

STRATEGIA ROZWOJU FUNDACJI POGŁĘBIARKA NA LATA 2026 – 2028



Spis treści

Misja i wizja	3
Jak dojrzewiała Poglębiarka?	3
Kim jesteśmy dziś?	3
Nasze zasięgi i doświadczenie	4
Rozdział II	5
Analiza SWOT	5
Mocne strony (wewnętrzne)	5
Słabe strony (wewnętrzne)	5
Szanse (zewnętrzne)	6
Zagrożenia (zewnętrzne)	6
Rozdział III	7
Grupa docelowa Fundacji Poglębiarka	7
Rozdział IV	8
Kierunki działań na lata 2026-2028	8
Społeczność bliższa	8
Społeczność dalsza	9
Świat i organizacje	11
Fundacja	13
Rozdział IV	16
Komunikacja - marketing i promocja	16
Rozdział V	19
Zarządzanie zasobami	19
1. Zasoby ludzkie: kadra, wolontariusze, eksperci	19
2. Zasoby finansowe	19
Źródła finansowania powiązane z obszarami strategii	21
Rozdział VI	23
Ewaluacja i wdrażanie strategii	23

Rozdział I

Misja i wizja

Pogłębiarka działa nieprzerwanie od 2015 roku – wtedy powstały pierwsze medytacje online, które rozpoczęły budowanie naszej społeczności. Od 2020 r. funkcjonujemy formalnie jako Fundacja, rozwijając to, co narodziło się organicznie: pragnienie pogłębionej duchowości, relacji i rozwoju.

Tworzymy bezpieczną przestrzeń uważności – poprzez codzienne medytacje w aplikacji, kursy online, spotkania stacjonarne, podcasty oraz liczne projekty. Inspiruje nas duchowość ignacjańska i kontemplacyjna, praktyczna i osadzona w codzienności. Jesteśmy przekonani, że człowiek jest całością – a rozwój dotyka jednocześnie serca, umysłu, relacji i codziennych decyzji. Rozwój duchowy łączymy z psychologią, empatyczną komunikacją oraz pracą z ciałem. Wierzymy, że tylko poprzez integrację tych przestrzeni możliwy jest harmonijny rozwój.

Nasza misja brzmi: Pomagamy zrobić krok w głąb każdemu. Niezależnie od miejsca, w którym jest.

Jak dojrzewiała Pogłębiarka?

Początki były proste: transmisje medytacji Pisma Świętego na YouTube, prowadzone przez Daniela Wojdę. Choć forma była skromna, odpowiedź ludzi pokazała ogromną potrzebę duchowego rozwoju, uważności, relacji, wzajemnej inspiracji niezależnie od miejsca zamieszkania.

Powoli, krok po kroku, wokół medytacji zaczęła tworzyć się żywa społeczność. Przez kolejne lata działalność rozwijała się organicznie: najpierw online, potem coraz częściej w realnej przestrzeni spotkań. Formalne powołanie Fundacji pięć lat temu pozwoliło nam nadać tej energii strukturę, stabilność i możliwość dalszego rozwoju.

Kim jesteśmy dziś?

Fundację tworzy około 150 osób – w większości wolontariuszy – których łączy zaangażowanie w duchowy rozwój własny i innych. Z biegiem lat wypracowaliśmy unikalne połączenie duchowości, psychologii i ciała oraz profesjonalnych narzędzi cyfrowych. Dzięki temu docieramy zarówno do osób głęboko zakorzenionych w tradycji chrześcijańskiej, jak i tych poszukujących lub potrzebujących bezpiecznej przestrzeni do wzrostu.

Nasze zasięgi i doświadczenie

- 5000+ uczestników regularnych medytacji online,
- 70 000+ odbiorców rocznie w kanałach cyfrowych,
- 169 000 subskrybentów na YouTube, 3000+ uczestników wydarzeń stacjonarnych rocznie,
- Zaufanie liderów duchowych, psychoterapeutów i specjalistów.

Dziś Pogłębiarka to społeczność ludzi, którzy szukają Boga działającego w każdym z nas i w świecie. Wierzimy, że możemy skutecznie z Nim współpracować.

Uczymy się, medytujemy i dzielimy doświadczeniem, które rodzi się z tej drogi. Wspólnie szukamy najlepszych metod, które pomagają nam zbliżyć się do postawy miłości rozumianej ewangelicznie. Wspieramy się wzajemnie w prowadzeniu życia duchowego obejmującego także troskę o dojrzałość psychiczną i ciało.

Współpracujemy z innymi środowiskami i organizacjami, korzystając z wielu perspektyw, aby widzieć pełniej i dojrzalej.

