



El Pueblo, Inc.

PLAN ESTRATÉGICO 2017-2019



www.elpueblo.org



CONTENIDO

1. Carta de presentación del plan	Pg. 3
2. Visión, misión, valores	Pg. 4
3. Nuestro proceso	Pg. 5
4. Plan Estratégico 2017-2019	Pg. 7
A. Cambiar políticas	Pg. 7
B. Desarrollar líderes para tomar acción	Pg. 8
C. Celebración cultural	Pg. 8
D. Capacidad interna	Pg. 9



1. CARTA DE PRESENTACIÓN DEL PLAN

26 de octubre del 2016

Queridos, queridas y queridxs* miembros de la Junta Directiva, miembros del equipo de El Pueblo, aliadxs, financiadores de proyectos, miembros de la comunidad:

Es un privilegio para nosotros presentar el Plan Estratégico de El Pueblo para los años 2017-2019. El plan representa la perspectiva del equipo de la organización, miembros de la comunidad, junta directiva y aliadxs estratégicxs. Representantes de cada uno de estos sectores participaron en el extenso proceso de planificación que duró ocho meses. El plan incorpora muchas de las aspiraciones de lxs participantes con respecto al futuro deseado de la organización y del impacto que se espera alcanzar.

Este plan estratégico provee un mapa para guiar nuestra organización durante los próximos tres años. Sin embargo, sabemos que nuestro trabajo muchas veces no toma una ruta directa y a veces surgen obstáculos inesperados. Por eso, el plan ofrece la flexibilidad necesaria para asegurar que pueda ser adaptado dependiendo de los desafíos y oportunidades dentro de un contexto ciertamente cambiante y frecuentemente hostil a nuestra comunidad.

Este plan es el resultado de una reflexión común acerca de las metas organizacionales. El plan contribuirá al éxito continuo de nuestra organización en nuestro futuro inmediato. Personalmente apoyamos y recomendamos este plan estratégico. Aplaudimos los esfuerzos de todxs lxs participantes en el proceso, quienes invirtieron un tiempo limitado y precioso.

Sinceramente,

Equipo de planificación estratégica:

Alejandra Méndez
Angeline Echeverría
Carmen Rodríguez
Griselda Alonso
Jorge Ramos
José Olvera

Juan Chávez
Juan Pichardo
Martha Matehuala
Michelle Bermeo Betancourt
Nicole Aldana Palacios
Rubén Suárez

** El Pueblo está incorporando el término latinx y la letra "x" en nuestras comunicaciones para incluir a personas quienes no se identifican con un género femenino o masculino. Latinx es cualquier persona de origen latino la cual no se tiene qué identificar como hombre o mujer. También es para aquellas personas que a través de sus vidas han cambiado de género. Añadiéndole la "x" no especifica el género de la persona.*



2. VISION, MISIÓN y VALORES¹

Visión

Aspiramos una comunidad justa e igualitaria, donde todos seamos respetados, valorados e integrados.

Misión

Nuestra misión es que los latinos logremos un cambio social positivo a través de la concientización, capacitación y acción comunitaria.

Valores

Abogacía, representando las voces de los latinos de Carolina del Norte con el propósito de llevar a cabo una promoción colectiva de la justicia social y el poder político a través de la participación cívica, el desarrollo del liderazgo, la organización comunitaria y asociaciones con aliados y responsables políticos.

El desarrollo de liderazgo que es incluyente, intergeneracional y participativo; El Pueblo valora las actividades que crean espacios para la educación y el fortalecimiento mutuo mediante la construcción de las experiencias de los educadores y los alumnos que proporcionan oportunidades de liderazgo para jóvenes y adultos.

Celebración e intercambio cultural que promueve apreciación y orgullo.

Comunidad, por medio del reconocimiento y el apoyo a los derechos, las fortalezas y experiencias de la comunidad latina, se busca el reconocimiento, conexión y autoridad para garantizar que la voz de nuestra comunidad sea respetada y representada en todos los niveles.

La colaboración con miembros de la comunidad, organizaciones, aliados y dirigentes del gobierno de Carolina del Norte, y la colaboración dentro de El Pueblo, alcanzan y unifican los recursos con diversos socios.

