

ENFOQUE PARA TODA LA FAMILIA RESUMEN DEL DISEÑO

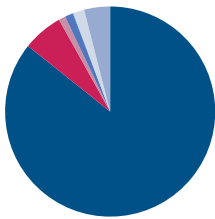
Acción Comunitaria, Inc.

ACERCA DE LA AGENCIA

MISIÓN	Community Action, Inc. ayuda a las personas a pasar de la pobreza a la prosperidad.	TIPO DE AGENCIA	Sin fines de lucro
CLIENTES A LOS QUE SE ATIENDE ANUALMENTE	Aproximadamente 3,500	PRESUPUESTO ANUAL	\$5 millones
ÁREA DE SERVICIO	Condados en el noreste y centro-norte de Kansas, incluido el condado de Shawnee, hogar de Topeka, la capital del estado. Los condados de Saline y Shawnee son áreas urbanas y suburbanas, mientras que los otros condados en el área de la agencia son rurales.	MIEMBROS DEL PERSONAL	73
		PROGRAMAS	Head Start; Early Head Start; Affordable Housing (viviendas asequibles); English Language Classes (clases de idioma inglés); Homelessness Prevention (rent/utilities/deposits) (prevención de la falta de vivienda [alquiler, servicios públicos, depósitos]); Diaper Depot (banco de pañales); Period Pantry (abastecimiento temporal de alimentos); Weatherization (optimización de viviendas)

DATOS DEMOGRÁFICOS DEL ÁREA

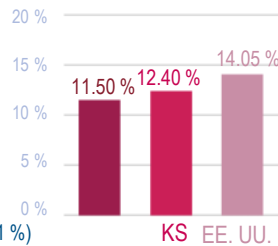
DISTRIBUCIÓN DE RAZAS



- Blancos (85.72 %)
- Negros o afroamericanos (6.20 %)
- Indios americanos y nativos de Alaska (1.03 %)
- Asiáticos (1.28 %)
- Nativos de Hawái y otras islas del Pacífico (0.11 %)
- Alguna otra raza (1.69 %)
- Dos o más razas (3.99 %)

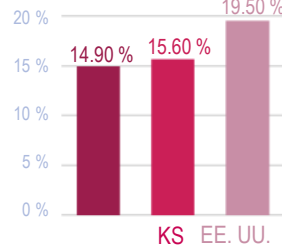
PERSONAS QUE VIVEN POR DEBAJO DEL 100 % DEL ÍNDICE FEDERAL DE POBREZA

Total del área de servicio = 57,327

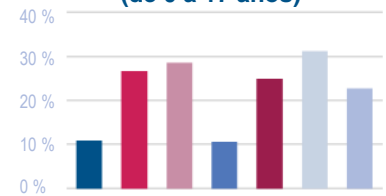


TODOS LOS NIÑOS EN SITUACIÓN DE POBREZA (de 0 a 17 años)

Total del área de servicio = 18,363



NIÑOS EN SITUACIÓN DE POBREZA POR RAZA (de 0 a 17 años)



- Blancos (10.82 %)
- Negros o afroamericanos (26.55 %)
- Indios americanos y nativos de Alaska (28.56 %)
- Asiáticos (10.44 %)
- Nativos de Hawái y otras islas del Pacífico (24.84 %)
- Alguna otra raza (31.09 %)
- Dos o más razas (22.60 %)

Fuente: Oficina del Censo de EE. UU., encuesta sobre la comunidad estadounidense, 2014-18

PERFIL DEL PROGRAMA DE ENFOQUE PARA TODA LA FAMILIA

TEORÍA DEL CAMBIO

Si creemos que todos tienen potencial para cambiar su vida, ayudar a las personas a satisfacer sus necesidades básicas, y crear oportunidades y asociaciones para que las personas crezcan a su propio ritmo, entonces las personas prosperarán de una generación a la otra.

POBLACIÓN OBJETIVO

Padres y niños inscritos en los programas Head Start o Early Head Start que: (1) reúnen los requisitos para al menos un segundo año de participación en HS/EHS; (2) son jefas de hogar solteras; (3) se identifican como un hogar con miembros de la población minoritaria; y (4) han sido afectados económicamente por la COVID-19. Se dio mayor consideración a los hogares con personas de 16 a 24 años de edad.

