con la fundación Mary Ward en el proyecto de Loreto Rainbow Homes en Calcuta, en el que cuentan con seis casas en las que acogen a niñas que viven en las calles de la ciudad, con el fin de que tengan una vida alejada de las tratas, la prostitución y la mafia. Les garantizan un hogar seguro basado en la fraternidad y el amor y les aseguran una alimentación, seguimiento de su salud y una educación que les permita tener oportunidades el día de mañana.

Durante las cinco semanas que conviví con las 106 niñas del colegio Loreto School conocí en profundidad su cultura, religiones, formas de pensar y ver la vida y un largo etc. de contrastes que sin duda marcaron mi forma de comprender la vida. Con las más mayores se creó un vínculo de “hermanas” y tuvimos charlas reflexivas sobre temas polémicos como el burka, el islam, la mujer en la India en contraste con la mujer occidental... Temas profundos, que permitieron crear una unión y una confianza que nos permitió una inmersión cultural brutal.

Sin embargo, mi debilidad son los “bebés”, las niñas de entre tres y seis años. Durante mi estancia, por las mañanas, era profesora en las clases de apoyo de estas niñas y estaba asignada como profesora a un grupo de 14 niñas de 6 años. Teníamos que comunicarnos -¡¡ellas sin hablar inglés y yo sin hablar hindi!!- y yo tenía que gobernar una clase donde a mis alumnas nunca les habían impuesto un orden o una norma y solo querían jugar y correr. Con un calor que en pleno julio monzónico agotaba al más duro, no había forma de “domar” a esas salvajillas. Fue un verdadero reto capaz a hundir al guerrero más motivado. Pero para mí fue el reto más reconfortante.

Por las tardes, ya en la casa Loreto Rainbow de la fundación, jugábamos con las más peques, les ayudábamos con los deberes y cuidábamos a las que estuvieran enfermas; éramos unas pequeñas madres dando todo el amor que estas niñas nunca habían recibido. Por ello, el 5 de agosto, día que nos marchábamos, en el momento de la despedida, las niñas se agarraban a nuestra pierna llorando y rogándonos que no nos fuéramos... ¿Hay algo más bonito que niñas que en un primer momento ni te miraban porque no te consideraban nadie, ahora lloraban con nosotras por nuestra partida...? Este hecho y todo lo que habíamos vivido antes, fue el motor para comenzar con el proyecto Rainbow Family.

Rainbow Family es un proyecto, apadrinado por la Fundación Mary Ward, que estamos impulsando las siete amigas que fuimos el verano pasado a Calcuta.

Desde este proyecto trabajamos para apoyar a Rainbow Homes en dos aspectos:

- 1. Búsqueda de fondos**, que faciliten la renovación de las potabilizadoras para los colegios, la incorporación de ventiladores y calefacción en aquellos colegios que no los tengan, el cambio del sistema de recogida de agua, la compra de medicamentos y enseres necesarios, la renovación de los uniformes, etc. También nos gustaría contar con una partida para que las niñas de los colegios puedan realizar algunas actividades culturales que les permitan conocer su ciudad, su entorno y cultura completando así una parte fundamental de su educación. **El reto de Rainbow Family es construir un modelo de sostenibilidad que asegure la recurrencia de fondos durante los años venideros.**
- 2. También trabajamos para organizar el voluntariado durante el verano, período en el que se realizarán las visitas y actividades culturales**, lo que llevará consigo un intercambio cultural muy enriquecedor para ambas partes.

Por otro lado, el voluntariado es también la principal herramienta con la que contamos para la sensibilización con nuestra causa aquí España.

Con el fin de profesionalizar el trabajo que estamos haciendo desde Rainbow Family, y con el visto bueno de Comillas – ICAI, he hecho de este proyecto en mi Trabajo Fin de Máster y a día de hoy lo estoy trabajando de la mano de Fundación Ingenieros ICAI.

Si alguno está interesado en conocer más sobre lo que hacemos en Rainbow Family, le invito a que nos siga en Instagram. Y si alguno quiere contactarnos puede hacerlo a través del correo electrónico:
rainbowfamilyvoluntariado@fundacionmaryward.org

Y, recordad, cuando alguien os diga «te quiero», valoradlo mucho. Porque muchas personas no solo no lo dirán jamás, sino que nunca se lo dirán.

Para poder ver el artículo en la página web de la fundación de ICAI:
<https://fundacioningenierosicai.org/2019/03/12/mi-experiencia-en-india/>

6.3 Desglose de los presupuestos 2019

Los presupuestos de Rainbow Family se han basado en desglosar los ingresos y gastos del proyecto en 2019 y 2020. Además, de crear una herramienta muy potente para poder conocer el estado de la tesorería del proyecto mensualmente y poder hacer estimaciones más específicas en años futuros. De esta forma, se pretende tener un control interno muy exhaustivo para poder dejar reflejado que cada euro donado verdaderamente llega a Calcuta y las niñas que habitan en los Loreto Rainbow Homes.

El tipo de archivo en el que se ha desarrollado la herramienta es Excel. Por ello, para dejar reflejado esta nueva metodología de seguimiento y análisis financiero se adjunta las tablas más significativas del presupuesto 2019.

Primeramente, la herramienta incorporará datos históricos en los que se irá acumulando anualmente las cifras de años anteriores. Esto servirá de cara a hacer presupuestos más fiables y con un criterio más objetivo.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nº Socio 2019								7	15	20	25	40
Nº Socios 2020												
Nº Socios 2021												
Nº Socios 2022												
Nº Socio Media	-	-	-	-	-	-	-	7	15	20	25	40

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Cuota Socio 2019	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Cuota Socios 2020												
Cuota Socios 2021												
Cuota Socios 2022												
Cuota Socios Media	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Evento 1 - 2019			3.000									
Evento 1 - 2020												
Evento 1 - 2021												
Evento 1 - 2022												
Media	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Evento 2 - 2019											1.500	
Evento 2 - 2020												
Evento 2 - 2021												
Evento 2 - 2022												
Media	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-

Figura 18: Datos históricos presupuesto

Como se aprecia, actualmente solo se ha rellenado el 2019, dado que años futuros se realizarán tras conocer los resultados de este curso.

Seguidamente se presupuestan los ingresos anuales para el año a comenzar, en este caso 2019 y cómo se realizarán esos cobros para poder conocer el estado de la tesorería:

Universidad Pontificia de Comillas
Escuela Técnica Superior de Ingeniería (ETSI)

Ingresos

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	Total
Nº Acumulado Socios	-	-	-	-	-	-	-	7	15	20	25	40	40
Cuota media mensual Socios	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Ingresos Socios	-	-	-	-	-	-	-	70	150	200	250	400	1.070
Donaciones Puntuales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beneficios Evento 1	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000
Beneficios Evento 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	1.500
Ingresos Eventos	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	1.500	-	4.500
Total Ingresos	-	-	3.000	-	-	-	-	70	150	200	1.750	400	5.570

Cobros

	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	
Cobro Socios (+ donaciones)	-	-	-	-	-	-	-	70	150	200	250	400	
Cobro Evento 1	-	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	
Cobro Evento 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.500	
Total Cobro	-	-	-	3.000	-	-	-	70	150	200	250	1.900	

Figura 19: Ingresos y cobros del presupuesto 2019

Es necesario destacar que los cobros de los socios y de los donantes se ha establecido como un cobro en el mes que debe de ingresarse, es decir a “m” y los cobros de los eventos, a mes vencido, a “m+1”.

Por otro lado, los gastos desglosados son los siguientes:

	Presupuestado	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2020
Marketing y Publicidad	850	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	990
Merchandising	500	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	500
Material de oficina	350	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	350
Publicidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20
Herramienta email marketing	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	120
Web	20	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5	5	5	104
Wordpress	20	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5	5	5	60
Dominio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36
Fotos compradas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8
Eventos	2.080	-	1.330	-	-	-	-	-	-	750	-	-	-	1.980
Logística	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Alquileres (silla, mesa, etc)	280	-	180	-	-	-	-	-	-	100	-	-	-	280
Aprovisionamiento (comida, bebida, etc)	1.650	-	1.050	-	-	-	-	-	-	600	-	-	-	1.550
Marketing	150	-	100	-	-	-	-	-	-	50	-	-	-	150
Personal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	2.950	71	1.401	71	71	71	71	71	71	826	76	76	76	3.074

Figura 20: Gastos del presupuesto 2019

De estos gastos cabe destacar, la partida de personal con valor cero debido a que todo el equipo de trabajo, realiza esta labor de forma voluntarias. La forma de pago de estos gastos se ha estimado a mes vencido, es decir, “m+1”.

Teniendo en mente estas dos fotos de ingresos y gastos del proyecto, se obtiene una tesorería mensual:

Universidad Pontificia de Comillas
Escuela Técnica Superior de Ingeniería (ETSI)

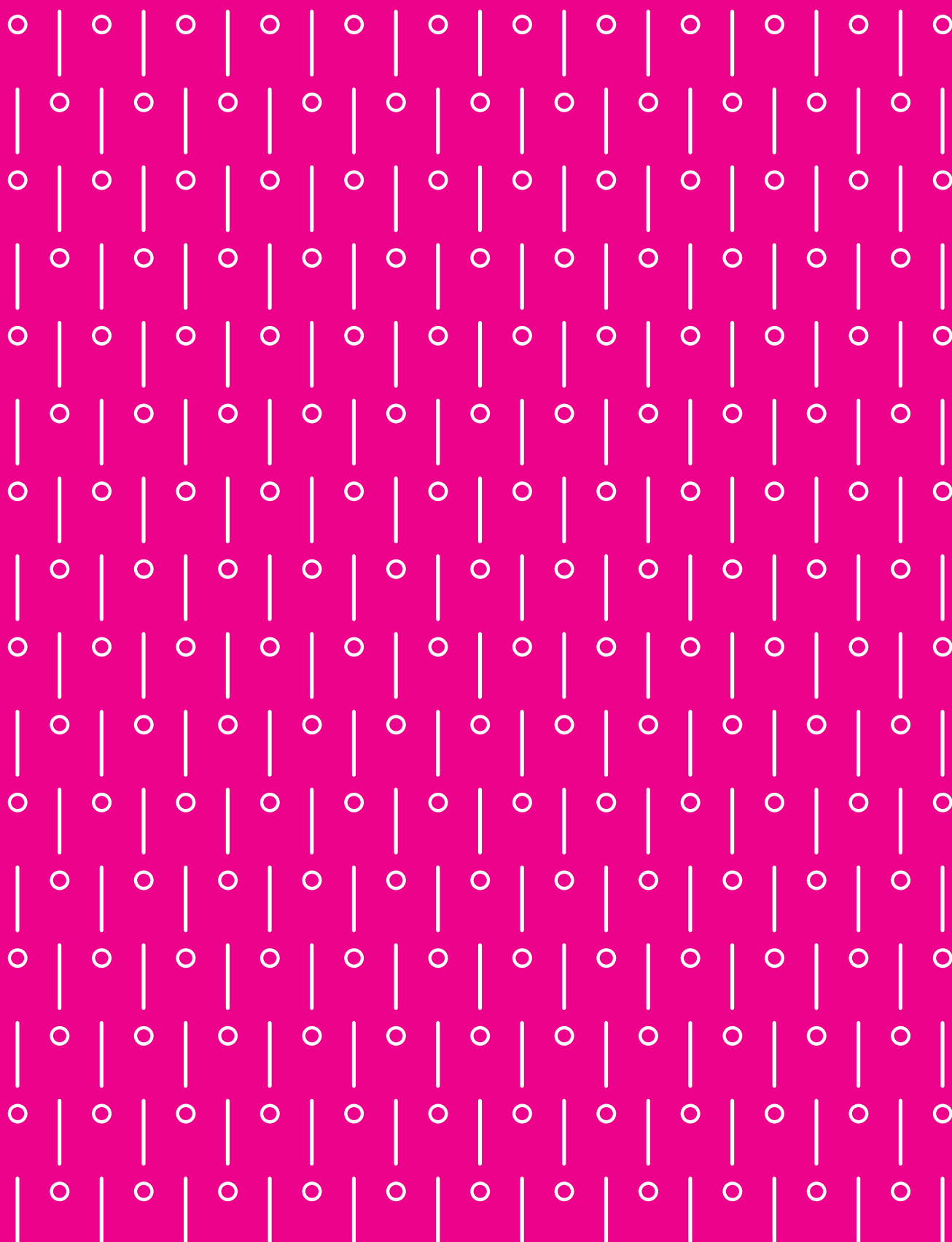
	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19
Tesorería inicial	-											
Cobros Socios	-	-	-	-	-	-	-	-	70	150	200	250
Cobros Eventos	-	-	-	3.000	-	-	-	-	-	-	-	1.500
Total cobros	-	-	-	3.000	-	-	-	-	70	150	200	1.750
Pagos	(71)	(71)	(1.401)	(71)	(71)	(71)	(71)	(71)	(71)	(826)	(76)	(76)
Total Pagos	(71)	(71)	(1.401)	(71)	(71)	(71)	(71)	(71)	(71)	(826)	(76)	(76)