Rozdział II

Analiza SWOT

Aby trafnie określić kierunki rozwoju Fundacji, niezbędne było przeanalizowanie zarówno naszych zasobów i wyzwań wewnętrznych, jak i dynamiki otoczenia. Zbadaliśmy kontekst społeczny, polityczny i ekonomiczny, działania innych organizacji oraz kluczowe trendy, które wpływają na nasze funkcjonowanie. Poniższa analiza SWOT syntetyzuje te obserwacje.

Mocne strony (wewnętrzne)

- Aplikacja i przyjazne narzędzia cyfrowe.
- Relacyjność, a nie tylko tworzenie treści.
- Pomysłowość i kreatywność zespołu.
- Rozwój wolontariatu - dużo zaangażowanych osób + częściowa profesjonalizacja zespołu.
- Profesjonalne narzędzia pracy.
- Zaplecze merytoryczne (zarówno wypracowane rozwiązania, jak i zaangażowani specjaliści).
- Doświadczenie organizacyjne: sprawdzony model organizacji kursów i wydarzeń – zarówno lokalnych, jak i ogólnopolskich, na żywo i on-line.
- Obecność w mediach, coraz lepsza komunikacja na zewnątrz. Rosnąca rozpoznawalność.
- Nowoczesność – odwaga w łączeniu duchowości z psychologią, ciałem, komunikacją empatyczną opartą o Porozumienie bez Przemocy i technologiami.
- Elastyczność – zdolność szybkiego reagowania na potrzeby i testowania nowych rozwiązań.
- Zaangażowanie młodych osób.
- Świeżość i autentyczność w przeżywaniu wiary, połączone z wiernością Kościołowi Katolickiemu.
- Duża i zaangażowana społeczność - wypracowana grupa docelowa - odbiorcy treści bezpłatnych i płatnych.
- Wdrożony fundraising.
- Kultura komunikacji empatycznej w zespole i jej promocja w społeczności.
- Rozwinięta działalność nieodpłatna i odpłatna statutowa oraz działalność gospodarcza.
- Rozbudowany system szkoleń wewnętrznych.
- Własne studio nagrań.
- Zaufanie wśród autorytetów, zaufanie społeczne.

Słabe strony (wewnętrzne)

- Zespół w procesie profesjonalizacji – równoległe porządkowanie struktury, ról i odpowiedzialności.
- Trudności w komunikacji i przepływie informacji, wynikające z szybkiego tempa rozwoju organizacji.
- Model mieszany (pracownicy + wolontariusze), który utrudnia spójność procesów, standardów pracy i odpowiedzialności.

- Różne godziny i tryby pracy zespołu, wpływające na trudności w synchronizacji działań i terminów.
- Niedojrzałość procesów organizacyjnych – część procedur i narzędzi jest dopiero w trakcie tworzenia lub testowania.
- Wysokie koszty stałe.
- Ograniczenia techniczne w obecnej aplikacji.
- Duża ilość różnorodnych projektów.
- niespójność przekazu zewnętrznego wynikająca z równoległego prowadzenia wielu projektów.

Szanse (zewnętrzne)

- Rosnąca potrzeba duchowego rozwoju i „pójścia w głąb” w społeczeństwie.
- Wzrost liczby osób poszukujących nowych form modlitwy.
- Granty, darowizny, crowdfunding.
- Współpraca z parafiami i instytucjami - zarówno chrześcijańskimi jak i świeckimi.
- Cyfryzacja i większe zaangażowanie społeczne.
- Trend łączenia duchowości i psychologii – integracja modlitwy, mindfulness, terapii.
- Możliwość docierania do Polaków za granicą przez narzędzia online.
- Partnerstwa międzysektorowe – współpraca z biznesem i edukacją (dobrostan, rozwój).
- Nowe technologie – AI, VR, narzędzia społecznościowe, które można włączyć do aplikacji.
- Nowe narzędzia ułatwiające przepływ komunikacji i codzienną pracę.
- Nisza miejsc gdzie poruszane są tematy “trudne”.
- Współpraca z innymi twórcami, fundacjami.
- Rosnący rynek treści religijnych i chrześcijańskich w mediach – wzrost popularności silnych kanałów (np. Langusta na Palmie, Służąc Życiu, Sowiński, Hallow) tworzy możliwość współpracy, budowania partnerstw oraz docierania do nowych grup odbiorców dzięki rosnącemu zainteresowaniu duchowością w przestrzeni onlinowej.

