



# OGI: One Great Idea

Ideas que importan de YMCA World Urban Network (WUN)

Cada YMCA las tiene: ideas que importan. Formas prácticas e innovadoras en las que las YMCA están marcando la diferencia en la vida de un joven, una comunidad, un país. **One Great Idea** (Una gran idea) es una nueva iniciativa de YMCA World Urban Network (WUN) diseñada para revelar grandes ideas a los miembros de la WUN, quienes a su vez están invitados a compartirlas ampliamente dentro de sus redes. Nuestro objetivo es simple: destacar las soluciones que funcionan.

*Este mes, comenzamos en la cima y damos la bienvenida como nuestra anfitriona inaugural de OGI, la presidenta de la WUN, Sra. Carolyn Morris*



*¿Cuál es su función/puesto actual?*

CEO de Y Victoria, Australia - Estoy en el cargo desde 2018

*¿Cuál era su función antes de YMCA?*

Fui líder en banca comercial, cuidado de niños y de personas mayores durante los últimos 20 años. Antes, comencé como asistente personal en atención a personas mayores y luego trabajé en finanzas, realizando auditorías, fusiones y adquisiciones.

*¿Y su educación postsecundaria?*

Licenciatura en comercio, contabilidad pública y maestría en administración de empresas

*¿A cuántas personas presta servicios su Y?*

6,000 miembros del personal y voluntarios que atienden a 17 millones anualmente, en más de 150 ubicaciones

*¿Cuál es su idea de un día perfecto?*

Leer el periódico, hacer ejercicio, pasar tiempo con mi familia y amigos, comer bien y enfocarme en las personas y la estrategia en el trabajo

*¿Tiene un modelo a seguir?*

Mi madre. Ahora está jubilada, pero era emprendedora y cuidó a muchas personas mayores.

## ONE GREAT IDEA – Octubre de 2023

**YMCA de Victoria, Australia**

### 1. *¿Cuál es su idea?*

Y Victoria ha desarrollado un **marco para medir e informar sobre nuestro impacto social a nivel de toda la organización.**

### 2. *¿Qué oportunidad o problema aborda su idea?*

Al igual que muchos otros, Y Victoria se limitó a medir solo nuestros resultados. Si bien algunos de nuestros programas medían el progreso frente a los resultados esperados, esto no se hacía de manera consistente y no teníamos una forma de medir nuestro impacto colectivo.

### 3. *¿Por qué esta idea fue importante para su Y?*

Queríamos una manera de demostrar el cambio que estamos teniendo en nuestros clientes en todo lo que hacemos. También queríamos una forma de tomar decisiones sobre nuestros programas y financiamiento en función de la evidencia.

### 4. *¿Cómo comenzó?*

Comenzamos por involucrar a evaluadores de impacto social experimentados (de una consultoría externa) para ayudarnos a desarrollar el marco con medidas e indicadores comunes. Fue un proceso consultivo, en el que participaron representantes de las Líneas de Servicio de Y Victoria, socios gubernamentales locales y estatales, así como nuestros ejecutivos y miembros de la Junta. También requirió un equipo interno dedicado con habilidades y conocimientos de monitoreo y evaluación para supervisar e implementar el trabajo. Hemos llevado a cabo una implementación por fases de este proyecto para mantenerlo factible y realizar "pilotos" antes de ampliar el alcance y la amplitud de nuestra medición de impacto social. Acabamos de completar nuestro segundo año de informes de impacto social y cada año continuamos aumentando el número de líneas de servicios frente a las cuales informamos.

### 5. *¿De dónde proviene el financiamiento?*

Este trabajo de medición de impacto social requiere recursos, tanto de financiamiento como de tiempo del personal interno. La financiación proviene de la inversión interna de Y Victoria.

### 6. *¿Cómo obtuvo la aceptación de la idea?*

Al involucrar a las personas a lo largo del camino y demostrar el valor de contar con pruebas y datos sólidos en comparación con nuestros resultados esperados. También ayuda el proporcionar capacitación al personal clave en monitoreo, evaluación y aprendizaje para que comprendan por qué este trabajo es importante. Adaptamos nuestro enfoque de comunicación para involucrar a las diferentes líneas de servicio, comunicar los hallazgos y planificar qué cambios se necesitan. Este marco es atractivo porque hace que los datos de impacto social sean accesibles y significativos para nuestro personal para que puedan interactuar con ellos y tomar decisiones informadas y basadas en datos.

*¿Cuál es el rasgo que más le disgusta en los demás?*

Las personas que dicen que son una cosa y luego sus acciones son lo opuesto (prefiero la honestidad).

*¿Quién sería su compañero soñado durante el almuerzo?*

Mi Nana. Extraño las charlas que teníamos.