													Acumulado
Saldo neto	(71)	(71)	(1.401)	3.253	(71)	(71)	(656)	(71)	(1)	(646)	124	1.674	1.993
Tesorería final	(71)	(71)	(1.401)	3.253	(71)	(71)	(656)	(71)	(1)	(646)	124	1.674	

Figura 21: Tesorería presupuestada 2019

Por tanto, como se aprecia en la imagen adjunta se estima aproximadamente 2000€ de saldo neto anual de cara a 2019. Se remarca, que en este presupuesto no se ha tenido en cuenta las donaciones recibidas, dado que no es un factor recurrente y no se puede estimar.

6.4 Estudio del perfil del donante



ESTUDIO

Realidad del socio
y donante en España 2017

A ^ E * F } r

Asociación Española de Fundraising

ESTUDIO

Realidad del socio
y donante en España 2017

Este estudio se ha emitido a solicitud de la Asociación Española de Fundraising

Todos los derechos de propiedad intelectual asociados con este documento, pertenecen al autor que suscribe el mismo, quien otorga una licencia de uso de carácter indefinido, y geográficamente limitado al territorio español a Asociación Española de Fundraising y sus organizaciones asociadas a los efectos de permitir el cumplimiento de sus obligaciones legales en esta materia.

El autor somete el contenido y alcance de este informe a cualquier otra opinión mejor fundada en derecho. Queda prohibida su publicación o comunicación a terceros, salvo consentimiento previo y expreso del autor.

ESTUDIO

Realidad del socio y donante en España 2017

Participantes en el estudio	5
-----------------------------------	---

Introducción y datos generales	6
--------------------------------------	---

Contexto: los socios ganan en importancia

Perfil, lealtad y distribución geográfica de los socios.	8
---	---

Perfil del socio: ¿Cómo es el socio activo en el sector a finales de 2016?

Distribución total de socios activos por provincias

Ponderación del volumen de socios por población de la provincia

Canales de captación

La aportación económica

Tasa de baja de asociados

Participantes en el estudio

Plan Internacional
Unicef
Entreculturas
Anesvad
Acción contra el hambre
Fundación Josep Carreras
Asociación Española Contra el Cáncer
Aldeas Infantiles
Greenpeace
Médicos sin fronteras
Amnistía Internacional
World Vision
Fundación Pasqual Maragall
Save the Children
Médicos del mundo
Cruz Roja Española



Introducción y datos generales

El estudio *La realidad del socio y donante 2017* tiene como objetivo mostrar los grandes datos sobre las colaboración recurrente en España, es decir, lo que denominamos habitualmente socios, con Entidades No Lucrativas (ENL).

El informe nos permite conocer realidades y tendencias sobre canales, cuotas, tiempo de colaboración, distribución geográfica, etc.

Dos consideraciones previas:

Agradecer a las organizaciones participantes su generosidad, tanto económica como de trabajo. Sin el apoyo de las ENL sería imposible llevar a cabo este tipo de estudios.

En esta edición han cambiado algunas de las entidades participantes con respecto al informe llevado a cabo en 2015, pero el estudio sigue siendo absolutamente representativo del sector.

Los datos del estudio *La realidad del socio 2017* pertenecen al ejercicio de 2016 para ofrecer los resultados del ejercicio completo.

Tomando como dato el nivel de recursos totales gestionados por las entidades participantes —más de 1.000.000.000 de euros— tenemos como resultado un estudio que es una foto fiel y representativa del estado del sector.

Algunos datos generales de esta edición de *La realidad de socio 2017* son:

- > 456 millones de euros recaudados a través de cuotas de asociados activos en 2016.
- > Análisis de 3.980.000 socios.
- > La cantidad media que aporta un socio a su entidad es de 133€ (cuota media del socio)
- > Más de 590.000 donantes, que han aportado casi 60 millones de euros de donativos.
- > Porcentaje de bajas en 2016: 6'96%.

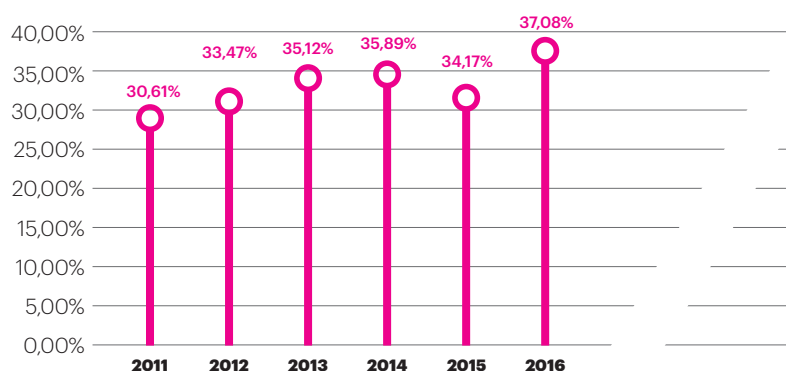
Es importante resaltar la tendencia, ya detectada en anteriores ediciones, del peso que van adquiriendo los socios en la financiación de las ENL (37'8% en 2016 frente al 34% en 2015), proporcional a la caída en la importancia de las subvenciones de las Administraciones Públicas (45'55% en 2016), decreciendo de forma continuada.

Contexto: los socios ganan en importancia



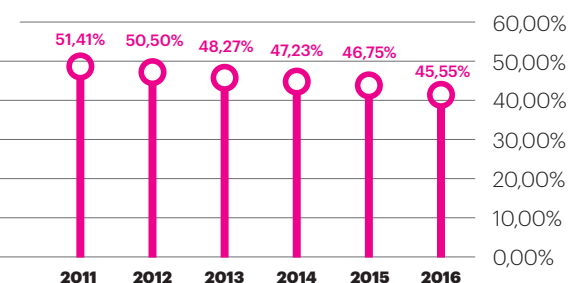
Captación privada

Aportación socios (%) vs recursos totales



Administraciones públicas + empresas

Aportación socios (%) vs recursos totales



Perfil, lealtad y distribución geográfica de los socios

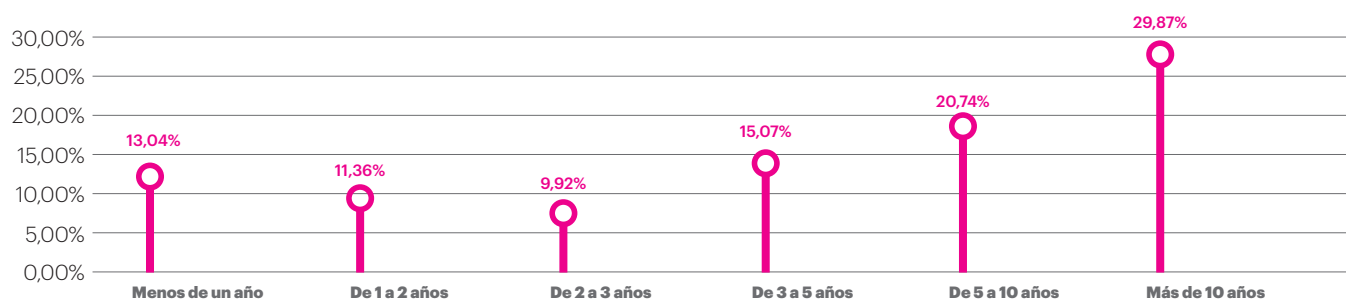
Perfil del socio: ¿Cómo es el socio activo en el sector a finales de 2016?



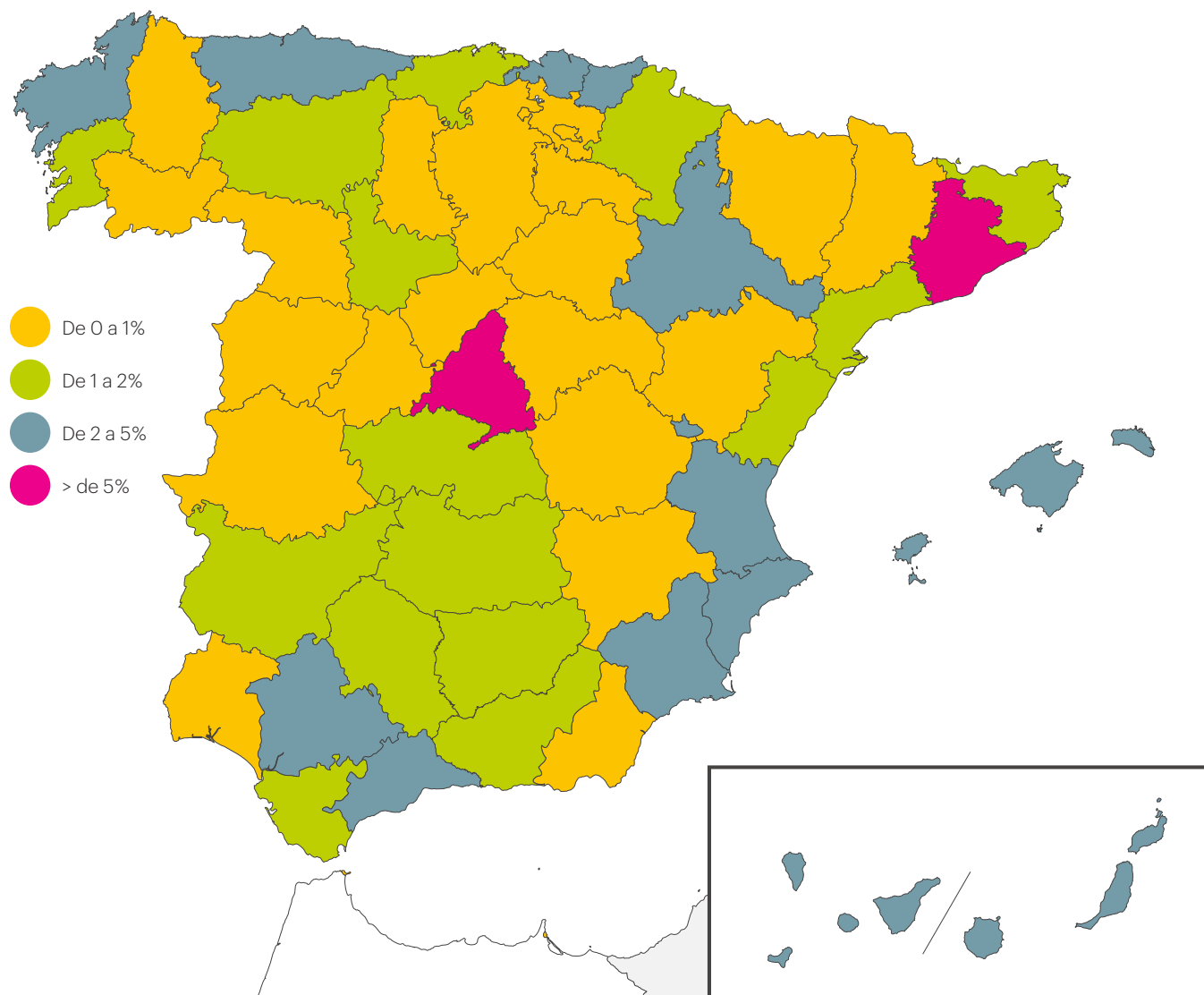
La vida media de un socio que colabora con una ONG es de 8,4 años. Este dato muestra una pequeña disminución con respecto al estudio de 2015, en el que la colaboración era de casi 9 años.