COMPONENTES CLAVE

Padres

Planificación de objetivos; asistencia personalizada; coordinación con socios para proporcionar certificaciones de preparación para el trabajo; acceso a educación técnica y superior; oportunidades de empleo subvencionadas; alquiler subvencionado; certificaciones de inquilinos de segunda oportunidad; clases sobre el proceso de adquisición de viviendas y asistencia para el anticipo; atención dental sin costo o a muy bajo costo; asesoramiento de salud mental subsidiado; ahorros combinados para crear un activo inicial (por ejemplo, matrícula, computadora portátil, vehículo).

Niños

Servicios de aprendizaje y atención tempranos de alta calidad para promover el desarrollo de las habilidades socioemocionales, lingüísticas, cognitivas y motoras de los niños; servicios de nutrición; exámenes médicos y dentales; actividades de enriquecimiento de niños y jóvenes; empleo y formación para jóvenes adultos.

Familias

Oportunidades de socialización familiar; asistencia económica y apoyo que benefician a toda la familia.

TEORÍA DEL CAMBIO 2020



HISTORIA DE INNOVACIÓN DE COMMUNITY ACTION

El paso de una cultura organizacional programática tradicional impulsada por los financiadores a una cultura integrada, progresiva y experimental ha demandado una gran innovación. Nuestro grupo de líderes creó una amplia variedad de eventos y actividades interactivas para ayudar a demostrar tanto la necesidad como el valor del cambio. Nuestros productos incluyeron una actividad grupal que ayudó a separar visualmente todos nuestros programas y servicios existentes, y demostró que, por sí solos, ninguno de ellos fue realmente efectivo para ayudar a las familias a escapar de la pobreza. Además, creamos una experiencia de simulación popular llamada "Silos N Bundles" que transmite el valor de los servicios integrales en comparación con los servicios transaccionales "únicos y completos". Silos N Bundles ha sido inesperadamente popular entre el personal, la Junta e incluso otras agencias de Community Action.

LOGROS

- Al tener la misma visión, llevar a cabo una planificación inclusiva y gestionar cuidadosamente el cambio, la agencia pudo crear un contexto donde el WFA ya no pareciera radical, si no la evolución lógica del crecimiento de la agencia.
- Durante un período de cuatro años, la Junta directiva se dedicó a entender cabalmente cómo una declaración de misión de tres párrafos y un sistema de prestación de servicios aislados no lograron mantener un enfoque en los resultados basados en la misión. Una muestra representativa del personal se comprometió a volver a familiarizarse con la misión de lucha contra la pobreza (frente a las funciones de ejecución del programa) de la organización y juntos desarrollaron un plan para lograr más unificación y mejorar el acceso de los clientes a la asistencia.
- Se incorporó un compromiso con un sistema integrado de prestación de servicios y un WFA en el plan estratégico de toda la agencia 2021-2025, incluida la creación de medidas de responsabilidad para el compromiso.
- Se lanzó un programa piloto de WFA con planes claros para los elementos de diseño y los resultados que el programa piloto probará.

DESAFÍOS

- Tiempo para planificar e implementar. Reunir a los miembros del equipo para planificar un trabajo que no es exigido por un financiador o necesario como respuesta a una crisis es un desafío.
- Pasar de estudiar a planificar, y no preocuparse por hacerlo perfecto desde el principio. Se ha necesitado mucho asesoramiento interno y tranquilidad mutua para crear niveles de comodidad al intentar algo, incluso si aún no se han reunido todas las respuestas o piezas.

APRENDIZAJES

- Contar con expertos capacitados disponibles para revisar críticamente los planes de diseño a lo largo del camino es invaluable. Un entrenador de WFA proporcionado por la Comunidad de Práctica (Community of Practice, COP) de la Asociación Nacional ayudó al equipo de WFA a perfeccionarse y enfocarse en temas importantes.
- Eliminar la dinámica interna compartimentada e integrar los servicios ANTES de empezar a trabajar en un WFA. La agencia logró que los involucrados entiendan y respalden los conceptos de apoyo integral, recursos combinables y el reenfoque en la misión de la agencia frente a los requisitos del financiador como un precursor para sumergirse en las complejidades de la implementación del WFA.
- Desarrollar una red comunitaria que apoye el WFA. Es raro que una sola organización pueda crear un sistema de apoyo de WFA sólido sin involucrar a socios clave en la comunidad. Las asociaciones son fundamentales para abrir oportunidades para que los participantes logren sus objetivos. La experiencia del WFA de la agencia comenzó con "2G3T" (Think Tank Topeka de 2 generaciones). 2G3T contó con líderes clave de la agencia de Community Action (Community Action agency, CAA), United Way, Community Foundation, servicios humanos estatales y agencias de bienestar infantil. Los miembros de 2G3T se comprometieron con un plan de estudios de aprendizaje compartido de 2G e hicieron varias reuniones.