Zagrożenia (zewnętrzne)

- Niestabilna sytuacja geopolityczna i społeczno-gospodarcza (wojna, kryzysy), mogąca wpływać na kondycję psychiczną odbiorców i zdolność finansowego wspierania działań Fundacji.
- Osłabiony wizerunek Kościoła katolickiego, który może rzutować na postrzeganie projektów religijnych.
- Zależność od algorytmów i platform cyfrowych oraz wrażliwość na zmiany w sposobach dystrybuowania treści, co przekłada się na widoczność i stabilność wpływów z darowizn online.
- Ryzyko powierzchownego zakwalifikowania Pogłębiarki do kategorii „kolejnych aplikacji medytacyjnych”, bez dostrzeżenia głębi i specyfiki.
- Nieufność części środowisk wobec metod psychologicznych, pracy z ciałem czy nowoczesnych form duchowości.
- Rosnąca konkurencja w mediach chrześcijańskich (np. Langusta na Palmie, Służąc Życiu, Sowiński, Hallow), utrudniająca przebicie się z komunikatem i pozyskiwanie nowych odbiorców.
- Poruszanie tematów tabu w przestrzeni, które może spotkać się z negatywnym odbiorem niektórych środowisk.

Rozdział III

Grupa docelowa Fundacji Pogłębiarka

Naszą podstawową grupę odbiorców stanowią:

Osoby w wieku 30–55 lat, mieszkające w Polsce i za granicą, najczęściej aktywnie zawodowo, rodzinnie i społecznie. To ludzie, którzy:

- identyfikują się z chrześcijaństwem lub są w procesie poszukiwania duchowego,
- pragną bezpiecznej, niemoralizatorskiej przestrzeni duchowości, opartej na wolności, zaufaniu i autentyczności,
- cenią holistyczne podejście do rozwoju (duch – ciało – psyche),
- szukają głębszego, dojrzałego obrazu Boga oraz praktyk kontemplacyjnych,
- zadają pytania, szukają sensu, pragną łączyć duchowość z codziennym życiem i relacjami,
- preferują formy rozwoju, które nie narzucają gotowych odpowiedzi, lecz zapraszają do procesu i osobistego doświadczenia.

Są to osoby, które często mają już kontakt z psychologią, edukacją rozwojową, komunikacją empatyczną czy pracą z ciałem – i doceniają, że Pogłębiarka łączy te elementy z duchowością chrześcijańską.

W najbliższych latach chcemy świadomie rozszerzyć zasięg Fundacji, szczególnie wśród:

1. Osób 25+

Osoby 25+ żyją dziś w czasie intensywnych zmian i poszukiwań, dlatego szukają przestrzeni autentycznej duchowości, która pozwala im być sobą, zadawać pytania i rozwijać się bez presji. Potrzebują społeczności opartej na szczerości, relacji i wzajemnym wsparciu — miejsca, które daje poczucie bezpieczeństwa i możliwość tworzenia dobrych, trwałych więzi. Oczekują duchowości praktycznej, bliskiej codzienności, łączącej refleksję z realnym doświadczeniem.

2. Mężczyzn w wieku 30-55 lat

To jedna z grup, które rzadziej korzystają z form rozwojowych. Dostrzegamy rosnącą potrzebę tworzenia dla nich bezpiecznych, niedydaktycznych i praktycznych przestrzeni rozwoju. Chcemy zwiększać dostępność inicjatyw odpowiadających na ich specyficzne doświadczenia i wyzwania.

3. Młodych rodziców

Młodzi rodzice żyją w intensywnym czasie, łącząc opiekę nad dziećmi, pracę i troskę o relacje. Często doświadczają zmęczenia, przeciążenia i braku przestrzeni dla siebie oraz swojej duchowości. Szukają wsparcia, które wnosi spokój, prostotę i zrozumienie — a nie dodatkową presję. Potrzebują duchowości osadzonej w codzienności, a także narzędzi regulacji emocji pomagających radzić sobie z napięciem dnia. Ważna jest dla nich możliwość bycia sobą bez oceniania. Szukają również społeczności, która daje poczucie bliskości, normalizuje ich doświadczenia i pozwala rozwijać duchowość „po drodze”, w rytmie realnego życia rodzinnego.

Rozdział IV

Kierunki działań na lata 2026-2028

Nasze działania obejmują cztery obszary: społeczność bliższą, społeczność dalszą, fundację oraz świat i organizacje.

Spółeczność bliższa

Poprzez **spółeczność bliższą** rozumiemy grupę osób pozostających w bezpośredniej, długofalowej relacji z fundacją. Tworzą ją osoby, które aktywnie angażują się w działania Fundacji: współtworzą i moderują inicjatywy w swoim otoczeniu, działają w grupach lokalnych. Charakteryzuje je trwałe zaangażowanie, poczucie współodpowiedzialności za misję Fundacji oraz gotowość do pogłębiania relacji i wspólnego rozwoju.