Un 29,9% de los socios lleva más de 10 años colaborando con una misma organización (34,5% en 2015).

Mientras que un 34'32% lleva menos de dos años en su entidad frente al 31'3% de hace dos años.



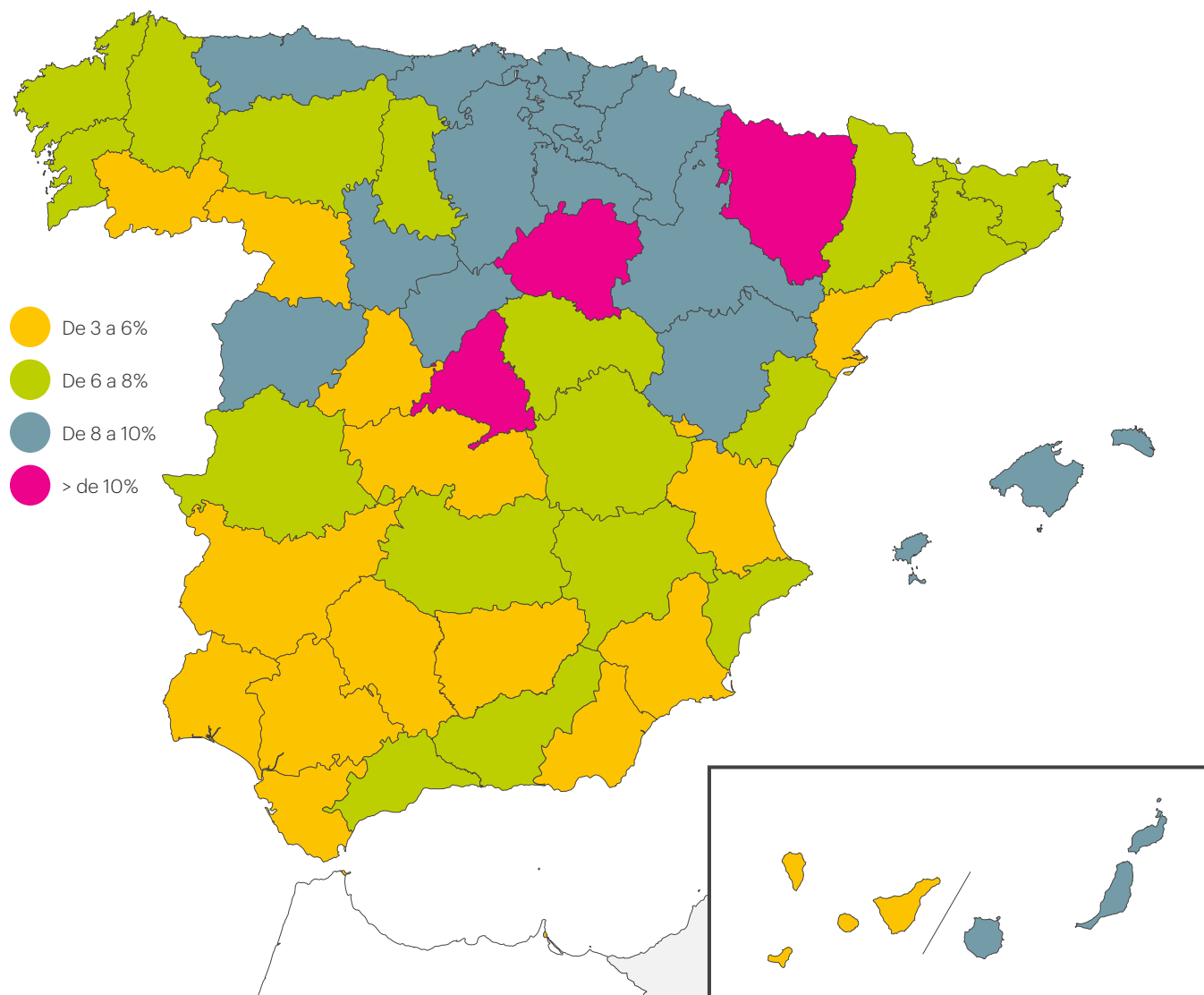
Distribución total de socios activos por provincias



En la distribución total de socios activos por provincias destaca Madrid, con algo más del 20% del total, seguido de Barcelona (11%) y Valencia (4,4%). 38 provincias no llegan al 2% de los asociados españoles y 24 no llegan al 1% y entre todas ellas no alcanzan el 35%.

Albacete.....	0,8%	Cuenca.....	0,4%	Pontevedra.....	1,7%
Alicante/Alacant.....	3,2%	Gipuzkoa.....	2,0%	Rioja, La.....	0,8%
Almería.....	0,8%	Girona.....	1,3%	Salamanca.....	0,8%
Araba/Álava.....	0,8%	Granada.....	1,9%	Santa Cruz de Tenerife.....	2,3%
Asturias.....	2,8%	Guadalajara.....	0,5%	Segovia.....	0,4%
Ávila.....	0,3%	Huelva.....	0,8%	Sevilla.....	2,7%
Badajoz.....	1,1%	Huesca.....	0,9%	Soria.....	0,3%
Balears, Illes.....	2,7%	Jaén.....	1,0%	Tarragona.....	1,2%
Barcelona.....	11,1%	León.....	1,1%	Teruel.....	0,4%
Bizkaia.....	2,9%	Lleida.....	0,8%	Toledo.....	1,0%
Burgos.....	0,9%	Lugo.....	0,6%	Valencia/València.....	4,4%
Cáceres.....	0,8%	Madrid.....	20,8%	Valladolid.....	1,4%
Cádiz.....	1,9%	Málaga.....	2,9%	Zamora.....	0,3%
Cantabria.....	1,4%	Murcia.....	2,3%	Zaragoza.....	2,3%
Castellón/Castelló.....	1,1%	Navarra.....	1,6%	Ceuta.....	0,1%
Ciudad Real.....	1,0%	Ourense.....	0,5%	Melilla.....	0,1%
Córdoba.....	1,1%	Palencia.....	0,4%		
Coruña, A.....	2,4%	Palmas, Las.....	2,8%		

Ponderación del volumen de socios por población de la provincia



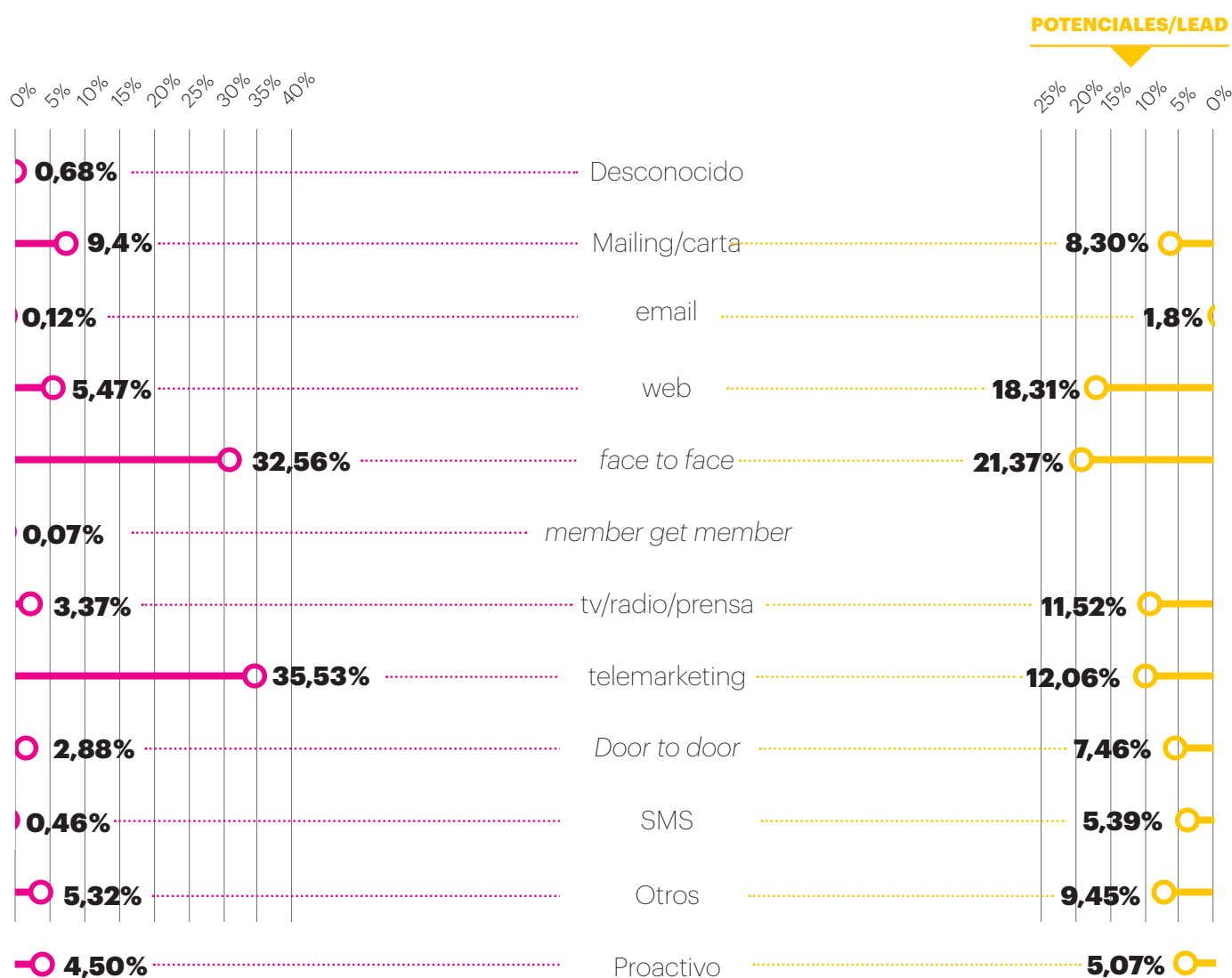
Si hacemos una ponderación del volumen de socios por la población de la provincia vemos que hay mayores porcentajes hacia el norte. Destacan provincias con escasa población, como Huesca (13%) o Soria (11%), pero también Madrid, País Vasco, Navarra, Norte de Castilla León, Asturias o Las Palmas.