La justicia social debe respetar la dignidad inherente, y los derechos de todos; la justicia social debe abordar las causas profundas de los problemas sociales, tales como: la necesidad y el acceso a la seguridad personal y pública, la justicia social que da a la comunidad acceso a la educación en todos los niveles, a los servicios de salud de calidad, a las oportunidades económicas y de empleo con beneficios.

La transparencia con la comunidad, socios y proveedores de fondos en todos los sentidos a través de una comunicación clara y la responsabilidad fiscal y programática.

¹ No actualizamos la misión, visión y valores durante este proceso. Hacer esto es parte de la meta #15 del plan.



3. NUESTRO PROCESO

Para crear este plan, pasamos por un proceso participativo de reflexión. Empezamos por un retiro en el que participamos miembros del comité de planificación estratégica, del personal, de la junta directiva y del consejo juvenil. Durante este retiro, surgieron algunas preguntas claves:

1. ¿Qué tipo de impacto podría lograr El Pueblo como organización?
2. ¿Cuáles son las comunidades que más queremos involucrar en nuestro trabajo?
3. ¿Cuáles son los cambios o impactos que nuestra gente más quiere que generemos?

Para contestar las preguntas, creamos una herramienta bilingüe (disponible en elpueblomenu.org) para pedir sugerencias y opiniones de nuestra comunidad. La herramienta es una encuesta diseñada como un “menú” que lxs participantes usaron para comprar una “cena” para toda la comunidad. La cena fue compuesta de diferentes estrategias que El Pueblo ha implementado en el pasado para lograr cambios positivos y la gente tenía que expresar su opinión sobre cuál era la prioridad más alta (el plato principal), la segunda (el postre) y la tercera (la bebida).

The screenshot shows the 'Menu Del Pueblo' interface. At the top, it says 'Menu Del Pueblo' and 'Click for English'. Below that, a green bar indicates 'DISPONIBLE: \$100 GASTADO: \$0'. The main content is divided into three columns: 'Plato Principal \$0 | El más importante', 'Postre: \$0 | Segundo más importante', and 'Bebida: \$0 | Tercer más importante'. Each column has a list of options with descriptions and prices for different geographic areas (Raleigh, Wake County, Wake and surroundings, North Carolina, and United States). The 'Plato Principal' column has 'Cambiar Políticas' selected. The 'Postre' column has 'Crecimiento Personal Y Acción' selected. The 'Bebida' column has 'Diversidad Cultural' selected. There are also links for 'Mas información' and a 'Click for English' button.

Decidimos limitarnos a estrategias ya implementadas por la organización, porque no nos parecía que era el momento de cambiar a algo completamente nuevo, sino que de fijar prioridades más claras dentro de las estrategias en las que ya tenemos experiencia. Por ejemplo, consideramos la posibilidad de incluir “servicios directos” en el menú, ya que es una estrategia valiosa e importante que muchxs de nuestrxs aliadxs implementan para lograr cambios positivos para nuestra comunidad. Decidimos no hacerlo porque no es el área donde creemos que El Pueblo puede tener mayor impacto como parte del movimiento.

Además de preguntar sobre las estrategias preferidas, la encuesta tenía como requisito que todxs lxs participantes escogieran el alcance geográfico para cada estrategia. El Pueblo ha pasado por muchos cambios durante su trayectoria de más de 20 años—momentos en los cuales su enfoque ha sido completamente a nivel estatal y momentos en los cuales su enfoque ha sido



más limitado al área del Condado de Wake. Queríamos saber cómo nuestroxs líderes y aliadxs ven el rol de El Pueblo en el movimiento. ¿Deberíamos enfocarnos en la legislatura para aprovechar nuestra ubicación en Raleigh? ¿Deberíamos replicar nuestros programas de liderazgo en otras áreas del estado? Para contestar estas preguntas, cada persona, al ordenar su “cena”, tenía que escoger también el alcance geográfico. Cada estrategia tenía un precio para reflejar la inversión de recurso de la organización para implementarla y el alcance geográfico de Raleigh fue el más económico y el alcance geográfico al nivel federal fue el más caro. Al poner un límite de \$100 para la cena, lxs participantes se encontraron obligadxs a tomar decisiones difíciles sobre el enfoque de nuestro trabajo a largo plazo.