Asia, madre soltera de dos niños pequeños, estaba buscando una vivienda asequible que cumpliera con las necesidades de seguridad y espacio de su familia. Antes de recurrir a Community Action, Asia vivía con la familia de su hermana. Eran dos adultos y cinco niños en una casa de tres habitaciones y ninguna de las familias tenía la independencia o la estructura que deseaban. Asia se enteró de Community Action a través de su familia y pronto se puso en contacto con su propio "socio de Community Action" para comenzar su experiencia con la agencia. El proceso de solicitud y selección de la familia confirmó que reunían los requisitos para una vivienda donde establecer su hogar, donde ahora cada miembro de la familia tiene su propio dormitorio. Pero aquí no termina el compromiso de Community Action con Asia. La misión de la agencia de "ayudar a las personas a pasar de la pobreza a la prosperidad" significa la integración de un "paquete" de asistencia, elegida por cada familia y proporcionada en un contexto atento al trauma, para ayudar a toda la familia a salir adelante. Dado que uno de los niños de Asia todavía usa pañales, decidió recibir suministros del servicio del banco de pañales de la agencia e inscribirse para participar en los programas de Resultados de la primera infancia de la agencia. La agencia continuará trabajando con Asia y sus hijos a medida que la familia continúe su camino hacia la prosperidad.

Enfoque de bloques de Community Action:

INVOLUCRAR LAS VOCES DE LAS FAMILIAS

Involucrar a las voces de las familias se ha convertido en una prioridad para nuestra agencia, y somos defensores activos de que los demás miembros de la comunidad hagan lo mismo. En 2018, organizamos 29 grupos de debate con un total de 159 adultos con bajos ingresos. Analizamos y publicamos nuestros hallazgos y hemos utilizado esos resultados para desarrollar nuestro proyecto piloto "Ventaja para toda la familia" intencionalmente.

Durante los grupos de debate, Topekans nos dijo que la barrera más desalentadora para su posibilidad de salir de la pobreza era el racismo. Una evaluación exhaustiva de los datos demográficos de nuestra comunidad y los datos de servicio de nuestra agencia confirmó que hubo desigualdades que llevaron a que más personas de color vivan con ingresos más bajos y tengan acceso desigual a la asistencia para necesidades básicas. Decidimos apuntar a casas con jefas de hogar minoritarias para nuestro programa piloto de Ventaja para toda la familia a fin de tratar la equidad de frente creando oportunidades que pueden ayudar a nivelar el campo de juego económico. Además, nuestra agencia está llevando a cabo una extensa evaluación interna de los sistemas de prestación de servicios y otras operaciones para tratar los posibles sesgos en el acceso y la oportunidad según la raza. Planeamos trabajar con los socios en nuestro programa piloto de WFA (Whole Family Approach [Enfoque que abarca toda la familia]) para asegurarnos de que todos entendemos y apoyamos la equidad racial de la misma manera. Sabemos que aunque podemos trabajar arduamente para aplicar una lente de equidad racial internamente, si nuestros socios no hacen lo mismo, habrá poco progreso, si es que hay.

CRONOLOGÍA

Se evaluó el enfoque para los resultados impulsados por la misión.	Creamos el Grupo de Trabajo de Servicios Integrados; hicimos reuniones mensuales; desarrollamos una visión recomendada y la teoría de cambio del WFA.	Se llevaron a cabo debates grupales; se comunicó la visión compartida; se reestructuró la organización; se introdujo el sistema de datos en toda la agencia.	Se perfeccionó el sistema integrado; se comunicó intencionalmente el progreso al personal, la Junta y los demás involucrados.	Se lanzó el programa piloto de Ventaja para toda la familia.
2016	2017	2018	2019	2020

INFORMACIÓN DE CONTACTO



Tawny Stottlemire, CCAP, directora ejecutiva
 tawny@wefightpoverty.org
 455 SE Golf Park Boulevard, Topeka, KS 66605
 Tel.: (785) 836-4500
 www.wefightpoverty.org



1020 19th Street NW, Suite 700, Washington, DC 20036
 https://communityactionpartnership.com
 Tel.: (202) 265-7546
 info@communityactionpartnership.com