Albacete.....	0,8%	Cuenca.....	0,4%	Pontevedra.....	1,7%
Alicante/Alacant.....	3,2%	Gipuzkoa.....	2,0%	Rioja, La.....	0,8%
Almería.....	0,8%	Girona.....	1,3%	Salamanca.....	0,8%
Araba/Álava.....	0,8%	Granada.....	1,9%	Santa Cruz de Tenerife.....	2,3%
Asturias.....	2,8%	Guadalajara.....	0,5%	Segovia.....	0,4%
Ávila.....	0,3%	Huelva.....	0,8%	Sevilla.....	2,7%
Badajoz.....	1,1%	Huesca.....	0,9%	Soria.....	0,3%
Balears, Illes.....	2,7%	Jaén.....	1,0%	Tarragona.....	1,2%
Barcelona.....	11,1%	León.....	1,1%	Teruel.....	0,4%
Bizkaia.....	2,9%	Lleida.....	0,8%	Toledo.....	1,0%
Burgos.....	0,9%	Lugo.....	0,6%	Valencia/València.....	4,4%
Cáceres.....	0,8%	Madrid.....	20,8%	Valladolid.....	1,4%
Cádiz.....	1,9%	Málaga.....	2,9%	Zamora.....	0,3%
Cantabria.....	1,4%	Murcia.....	2,3%	Zaragoza.....	2,3%
Castellón/Castelló.....	1,1%	Navarra.....	1,6%	Ceuta.....	0,1%
Ciudad Real.....	1,0%	Ourense.....	0,5%	Melilla.....	0,1%
Córdoba.....	1,1%	Palencia.....	0,4%		
Coruña, A.....	2,4%	Palmas, Las.....	2,8%		

Canales de captación

Los mayores canales de captación de socios son: telemarketing con 35'5% de asociados totales (30% en 2015), *face to face* 32,5% (24%) y carta/*mailing* 9% (13%).

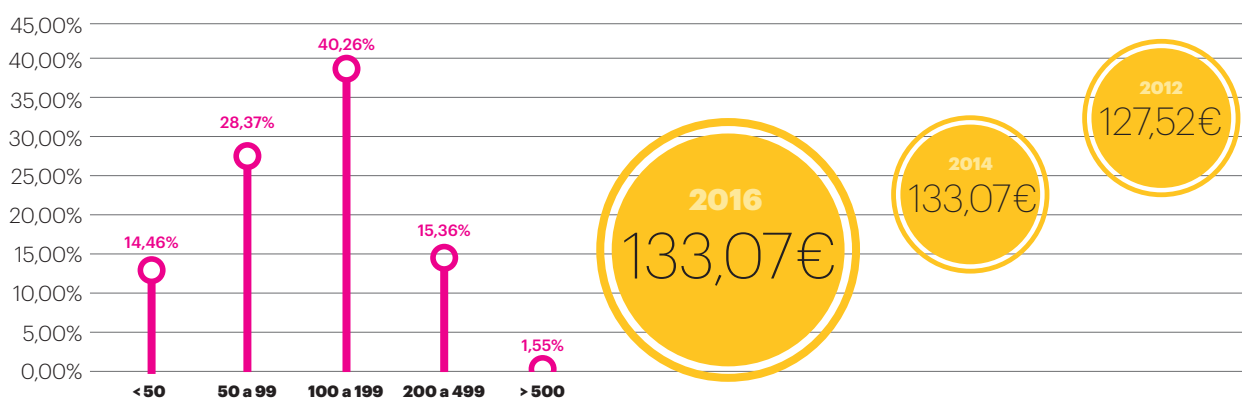
El canal digital representa un 6% (10% en 2014) del origen directo de los socios.



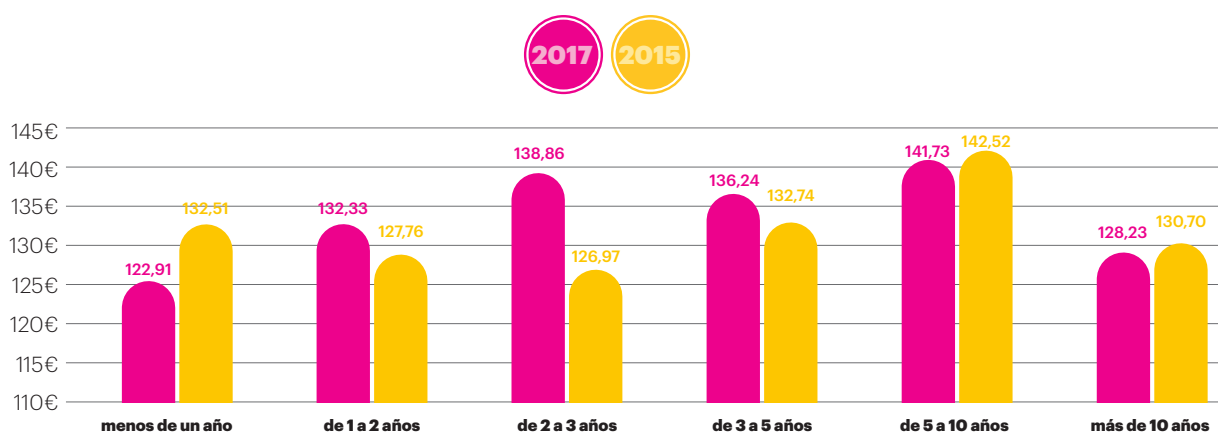
Una situación que cambia cuando vemos el canal de generación de potenciales. Los canales que más potenciales/*lead* de socios generan: *face to face* 21,4%, web 18,3%, telemarketing 12'1% y medios comunicación masivos 11'5%.

La aportación económica

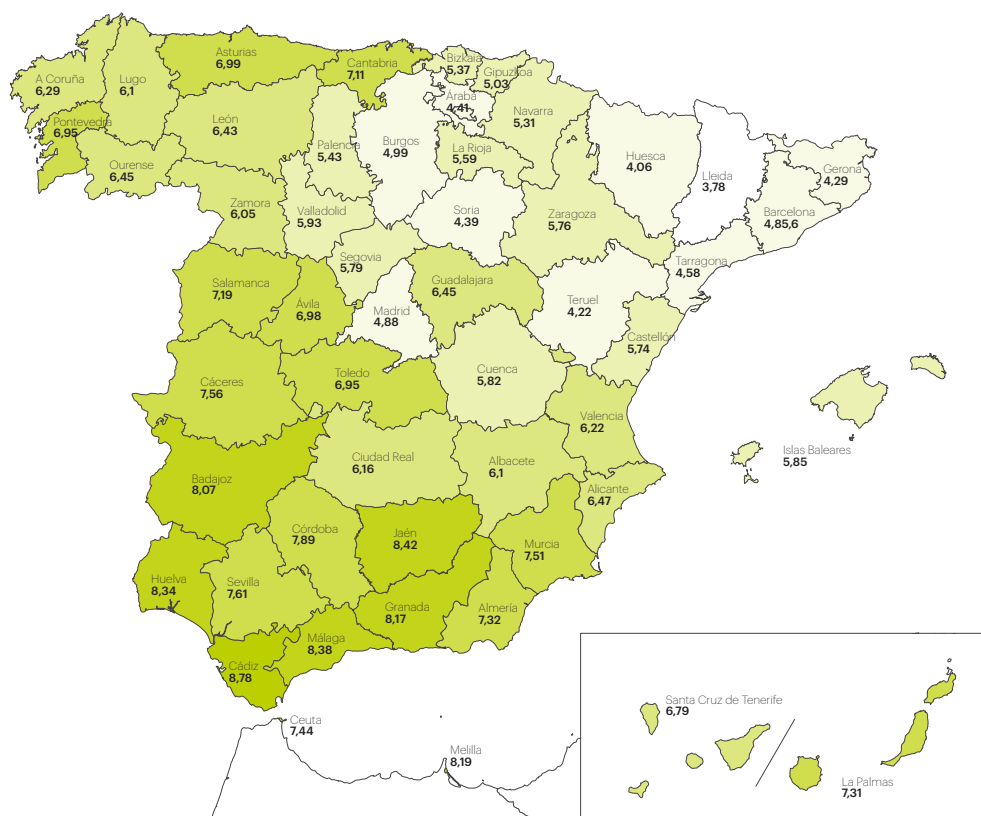
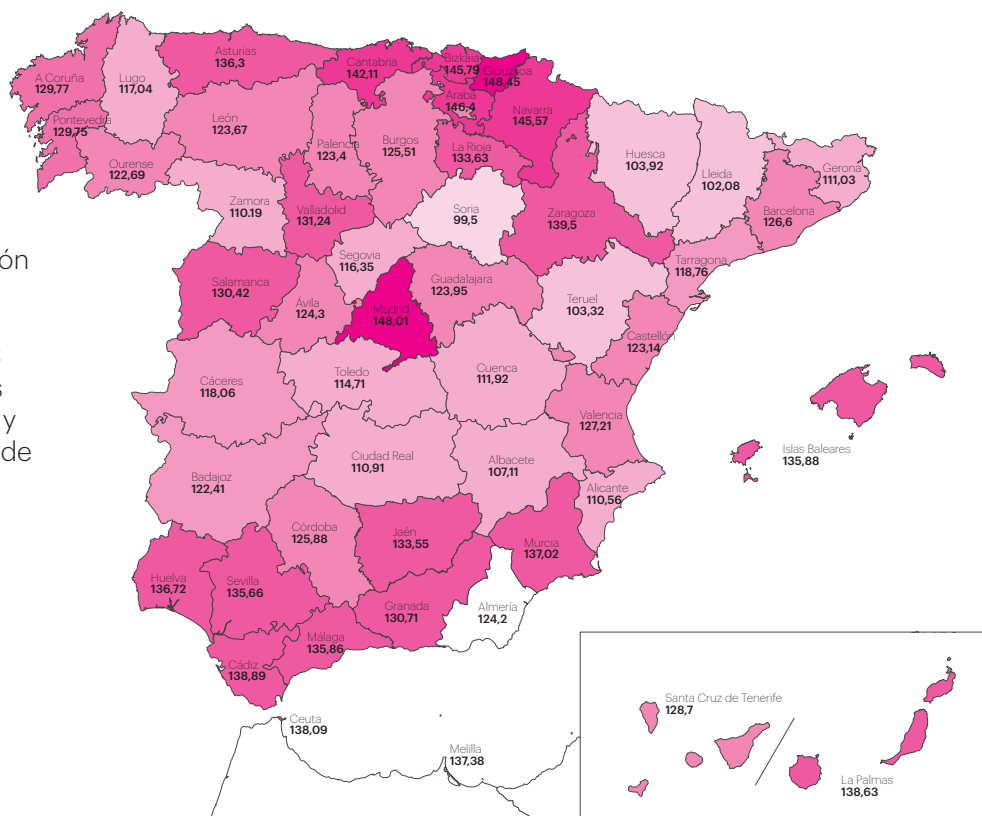
Se mantiene una **cuota media** de asociado de 133€ anuales, teniendo en cuenta que más del 40% de los asociados aportan entre 100€ y 199€ (35,6% en 2015), un 1,55% (1,3%) más de 500€ y un 14,46% (17,4%) menos de 50€.