*¿Cuál es su mejor cualidad?*

Siempre trato a las personas con respeto. Soy un poco ingenua e, inevitablemente, las personas me lastiman cuando no recibo lo mismo que doy, pero he decidido nunca cambiar y siempre perdonar.

*¿Su bien máspreciado?*

Un broche que recibí de mi tía Silvie. Era mi madrina y una de las personas más alegres y amorosas.

*¿Cuál es su mayor éxito?*

Ser madre de 2 niñas maravillosas. Aprender a navegar. Ayudar a las personas dónde y cuándo sea posible. Alcanzar las metas que me impongo cada año. Y salvar a Y Victoria del sinfín de amenazas que desafían su existencia desde la COVID.

*¿Qué lee actualmente?*

*The Essentialism*, de Greg McKeown

*¿Qué le sorprendería a alguien saber sobre usted?*

Bailé arriba de la mesa en mi boda con una banda que hace covers de Rolling Stones. Fue muy divertido.

*¿Cómo describiría el impacto de la WUN en su carrera?*

Ser parte de un grupo tan inspirador me cambió la vida.

*¿Cuál es su lema personal?*

Sigue dando lo mejor de ti.

## **7. ¿Cómo funciona la idea?**

El marco está diseñado de manera deliberada para que sea “sencillo” y se centra en 5 resultados clave de impacto social (cada uno tiene de 1 a 3 indicadores):

1. Bienestar físico
2. Bienestar mental
3. Relaciones y pertenencia
4. Habilidades de preparación para el futuro
5. Opiniones y empoderamiento de los jóvenes

Tenemos puntos de referencia nacionales y estatales para permitir la comparación con nuestros datos. Creamos encuestas que se envían a los clientes donde se les pregunta cómo están haciendo un seguimiento de cada uno de los resultados y hasta qué punto ha contribuido la Y. Luego fortalecemos estos datos a nivel de toda la organización con evaluaciones más detalladas e investigaciones a nivel de programa.

Estos datos también nos permiten medir cómo están avanzando nuestras diferentes líneas de servicio y centros con respecto a nuestros 5 resultados clave de impacto social. A lo largo de 2022 y 2023, hemos recibido más de 5,600 respuestas a nuestra encuesta de impacto social. Para ayudar con la facilidad de uso de estos datos, también hemos desarrollado un panel de control de PowerBI que permite a las partes interesadas internas clave familiarizarse más con los datos y analizarlos de maneras que sean significativas para ellos. Comunicamos los hallazgos a las diferentes audiencias internas y externas a través de informes personalizados, presentaciones, tarjetas de impacto social y talleres. Para asegurarnos de que utilizamos los hallazgos, el Equipo de impacto social también realiza “talleres de aprendizaje y reflexión” con el personal interno para analizar los hallazgos y crear acciones claras de lo que vamos a hacer de manera diferente.

## **8. ¿Cómo mide usted la eficacia o cómo planea hacerlo?**

Medimos nuestra eficacia preguntando a las partes interesadas clave: ¿Qué tan útil es esta información? ¿Cómo podemos mejorar? Un gran enfoque de nuestro objetivo de medición del impacto social es “no evadir los aspectos en los que las cosas no van bien”. Queremos saber en qué estamos teniendo éxito, pero también queremos comprender en qué no estamos teniendo éxito y qué podemos hacer para mejorar.

## **9. ¿Qué ha aprendido del proceso hasta ahora?**

Hay que comenzar despacio. La mayoría de las organizaciones tienen cientos de indicadores. Esto es demasiado difícil de sintetizar en una historia cohesiva de cambio. Hay que determinar cuáles son los resultados prioritarios que desea medir y concentrarse en esos pocos (menos es más). Además, es necesario seguir evolucionando y actualizando los indicadores para garantizar que sean significativos, relevantes y apropiados para los clientes/programas (actualmente estamos en ese proceso).

## **10. ¿Dónde pueden obtener más información los colegas de YMCA?**

Sr. Ian Boorman – Gerente General Ejecutivo, Impacto y Evaluación  
YMCA Victoria, Australia  
Correo electrónico: [ian.boorman@ymca.org.au](mailto:ian.boorman@ymca.org.au)  
<https://victoria.ymca.org.au/>

### **Idea adicional del mes:**

Consulten la revisión reflexiva del ex CEO de la WUN, Bob Gilbertson, de un artículo que apareció en la Revisión de INNOVACIÓN SOCIAL de Stanford: *Liderazgo de la Junta Directiva para una mejor gobernanza* que se centra en “El propósito antes que la organización”. Este es el enlace: [Hagan clic aquí](#)