

El Pla: +Xarxa +Marista + Sostenible

Ens il·lusiona posar en marxa un pla per enfortir i desplegar la missió marista i fer-la arribar tan lluny com sigui possible. I, per fer-ho, necessitem la xarxa i ser sostenibles.

La seva estructura reflecteix una aposta per anar més enllà d'una suma de projectes:



El Pla té una **arquitectura amb una seqüència estructurada**:

- + Primer, construir la base econòmica, organitzativa i humana que faci possible la missió.
- + Després, reforçar i desplegar la proposta marista.
- + I, finalment, ampliar-ne l'impacte i la projecció a través de la xarxa.

Cada línia depèn de l'anterior:

- + Sense sostenibilitat, la identitat no es pot desplegar.
- + Sense identitat, la xarxa no té res per projectar.

Volem ser constructors d'esperança en aquest món complex

Missatge del XXIII Capítol general:
"Constructors d'un nou Hermitage"



+ **SOSTENIBLE**

Construir les condicions econòmiques, organitzatives i humanes que facin possible la missió. Sense aquesta base, cap transformació no és viable a llarg termini.

+S1. Viabilitat econòmica i financera

01. Pla de sostenibilitat a cinc anys

02. Captació de fons externs i nous ingressos

+S2. Infraestructures i patrimoni

03. Pla d'infraestructures

+S3. Organització i capacitat interna

04. Estructures, processos i sistemes

05. Governança i lideratge de servei

+S4. Sostenibilitat humana

06. Bon lloc de treball

07. Talent, relleu i formació

+ **MARISTA**

Definir, viure i desplegar una proposta marista actualitzada, coherent i reconeixible. És l'eix que dona sentit i singularitat a la feina de la Fundació.

+M1. Proposta educativa i pastoral

08. Model pedagògic

09. Model pastoral

+M2. Identitat i cultura marista

10. Formació en identitat marista

11. *Safeguarding* i protecció de la infància

+ **XARXA**

Fer que la missió arribi més lluny: créixer de manera selectiva, connectar els àmbits de la proposta marista i activar la comunitat ampliada.

+X1. Creixement i nova oferta

12. Nous negocis i serveis

13. Interconnexió entre centres, obres socials i lleure

+X2. Relació, impacte i comunitat

14. Comunicació, marca i relació amb les famílies

15. Alumni