A este dato hay que añadirle la distribución de cuotas por años de antigüedad. Los asociados aportan más cantidad de dinero a partir del tercer año de colaboración con una misma entidad.



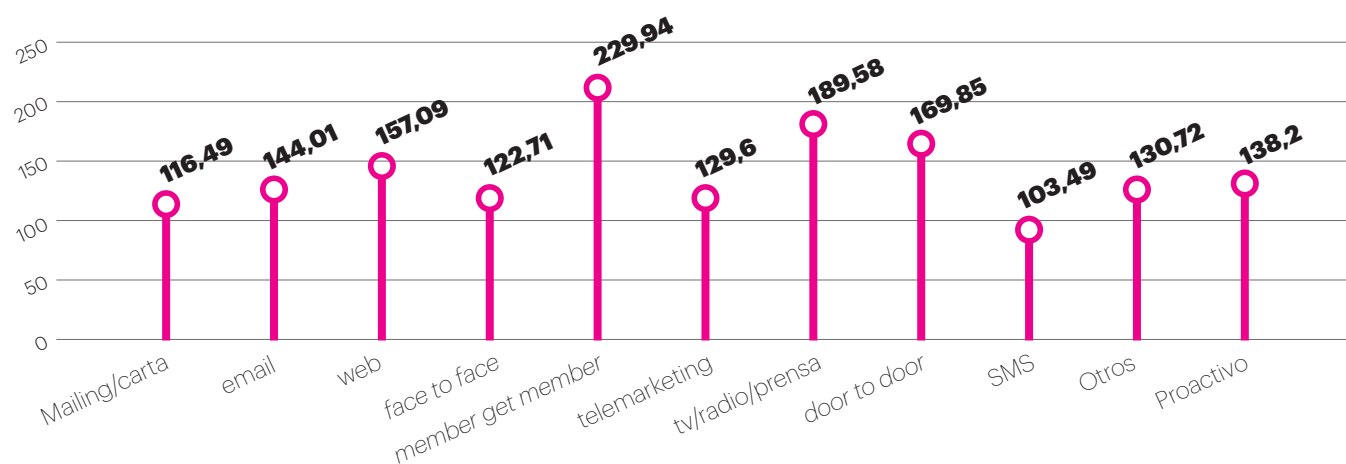
Si atendemos a la distribución geográfica no hay unas tendencias clara, sólo es destacable los más de 148€ que aportan los ciudadanos de provincias como Madrid y Guipúzcoa frente a los 99€ de Soria.



Si analizamos estos datos de aportación según la renta per cápita provincial de 2013, tenemos como resultado que andaluces y extremeños tienen un mejor ratio de aportación según su capacidad económica por encima de otras provincias con mayor renta.

En lo que se refiere al canal de origen de captación del socio si hay una relación directa y clara en la cuota que aporta. Desde el *member get member*, que es cuando te presenta un amigo/familiar socio que supera los 229€ anuales hasta los 109€ que llegan a través del SMS.

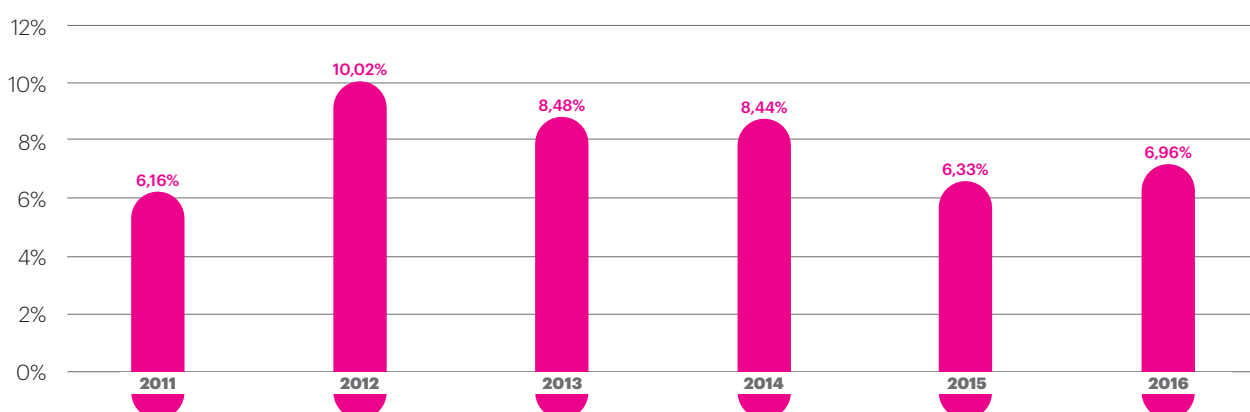
Entre los canales "principales", la cuota anual de los socios captados por telemarketing es 7€ superior a la de los captados por F2F (*face to face*).



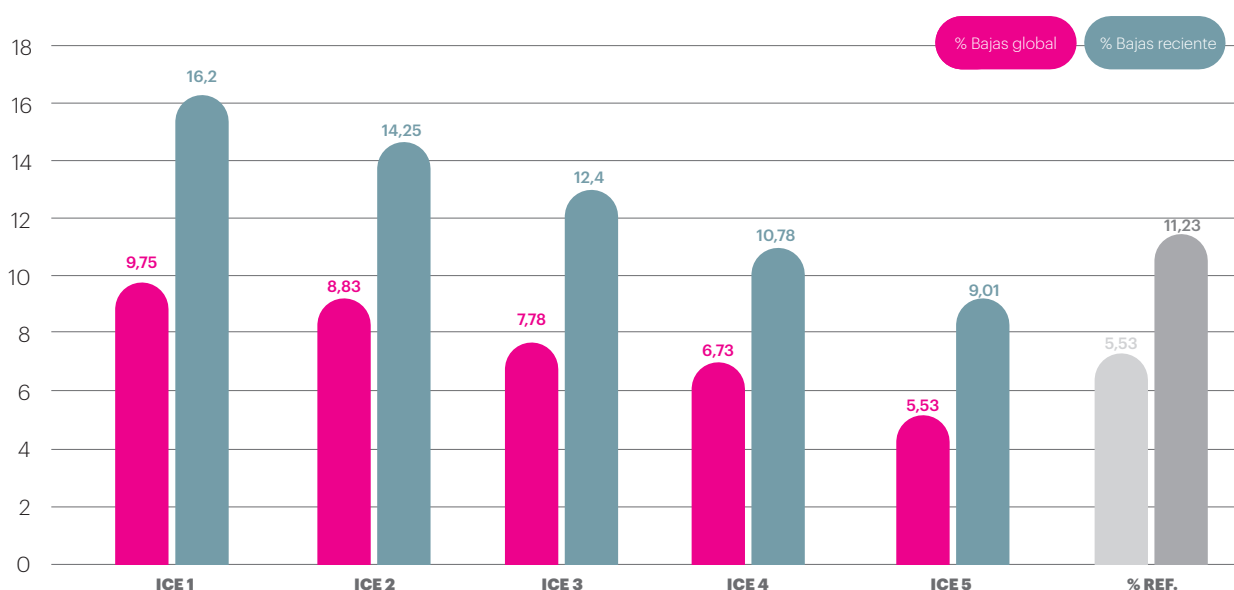
Tasa de baja de asociados

El trabajo de gestión de la fidelización de socios y donantes en las Entidades No Lucrativas para limitar el nivel de bajas es esencial. Se sitúa al mismo nivel de importancia que la incorporación de nuevos colaboradores.

Afortunadamente, la tasa de baja de socios continúa su tendencia global decreciente, aunque ha repuntado ligeramente, acercándose a tasas del año 2011.

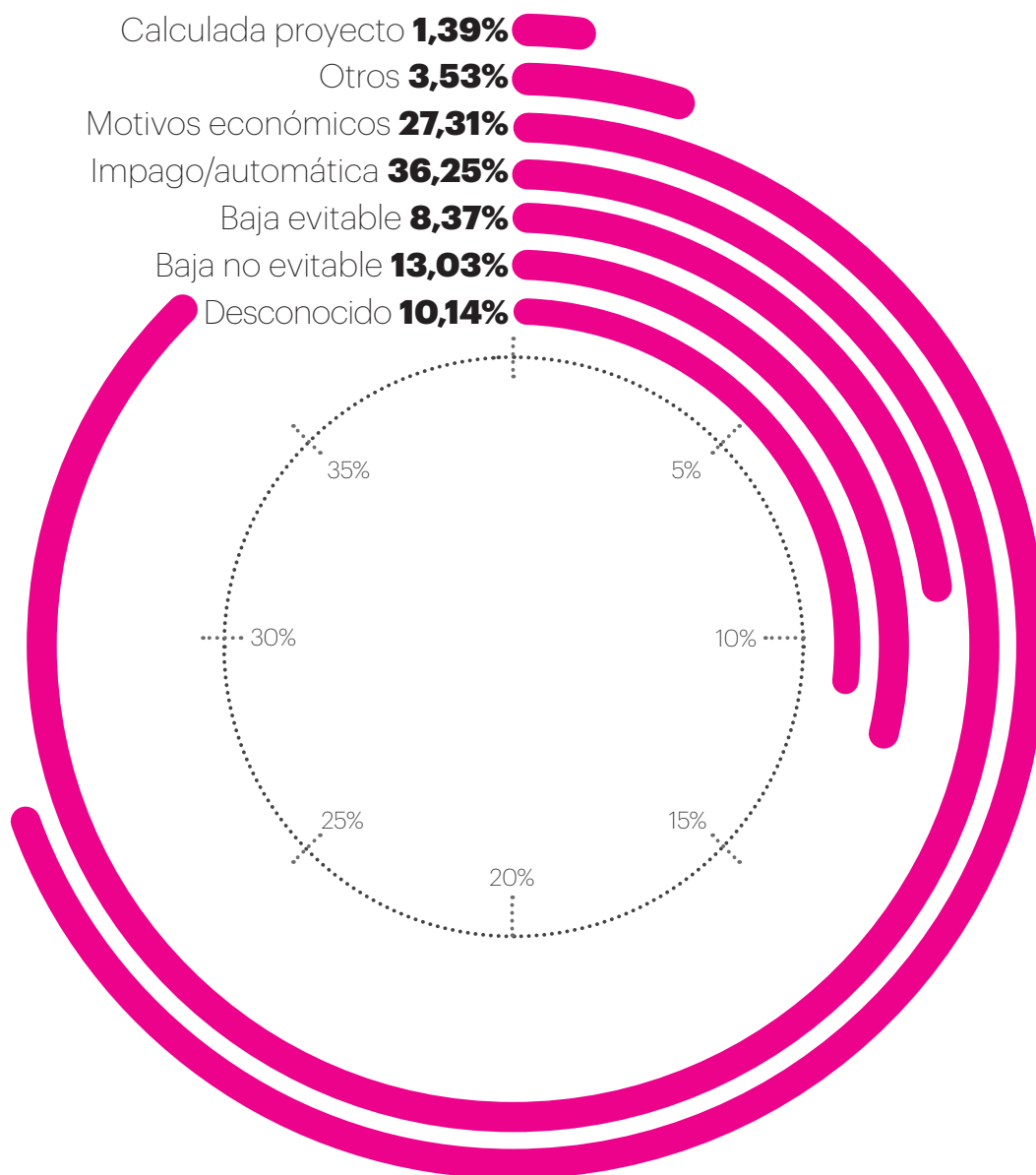


Cuando analizamos el nivel económico y el nivel de baja, comprobamos que existe una correlación evidente y lógica. A mayor nivel económico, menor posibilidad hay de que un socio se dé de baja de la organización con la que colabora.