Menu Del Pueblo Click for English

DISPONIBLE: \$0 GASTADO: \$100

Preguntas Más información

Plato Principal: \$65 | El más importante

Postre: \$30 | Segundo más importante

Bebida: \$5 | Tercer más importante

Opciones

Cambiar Políticas

Alcance Geográfico

Norte Carolina: \$65

A nivel estatal

Opciones

Crecimiento Personal Y Acción

Alcance Geográfico

Condado de Wake: \$30

A nivel del Condado de Wake

Opciones

Diversidad Cultural

Alcance Geográfico

Raleigh: \$5

El precio básico implica un alcance geográfico del área de Raleigh. Si quieres un alcance geográfico más allá de Raleigh, tendrás que pagar un costo adicional.

Enviar

Una organización aliada, Code the Dream², nos ayudó a crear la encuesta electrónica e internamente, creamos una física para implementarla con nuestra base local. En total, 225 personas llenaron la encuesta. Lxs participantes incluyeron personas que habían asistido a eventos organizados por El Pueblo; miembros de nuestros programas de liderazgo; miembros actuales y pasados del personal, de la junta directiva y del consejo juvenil; otrxs voluntarixs y donantes; y representantes de instituciones aliadas. El consenso que surgió de las respuestas fue que El Pueblo debe poner un mayor énfasis en presionar para cambios de políticas a nivel estatal; seguir con sus programas de liderazgo que capacitan a miembros de la comunidad para tomar acción a nivel local en el condado de Wake; y seguir incorporando la celebración cultural a nivel local en el condado de Wake.

Aparte de la encuesta, entrevistamos a 17 líderes que habían estado involucradxs con El Pueblo y habían dejado de participar con la organización y a 16 representantes de organizaciones aliadas para tener conversaciones más profundas. Entre las organizaciones aliadas estaban nuestros colaboradores más cercanos dentro del estado y algunas organizaciones de otros estados que han logrado cambiar políticas a nivel estatal. Hicimos nuestro mejor intento para incorporar toda las sugerencias y opiniones que recibimos para el plan y estamos muy agradecidxs con todas las personas que dedicaron su tiempo para apoyarnos en este proceso.

¡Muchas gracias!

² <http://www.codethedream.org/>



4. PLAN ESTRATÉGICO 2017-2019

A continuación se encuentran las metas generales del plan y ejemplos de las actividades claves que se implementarán para lograrlas.

A. CAMBIAR POLÍTICAS (A NIVEL ESTATAL)

METAS	EJEMPLOS DE ACTIVIDADES CLAVES
1.) Liderar campañas legislativas sobre temas de prioridad. (Ejemplos incluyen: lograr equidad en la matrícula estatal, conseguir licencias de manejo para la comunidad indocumentada, lograr mejor acceso a servicios de salud reproductiva)	<ul style="list-style-type: none">– Utilizar análisis legislativo para desarrollar estrategia concreta de cada campaña– Incorporar aspecto cultural en todas las campañas– Asegurar que nuestrxs líderes de base sean lxs que están tomando decisiones en las campañas
2.) Desarrollar base de votantes latinxs en distritos legislativos de mucha importancia.	<ul style="list-style-type: none">– Analizar el nivel de poder de lxs legisladores actuales– Identificar aliadxs en los distritos claves– Contactar directamente a votantes en esos distritos
3.) Desarrollar relaciones con legisladores claves y con la administración gubernamental.	<ul style="list-style-type: none">– Analizar el nivel de poder de lxs legisladores actuales– Hacer un análisis más profundo sobre lxs legisladores claves– Identificar aliadxs en los distritos claves
4.) Desarrollar infraestructura estatal de comunicaciones por internet y mensaje de texto para la comunidad latina.	<ul style="list-style-type: none">– Identificar y conseguir recursos para la tecnología– Aumentar base de personas conectadas a El Pueblo via comunicaciones digitales y mensajes de texto– Aumentar base de apoyadorxs que toman acción a través de comunicaciones digitales, por ejemplo a través de peticiones electrónicas
5.) Expandir nuestra presencia en medios estratégicos .	<ul style="list-style-type: none">– Identificar cuáles medios son más seguidos por lxs oficiales electxs– Establecer relaciones con esos medios– Expandir presencia en esos medios
6.) Hacer más efectiva nuestra participación en coaliciones .	<ul style="list-style-type: none">– Identificar cuáles son las coaliciones claves para cumplir con el cambio de políticas de prioridad– Dejar de participar en coaliciones que no avanzan nuestras metas– Clarificar nuestra participación en coaliciones