El Índice de Capacidad Económica (ICE) asignado a cada registro de socio en base a su domicilio postal. Se distribuye en 5 categorías (ICE1: muy bajo, ICE5: muy alto)

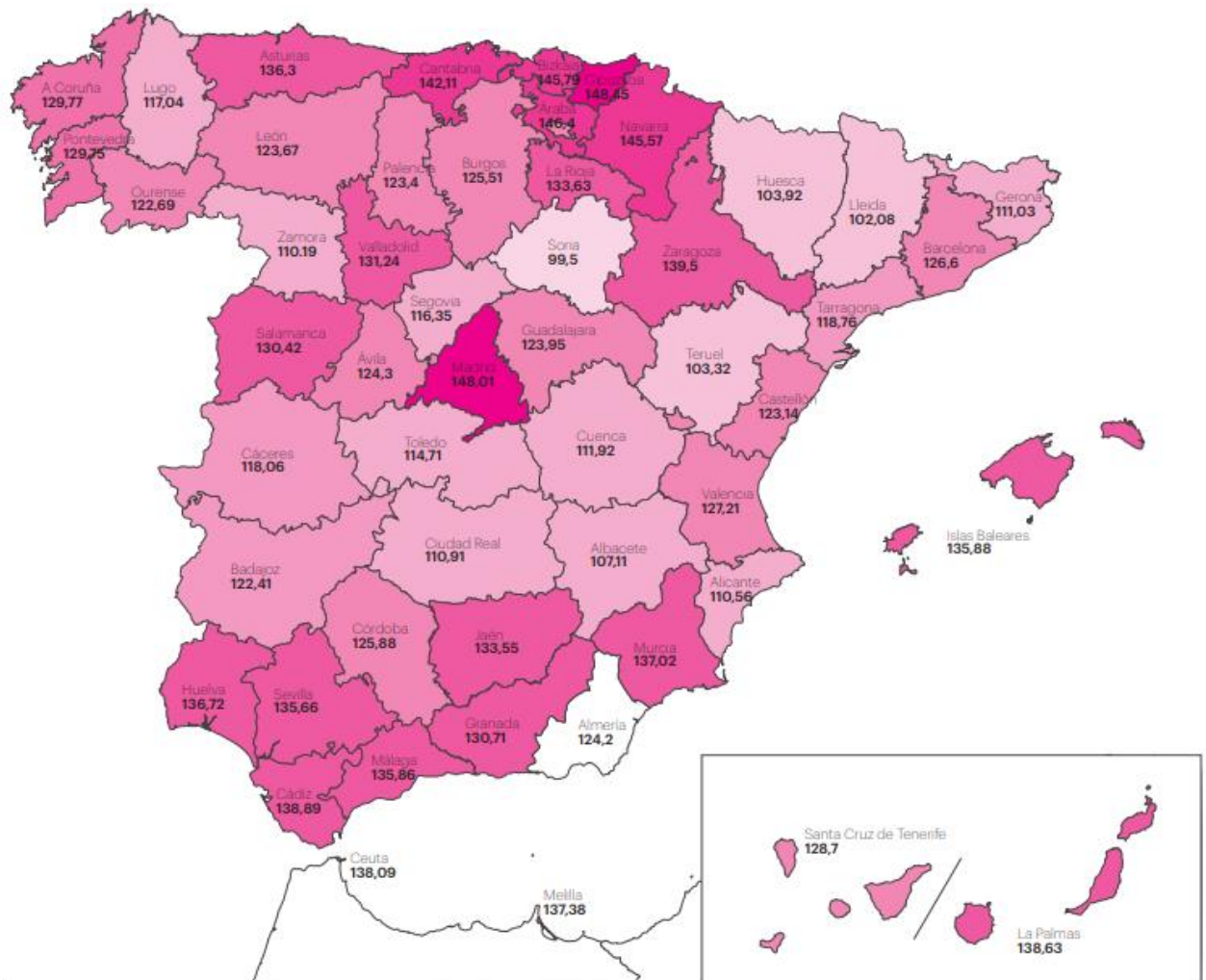
Las dos principales razones por las que un socio deja de colaborar con una ENL continúan siendo el impago sumado a las razones desconocidas con un 46% del total, seguido de los motivos económicos, con el 27%.





Asociación
Española de
Fundraising

6.5 Mapa geográfico español según la cuantía de donaciones



6.6 Formulario inscripción voluntarias

Ficha de la Voluntaria

Este cuestionario permitirá conoceros mejor y poder conocer vuestras inquietudes, preocupaciones y entusiasmo por el proyecto

***Obligatorio**

1. Dirección de correo electrónico *

2. Apellidos, Nombre *

3. Fecha y lugar de Nacimiento *

4. Dirección (Incluyendo código postal) *

5. Teléfono Fijo

6. Teléfono Móvil *

7. DNI *

8. nº Pasaporte *

9. Estudios Finalizados *

10. Ocupación Actual *

11. Nivel de Inglés (Indicar título si se dispone de él) *

12. ¿Tendrás disponibilidad para formar parte de las voluntarias en JULIO? *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ NO

13. ¿Pertenece o has pertenecido a otras ONGs? ¿A cuáles? ¿Cuánto tiempo? ¿Qué tipo de colaboración? *

14. ¿Cómo has conocido el proyecto Rainbow Family? ¿Y a la Fundación Mary Ward? *

15. ¿Qué te ha atraído del proyecto Rainbow Family? *

16. ¿Qué te motiva a colaborar en este proyecto? *

17. Observaciones o comentarios que te gustaría añadir

Política de Protección de Datos

El responsable del tratamiento de los datos personales facilitados en el presente documento y cualesquiera otras comunicaciones relacionadas que pudieran tener lugar es la Fundación Mary Ward (la "Fundación") quien los tratará con las siguientes finalidades: (i) gestionar correctamente tu condición de voluntario/a de la Fundación, y en su caso, los trámites relacionados con tu voluntariado, legitimada por la propia relación que dicha condición de voluntario implica, (ii) informarte, siempre que no te opongas, sobre el catálogo de productos y servicios de la Fundación, siendo la base legal, para este tratamiento el interés legítimo, así como (iii) enviarte el boletín informativo semestral de la Fundación, siempre que no te opongas, bajo la misma base legal de interés legítimo. Tus datos no serán cedidos a ningún tercero, salvo por obligación legal o por ser estrictamente necesario para la gestión del voluntariado, ni serán transferidos fuera del Espacio Económico Europeo, con excepción de los centros de recepción de voluntarios situados en el extranjero, y solamente tendrán acceso a tus datos nuestros proveedores de servicios tecnológicos, de hosting y de envío de comunicaciones, y en su caso, de gestión de pólizas de viaje. Tienes derecho a acceder, rectificar, suprimir tus datos y oponerte al tratamiento de los mismos, y en particular a la recepción de comunicaciones de la Fundación, así como otros derechos, enviando un correo electrónico a info@fundacionmaryward.org.

☐ Recibir una copia de mis respuestas

Con la tecnología de
 Google Forms

6.7 Guion entrevistas voluntarias y criterio de selección.

Foto
Voluntaria



PLANTILLA ENTREVISTAS RAINBOW FAMILY 2019

NOMBRE: _____ APELLIDOS: _____

REPASAR 4 CRITERIOS IMPORTANTES:

Conocimiento/Título de **Inglés**: _____

Disponibilidad Julio: SÍ NO **Asistencia Fin de Semana Formativo:** SÍ NO

Conoce que los **gastos** son totalmente financiadas por ellas mismas: SÍ NO

¿Te has apuntado a este voluntariado con alguien? _____

Aspectos a resaltar durante entrevista:

Análisis	1	2	3	4	5
Madurez					
Parece una persona madura en su toma de decisiones					
Ve este voluntariado como parte de aprendizaje y no por estar “de moda”					
No una idea pasajera, algo reflexionado					
Saber estar (como se debe vestir en cada momento, diferencias en culturas, ...)					
Motivación					
Le entusiasma el proyecto					
Le gustan los niños y parece saber interactuar con ellos					
India					
Personalidad					
Resolutiva					
Fácil de adaptarse					
Ganas de conocer y aprender una nueva cultura					
Integración					
¿Te hubiese gustado haber coincidido con ella el año pasado?					

Comentarios / Impresiones:

6.8 Buyer persona



Figura 22: Buyer persona 1



Figura 23: Buyer persona 2

6.9 Plan de Comunicación

1. Objetivo del Plan

Este plan de comunicación anual persigue un doble objetivo:

- **Captar socios y donantes que quieran contribuir económicamente a mejorar la calidad de las niñas que habitan en los Loreto Rainbow School**
- **Captar voluntarias que quieran colaborar con los Loreto Rainbow School durante el verano de 2020**

Otros objetivos son:

- Impulsar y dar a conocer el proyecto Rainbow Family.
- Dar a conocer la situación social, política y cultural de la India, país donde se desarrolla el proyecto.
- Sensibilizar a nuestro perfil usuario y a su entorno de las desigualdades existentes actualmente en la India y del entorno en el que viviría las niñas acogidas en las casas de la Fundación Mary Ward

Es precisa también la comunicación para la exploración de posibles colaboraciones con la Fundación Mary Ward y Asociación de antiguas alumnas de las irlandesas

Pero esto se hará de manera presencial a través de reuniones con los interlocutores que en cada caso sean más adecuados, por lo que no está recogida en este plan.

2. Perfil de usuario al que dirigir la comunicación online

Los principales destinatarios de la actividad de comunicación, tal y como se ha definido en el modelo de negocio y concretamente en el epígrafe del segmento de clientes haciendo referencia al buyer persona incluido también en el anexo, se podría segmentar en dos grandes grupos:

- Jóvenes mujeres de en torno a 27 años con estudios superiores, del entorno cercano al equipo de trabajo y con total independencia económica.
- Madres o mujeres de en torno 50 años, antiguas alumnas del IBVM, con estudios superiores y concienciadas de la situación que estas niñas viven en su entorno.

3. Calendario Orientativo

En este calendario se desglosa los eventos importantes ya programados de cara al curso académico 2019/2020. Como se puede apreciar es un calendario orientativo, que se acabará de definir tras la reunión del equipo de trabajo a finales de agosto.

Calendario Orientativo 2019/2020



Figura 24: Calendario Orientativo 2019 2020

4. Fases, acciones por canales

Era importante antes de comenzar a definir las fases y acciones del plan de comunicación poder visualizar un calendario orientativo de las actividades que se van a desarrollar durante el curso académico 2019/2020. Dado que gracias a este calendario se podrá definir con mayor claridad el plan de comunicación y enfatizar en fechas concretas una u otra campaña.