B. DESARROLLAR LÍDERES PARA TOMAR ACCIÓN (WAKE COUNTY)

METAS	EJEMPLOS DE ACTIVIDADES CLAVES
7.) Modificar cada programa de liderazgo para ampliar el enfoque en preparación para cambiar políticas a nivel estatal.	<ul style="list-style-type: none">– Crear criterios para los programas sobre temas y habilidades claves sobre cambio de políticas, expresión cultural, otras prioridades– Aplicar criterios a programas existentes y crear plan de modificación, ampliación o cancelación de cada programa
8.) Desarrollar procesos participativos para que lxs líderes de nuestros programas tomen decisiones sobre nuestras campañas.	<ul style="list-style-type: none">– Diseñar actividades compartidas entre los diferentes grupos de líderes de forma individual– Diseñar eventos para identificar y llegar a un consenso sobre prioridades y asegurar que haya entendimiento compartido sobre estas a través de la organización

C. CELEBRACIÓN Y EXPRESIÓN CULTURAL (WAKE COUNTY)

METAS	EJEMPLOS DE ACTIVIDADES CLAVES
9.) Incorporar la celebración cultural en las campañas y programas de El Pueblo (ver metas #1 y 7).	<ul style="list-style-type: none">– Crear criterios para los programas sobre temas y habilidades claves sobre cambiar políticas, expresión cultural, otras prioridades– Incorporar aspecto cultural en todas las campañas
10.) Asegurar que La Fiesta del Pueblo sea de calidad todos los años, aumentando su énfasis en nuestras campañas y nuestros valores.	<ul style="list-style-type: none">– Buscar fuentes nuevas de bandas que estén más alineadas con nuestra misión– Aprovechar el evento para construir relaciones con oficiales claves– Desarrollar sistemas para asegurar que el dinero que se invierte en Fiesta esté más alineado con nuestros valores



D. CAPACIDAD INTERNA

METAS	EJEMPLOS DE ACTIVIDADES CLAVES
11.) Desarrollar capacidad de personal existente relevantes a cambiar políticas.	– Analizar capacidades existentes – Coordinar capacitaciones relevantes para cubrir brechas identificadas
12.) Modificar la configuración del personal para poner más énfasis en cambiar políticas.	– Incorporar análisis de necesidades del personal en la modificación de los programas – Evaluar y ajustar estructura actual y modificar para ser consistente con el nuevo plan estratégico – Seguir y ampliar prácticas de apreciación y retención del personal existente para ayudar con la adaptación a los cambios – Presupuestar para nuevas posiciones según sea posible
13.) Tener un hogar efectivo y alineado con nuestra misión.	– Asegurar el funcionamiento efectivo en el local actual – Crear criterios para el local ideal – Buscar opciones para el nuevo local – Comparar con el local actual – Coordinar mudanza, si es necesario
14.) Asegurar que El Pueblo tenga los recursos necesarios para implementar plan estratégico.	– Aumentar cantidad de donantes mensuales – Crear programa para donantes de cantidades mayores – Establecer comité efectivo para apoyar recaudación de fondos – Profundizar relaciones con donantes
15.) Modificar comunicaciones para reflejar visión y misión actuales.	– Crear estructura para trabajar – Modificar declaraciones de la misión, visión, valores, etc. – Crear nuevos materiales de comunicación para reflejar el trabajo actual