Por ello tras ello, el plan de comunicación para Rainbow Family se podrá desglosar en cuatro bloques: fase previa, eventos, socios y voluntarias.

La fase previa consistirá en desarrollar toda aquella actividad de vital importancia para poder llevar a cabo una comunicación seria, formal y continua con el “cliente” final, en Rainbow Family, serán voluntarias, socios y asistentes a eventos.

El bloque de eventos reflejará toda la comunicación necesaria para poder impulsar los dos eventos anuales organizados por Rainbow Family, incluyendo todas las fases implicadas: captación de asistentes y partners, información del evento, campañas de publicidad y marketing, reportaje fotográfico del evento y finalmente un agradecimiento a todos los asistentes.

Las voluntarias será muy necesario dar a conocer la mejor imagen posible del proyecto, dado que es muy importante transmitir esa seguridad y confianza necesaria para formar parte de esta experiencia. Además, debe ser una herramienta informativa a través de la cual conozcan el estado de sus inscripciones y los próximos pasos a seguir y fechas límites de inscripción.

Por último, el plan de comunicación para la captación de socios se realizará anualmente, enfatizándose en momentos en los que no haya planificado ningún otro evento o actividad.

Tras esta breve explicación se desglosa el plan de comunicación de Rainbow Family, dividido en los cuatro bloques comentados anteriormente:

Fase Previa

Canales	Acciones	Comentarios	Cronograma															
			j	j	a	s	o	n	d	e	f	m	a	m	j	j	a	
	Desarrollo de la página web		X	X														
	Desarrollo del interfaz socios		X	X														
	Selección y puesta en marcha de la herramienta de gestión de socios		X	X														

Voluntarias

Canales	Acciones	Comentarios	Cronograma														
			j	j	a	s	o	n	d	e	f	m	a	m	j	j	a
RRSS + Web	Lanzamiento de campaña de captación	Se patrocinará publicando un video de alguna voluntaria que haya acudido anteriormente			X												X
Web	Apertura de inscripción	La inscripción se realizará a través de un formulario en la web				X											
RRSS + Web	Seguimiento campaña inscripción voluntarias	Blog con nuevas entradas				X	X	X	X								
RRSS + Web	Cierre incripción								X								
Emails	Entrevistas	Se desarrollará de forma conjunta con la Fundación Mary Ward (FMW)								X	X						
Emails + Whatsapp	Formación	Se desarrollará de forma conjunta con la FMW										X	X				
RRSS	Voluntariado															X	
Web	Análisis de la experiencia	Se realizará a través de una encuesta el último día de las voluntarias en Calcuta														X	

Evento - Paella (marzo)

Canales	Acciones	Comentarios	Cronograma													
			j	j	a	s	o	n	d	e	f	m	a	m	j	j
	Definición del evento	Bases concurso, lugar, etc								X						
RRSS + Web	Lanzamiento de cartel (convocatoria)									X						
Página Web	Apertura de inscripción	Entrevista al ganador del año pasado								X						
RRSS + Web	Seguimiento campaña inscripción									X						
RRSS	Reportaje fotográfico	Se publicará en las RRSS las fotos del evento									X					
RRSS+Web + Emails	Agradecimiento	Se emitirá un comunicado agradeciendo la asistencia y el compromiso con el proyecto										X				
Email + Web (Blog)	Boletin semestral	Conocer beneficios y acciones realizadas con lo recaudado en el evento	X											X		

Evento - Nov

Canales	Acciones	Comentarios	Cronograma													
			j	j	a	s	o	n	d	e	f	m	a	m	j	j
	Definición del evento					X										
RRSS + Web	Lanzamiento de cartel (convocatoria)					X										
RRSS + Web	Seguimiento campaña inscripción					X										
RRSS	Reportaje fotográfico	Se publicará en las RRSS las fotos del evento					X									
RRSS+Web + Emails	Agradecimiento	Se emitirá un comunicado agradeciendo la asistencia y el compromiso con el proyecto						X								
Email + Web (Blog)	Boletin semestral	Conocer beneficios y acciones realizadas con lo recaudado en el evento							X							

Socios

Canales	Acciones	Comentarios	Cronograma															
			j	j	a	s	o	n	d	e	f	m	a	m	j	j	a	
RRSS + Web	Lanzamiento de campaña socios	La campaña inicial debe ser muy agrevisa				X												
RRSS + Web + Emails	Seguimiento Campaña	Se debe cuidar al socio en todo momento, desde su inscripción a través de un correo de bienvenida.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Email	Memoria Anual + Hacienda	Se emitirá anualmente una memoria donde se recoja todo lo realizado y al mismo correo se le adjuntará a cada socio su certificado para poder desgravarse fiscalmente.								X								
RRSS + Web	Énfasis campaña	Blogs, videos, etc.	X	X					X									

Tal y como se comentó al inicio del desglose del calendario orientativo, este plan de comunicación deberá aprobarse con mayoría por el equipo organizador y cada tarea se deberá quedar completamente definida esperando la ejecución de la misma.

5. El blog

El blog será la principal herramienta para sensibilizar y dar a conocer el proyecto. En él se irán publicando todo tipo de contenidos que después se distribuirá desde los distintos canales con los que Rainbow Family cuenta. Los formatos con los que se trabajará serán: post, imágenes, entrevistas, videos, artículos, etc.

Los **contenidos** se podrán categorizar siguiendo tres grandes bloques:

- **Institucional:**
 - Cómo nace el proyecto
 - Actualidad y avances del proyecto
 - Entrevistas a responsables tanto en España como en la India
 - Nuevas iniciativas.
- **Voluntariado:**
 - Testimonios de personas que hayan hecho voluntariado y que quieran compartir para inspirar a otros.
 - Metodología de inscripción al voluntariado y desglose de lo que se realizará allí.
 - Reflexiones en torno al voluntariado: claves, derechos y deberes, qué debes saber antes de viajar, etc.
- **Eventos**
 - Noticias sobre próximos eventos
 - Agradecimientos sobre eventos ya pasados y el desglose del fin del dinero recaudado
 - Información sobre el evento concreto
 - Testimonios, entrevistas y videos de eventos pasados.

Lo ideal es que el blog se construya con la **participación de muchos autores**, que permitan dar una imagen de familia que es lo que este proyecto pretende convertirse. En una gran familia apoyando las necesidades de las niñas más vulnerables de Calcuta, India.

6.10 Documentación informativa de cara al voluntariado



PREPARACIÓN CALCUTA 2019

Desglose de información más relevante

Junio 2019



ÍNDICE

1. Vacunas	3
2. Alojamiento	4
3. Visado	5
4. ¿Qué me llevo en la maleta?	6
5. Actividades que se van a realizar	8
5.1 Actividades Diarias	8
4.1 Actividades Semanales	8
4.2 Actividades Puntuales	9



Es necesario aclarar, si no ha quedado reflejado en las entrevistas, dossier o todo tipo de contacto que hayamos tenido, que este es un proyecto parte de la Fundación Mary Ward. Además de ello, se acudirá a colegios de la fundación y el voluntariado está guiado y seguido por dicha organización.

1. Vacunas

Para este viaje, es necesario una vacunación concreta. Seguidamente, se indica el procedimiento a seguir para poder estar lista para la experiencia de voluntariado.

Procedimiento

1. Solicitar cita cuanto antes en el ministerio de sanidad exterior. Las citas para estos organismos son emitidas para fechas muy lejanas.

Link para solicitar la cita:

<https://www.mscbs.gob.es/sanitarios/consejos/vacExt.do>

2. Acudir al centro el día escogido y con tu cartilla de vacunación.
3. Seguir el procedimiento que el médico te indique.

A modo orientativo, las vacunas que normalmente son necesarias a la hora de realizar un viaje a la India, y en concreto para Calcuta son:

- Tétanos-difteria/Tétanos-difteria-tos ferina
- Triple Vírica (Sarampión, rubeola, parotiditis)
- Fiebre tifoidea
- Poliomielitis
- Hepatitis A
- Hepatitis B
- Cólera

Esto es orientativo depende mucho de las epidemias actuales y de tu propia cartilla de vacunación.

Os incluimos un enlace del ministerio con las recomendaciones de viaje a la India:

<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/ServiciosAlCiudadano/SiViajasAlExtranjero/Paginas/DetalleRecomendacion.aspx?IdP=86>

2. Alojamiento

El alojamiento se realizará en **el hostel YWCA de Calcuta**. Este hostel pertenece a un movimiento global por el desarrollo de la mujer. En ellos, se hospedan jóvenes mujeres de todo el mundo.

En concreto en el de Calcuta, cuenta con cuartos individuales, dobles, triples e incluso de 5 personas. Las habitaciones más grandes incluyen un cuarto de baño propio, y este tipo será el que se intente reservar para las voluntarias. Además, otra ventaja, es que son más económicos.

El alojamiento **incluye el desayuno**, que variará en función del día. Pero normalmente, será té y unas tostadas. También **incluye WIFI** y unas zonas habilitadas para tender la ropa (Habrà que tener cuidado cuando lleguen las lluvias...).

La otra gran ventaja de este hostel, es que hay **vigilancia 24h**, además de cámaras de seguridad, por lo que garantiza la seguridad de todas las voluntarias y que se encuentra ubicado a 200m de la casa principal del Loreto.

Link al movimiento: <https://www.worldywca.org/about-us-2/>

Link del hostel: http://www.ywcacalcutta.org/contact_us.php



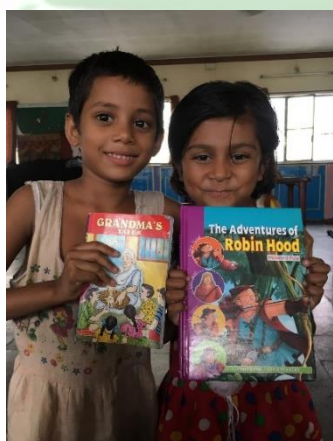
3. Visado

La visa que tenéis que sacaros es la **E-VISA**. El visado se realiza por internet. Para poder acceder, os adjuntamos el link concreto, donde encontraréis toda la información relevante y el procedimiento a seguir.

Es importante tener en cuenta varios aspectos a la hora de realizar el visado:

- Periodo previo y post. Es decir, que no os lo saquéis muy pronto, porque caduca durante tu estancia y podrás tener problemas. Es decir, contar los días y fijaros bien en las fechas.
- El motivo del viaje NO puede ser voluntariado o actividad social. Debéis indicar **TURISTA**, si no os pondrán muchos impedimentos y en la frontera os pueden no dejar entrar.
- Comprobar que una vez finalizado el pago, os descarguéis el visado correcto y no el estatus del mismo. Más adelante, indicaremos cómo realizarlo si tenéis dudas.

El link directo al visado es: <https://indianvisaonline.gov.in/evisa/tvoa.html>



4. ¿Qué me llevo en la maleta?

Según nuestra experiencia del año pasado, lo que llevamos en la maleta y las recomendaciones que os damos son:

- Los pantalones deben ser sueltos, tal y como se muestra en la foto a continuación ya que hace mucho calor. No es recomendable el uso de pantalón corto, por respeto a su cultura y para protegerte de posibles picaduras de insectos. Por lo que mientras más suelto y más fresquito sea mejor. (Si no tenéis muchos aquí, ¡allí podéis comprar monísimos!)
- Zapatos: Son esenciales las chanclas para la ducha y también os recomendamos crocs o bambas. Las primeras son más cómodas y además si se mojan se secan muy rápido. No tiene por qué ser de marca, las hay baratas en Carrefour y Hipercor o incluso pedir las por Amazon. Algunas de nosotras no estaban cómodas con las crocs y llevaron unos zapatos tipo sandalias que tenían el pie agarrado. También usamos zapatos tipo converse aunque no fue lo que más usamos.
- Camisetas: Os recomendamos camisetas de mangas cortas de propaganda, viejas... ya que por mucho que las lavéis no se acaba de quitar la suciedad del todo, se despintan lavándolas, etc.
- Una sudadera/jersey para el viaje en avión. No se utiliza en ningún otro momento por lo que no os llevéis más que la puesta.
- Riñonera/algo para el dinero: si tenéis una riñonera o algo pequeño para guardar el móvil, el pasaporte y el dinero que llevéis encima es muy útil. En el caso de que no tengáis allí os podéis comprar una sin problema.
- Neceser: además de llevar lo típico de un neceser que utilicéis en el día a día os recomendamos que llevéis gel suficiente ya que allí usan pastillas de jabón y en el Supermercado no encontrareis fácilmente. Nosotras nos llevamos todo nuestro champú, aunque allí hay sin problema.
- Árbol del té y lendrera: si ponéis un poco de árbol del té a vuestro champú es muy muy difícil que cojáis piojos. Nosotras llevamos lendrera y líquido para eliminar los piojos por si acaso, pero es muy difícil coger usando el árbol del té.
- Jabón para lavar la ropa: nosotras llevamos lagarto para lavar la ropa pero al final no lo usamos casi porque era más útil un detergente en polvo que compramos ahí, por lo que no es necesario.
- Sábanas y toallas.
- Tijeritas, cortaúñas, gomillas....



Medicinas

En relación a las medicinas, os recomendamos que os lleveis aquellas que uséis habitualmente o en relación a algo que os soláis poner malas. Por ejemplo, si a mí me suelen salir herpes o orzuelos, os recomendamos que os llevéis por si acaso. Aún así os dejamos algunas ideas por si estáis perdidas. No es necesario que todas llevéis de todo, por lo que, las cosas más genéricas las podéis llevar en común para todas. Hacemos dos categorías orientativas, y recordar que esto es según nuestra experiencia, así que si se os ocurren más cosas no dudeis en preguntarnos o añadirlas!!

En común:

- Alcohol/desinfectante de heridas
- Betadine
- Algodón, tiritas, gasas, esparadrapo, etc..
- Crema antibiótica
- Crema orzuelo/herpes
- Domperidona (por si alguna se pone mala con vómitos)
- Termómetro

Para cada una:

- Ibuprofeno/paracetamol
- 2x Spray antimosquitos (Reflex Fuerte): Tiene que ser especial para esta zona, no vale el típico autan. La mayoría de nosotras nos llevamos uno que se llama GOIBI que lo venden en las farmacias.
- Fortasec
- Suero en polvo (un par de sobres por si acaso, para evitar deshidratación)
- Almax y omeprazol
- Algo para el resfriado tipo frenadol, os lo recomendamos porque es algo que no se os ocurriría ya que es verano, pero nosotras lo echamos de menos y a ninguna se le ocurrió.
- Lo que os hayan mandado en sanidad exterior.
- Antibióticos para la infección de orina y para cosas generales como por ejemplo Augmentine o Amoxicilina. (Si no lo usais que es lo más probable, se queda allí que hace muchísima falta)

Todas estas recomendaciones no son esenciales ni necesarias, pero son buenas tenerlas.

Es frecuente, preguntarse si me compensa llevarme una cámara buena o algún dispositivo de mayo valor. Si queréis llevaroslo, no lo dudéis allí la seguridad es total y por la calle nunca os dará un tirón de la cámara.

5. Actividades que se van a realizar

En este documento se adjunta la información más relevante descrita en el dossier informativo. Si se necesita más información, por favor, acude a él.

5.1 Actividades Diarias

El día a día de una voluntaria en Calcuta, se basará en tareas administrativas por las mañanas y por las tardes realizar distintas actividades con las niñas. Normalmente, los horarios serán los siguientes, aunque puede que estos varíen dependiendo de cada colegio:

- 9:00 am: Entrada al colegio y estar con las niñas antes de que se vayan a sus respectivos colegios.
- 9:00-12:00 am: Tareas Administrativas. Digitalizar documentos, estandarizar bases de datos y procesos. Ayudar en la gestión del Rainbow. Al hacer estas tareas, permiten a las voluntarias conocer la historia de cada niña y de esta forma conectar mejor con ellas.
- 12:00-14:00 pm Comida. Dependiendo de cada colegio se come a una hora u otra, siempre en esta franja horaria.
- 14:00-17:30pm: Actividades con las niñas. Juegos, eventos, charlas, concursos, etc.
- 17:30pm: Vuelta al hostel y descanso.

Es necesario comentar dos aspectos importantes. El primero de ellos, es que estos horarios están basados en la experiencia que se ha vivido y dependen mucho de cada colegio y sus horarios. Hay en algunos que durante la mañana hay más niñas y es cuando se desarrollan las actividades con ellas y por las tardes las tareas administrativas y hay en otros que viceversa. Este horario es completamente orientativo.

Lo segundo, es que no parece un horario muy invasivo, es decir, que canse mucho. Sin embargo, y por experiencia también, tras una jornada de 8h a altas temperaturas, con mucha humedad y trabajando con niñas, se puede afirmar que resulta agotador. Por ello, no se alargan estos horarios, aunque si la voluntaria quiere es posible que se puedan ajustar a ambas necesidades.

Además diariamente, y totalmente opcional, tras el día de voluntariado, se realizarán dinámicas de grupo para que el grupo se conozca mejor, poder expresar esta experiencia al máximo y sobre todo comentar con el grupo el día y las experiencias tan impactantes del mismo.

5.2 Actividades Semanales

Durante la semana se realizarán varias actividades, normalmente dentro de este horario, que permita conocer mejor la función de este proyecto. Además de realizar excursiones formativas con las niñas.

Concretamente las actividades que se pretenden desarrollar son las siguientes:

- “Home Visiting”: Ir con las monjas del colegio a visitar los lugares donde solían vivir las niñas, para llevar a cabo un seguimiento de sus familias y conocer sus necesidades.

- Charlas formativas: Durante nuestra estancia se impartieron charlas sobre la sexualidad, higiene personal y valores en casa (orden, comportamiento...) a las niñas. De esta forma ayudamos a las monjas a tratar temas un poco “sensibles” para ellas y ayudarlas en la educación de las niñas.
- Excursiones con las niñas: Esta actividad dependerá del dinero recaudado. Se espera que se pueda realizar una salida a la semana en cada colegio, cubriendo todos los gastos que esto conlleve.

5.3 Actividades Puntuales

Por último, se desarrollarán actividades puntuales que dependerán de cada voluntaria y su circunstancia. Estas surgieron gracias a ideas que se desarrollaron durante la experiencia vivida y que tras llevarlas a cabo, permitieron conocer más a las niñas y al proyecto. Concretamente estas son:

- Dormir en el Rainbow con las niñas: Una de las últimas noches se tuvo la opción de dormir con ellas. Esto permite conocer el día a día, completo, de las niñas.
- Opción de participar en proyectos con “Mary Ward Social Center” de Calcuta: En las primeras reuniones se conocerán otras actividades que la fundación realiza en Calcuta, tal y como cursos formativos de belleza, costura, etc. Se le dará la opción a la voluntaria que lo desee en participar en los mismos. Sobre todo en el taller de costura participando en el diseño y la elaboración de objetos para venderlos en España.
- Visita a los Slums: Los slums es una de las zonas más pobres de Calcuta, una zona de chabolas. De ella, provienen muchas de las niñas Rainbow. Es impactante.
- Pasar un fin de semana con las niñas. Normalmente, durante el fin de semana se organizarán otro tipo de actividades como salidas a visitar proyectos o conocer la propia ciudad. Pero, es muy recomendable que las voluntarias pasen un fin de semana con las niñas, ya que durante el fin de semana, se realizan muchas actividades extracurriculares con las niñas como cortarles el pelo, bailes y eventos.



6.11 Encuesta para analizar la experiencia completa del voluntariado

Experiencia Rainbow Family

Desde el equipo de Rainbow Family, solo podemos agradecer de todo corazón el haber confiado en nosotras para realizar esta experiencia de voluntariado. Ahora solo nos queda hacer esta pequeña evaluación para ir año a año mejorando en el servicio que os ofrecemos y por supuesto ¡¡animaros a que sigáis participando activamente en Rainbow Family!!

***Obligatorio**

1. Valoración global de la experiencia *

1= Muy mala 5= Excelente

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy alto

2. Justifica tu valoración *

3. Inscripción y Entrevistas *

1= Muy mala 5= Excelente

Selecciona todos los que correspondan.

	1	2	3	4	5
¿Te pareció fácil inscribirte?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Te pareció el trato inicial un trato formal y serio acorde con la experiencia que ibas a vivir?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Te parece correcto el uso del correo electrónico como medio de comunicación?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Tuviste síntomas de caos organizativo?	☐	☐	☐	☐	☐
Valora a tus entrevistadoras	☐	☐	☐	☐	☐
¿Te sentiste incómoda durante la entrevista?	☐	☐	☐	☐	☐
¿Te resolvieron dudas acerca de la experiencia?	☐	☐	☐	☐	☐

4. Cualquier sugerencia sobre la primera fase (Inscripción y entrevista) que nos ayude a mejorar y transmitir confianza a futuras voluntarias

5. Valora la formación: ¿Te aportaron las siguientes charlas? *

1= Nada recomendable 5= ¡Me ayudó muchísimo!

Selecciona todos los que correspondan.

	1	2	3	4	5
Encuentro del grupo: Ana Guzmán	☐	☐	☐	☐	☐
Fundación Mary Ward	☐	☐	☐	☐	☐
Vivencias en la India: Tere Picamill y Fernanda Japón	☐	☐	☐	☐	☐
India un país por descubrir: Cris Rufino	☐	☐	☐	☐	☐
Explicación de Rainbow Family: Julia Pont y Maca Roldán	☐	☐	☐	☐	☐
Aspectos Prácticos del viaje	☐	☐	☐	☐	☐
Preparando actividades	☐	☐	☐	☐	☐

6. ¿Qué mejorarías de la formación? (fechas, otro tipo de actividad, etc) *

7. ¿Qué te ha parecido el voluntariado? *

1= Muy mala 5= Excelente

Selecciona todos los que correspondan.

	1	2	3	4	5	N/D
Alojamiento	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bienvenida de las monjas: ¿arropada?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Loreto Rainbow Home - Valora tu cole	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Actividades realizadas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Visitas a otros centros	☐	☐	☐	☐	☐	☐
El grupo de voluntarias	☐	☐	☐	☐	☐	☐
¿Te has sentido insegura?	☐	☐	☐	☐	☐	☐
¿Te aportó crear el grupo de whastapp tan pronto?	☐	☐	☐	☐	☐	☐

8. Otros comentarios sobre el voluntariado que te haya inquietado, molestado o simplemente quieras mejorar *

9. Ideas, sugerencias o cualquier comentario global que nos ayude a mejorar de cara al año que viene de toda tu experiencia

Con la tecnología de
 Google Forms