DLACZEGO? (sens i cel)

Wierzmy, że człowiek rozwija się w relacji – z Bogiem, z sobą i z drugim człowiekiem.

Odpowiadamy na współczesny głód więzi, sensu i wspólnoty, tworząc przestrzeń, które budują zdrowe zależności, wzajemne zaufanie, uczą się dobrej współpracy co przeciwdziała izolacji i osamotnieniu oraz pozwala poczuć sprawczość i możliwość wprowadzania pozytywnej zmiany w swoim otoczeniu, co z kolei sprzyja tworzeniu silnego, samoświadomego społeczeństwa obywatelskiego.

Budujemy lokalne społeczności, w których ludzie mogą wzrastać, modlić się, towarzyszyć sobie w drodze i rozeznawać, w jaki sposób mogą służyć światu w swoim kontekście.

Wierzmy, że to właśnie lokalność jest miejscem apostołstwa – konkretnego dobra w odpowiedzi na potrzeby otoczenia.

JAK? (styl działania i sposób prowadzenia lokalnych społeczności)

- Przygotowujemy i wspieramy osoby, które budują lokalne społeczności przez kształtowanie zdrowych postaw liderkich, wyposażając ich w kompetencje: znajomości duchowości chrześcijańskiej/ katolickiej, język NVC (Porozumienie bez przemocy).
- Kształtujemy styl Pogłębiarki oparty na postawie służby, otwartości, wolności - poszanowaniu granic i odrębności człowieka, współodpowiedzialności, komunikacji bez przemocy.
- Tworzymy środowisko rozwoju oparte na spotkaniach wewnętrznych wzmacniających styl Pogłębiarki oraz spotkaniach dla osób, które chcą, na miarę swoich możliwości działać w środowisku poprzez uważność na drugiego człowieka i aktywną troskę o ludzi żyjących obok.
- Dbamy o sieć relacji i wymiany pomiędzy grupami (platforma, newsletter, spotkania), aby społeczności mogły się wspierać, dzielić dobrymi praktykami i wspólnie wzrastać.

CO? (główne działania i projekty)

1. Przestrzeń rozwoju – długofalowy program rozwoju moderatorów lokalnych, przygotowujący ich do prowadzenia grup, facylitacji, empatycznego przywództwa i rozeznawania działań mających na celu troskę o ludzi żyjący wokół.
2. Szkolenia, mentoring i supervizje dla obecnych i przyszłych prowadzących różnych grup
3. System komunikacji i wymiany – utrzymywanie przestrzeni online (newsletter, social media lokalne, spotkania) dla wszystkich prowadzących.
4. Pilotażowe społeczności min. dwie oraz szkolenia dla moderatorów lokalnych.

5. Wspieranie znalezienia przestrzeni działania społeczności– towarzyszenie w rozeznaniu, komu i w jaki sposób dana społeczność może służyć oraz wspieranie jej pierwszych działań (materiały/warsztaty, konsultacje).

EFEKT w 2028 r. (zmiana, którą chcemy osiągnąć)

- Dopracowana struktura społeczności bliższej uwzględniająca model społeczności lokalnej.
- Stabilny program szkoleniowy dla koordynatorów, prowadzących, moderatorów.
- Minimum 10 osób po przygotowaniu do roli moderatora lokalnego.
- 2 aktywne społeczności lokalne w Polsce.
- Stałe szkolenia z komunikacji empatycznej dla wszystkich grup lokalnych - stacjonarnie i online.
- Stałe szkolenia z metody medytacji - stacjonarnie i online.
- Działania dla mężczyzn i kobiet (Męska Strefa / Przestrzeń Kobiet).
- Powstawanie inicjatyw w odpowiedzi na rozeznane działanie (realny wpływ lokalny).
- Minimum 2 społeczności lokalne mają jasno nazwane swoje obszary działania i prowadzą konkretne działania na rzecz otoczenia.

Společność dalsza

Jako społeczność dalszą rozumiemy szerokie grono osób, do których docierają działania Fundacji Pogłębiarka. Tworzą ją osoby korzystające z materiałów formacyjnych, kursów, wydarzeń i innych inicjatyw Fundacji, poszukujące pogłębienia swojej duchowości, refleksji nad wiarą i rozwojem wewnętrznym. Charakteryzuje je otwartość na treści proponowane przez Fundację oraz chęć czerpania z jej oferty.

DLACZEGO? (sens i cel)

Chcemy, aby jak najwięcej osób mogło skorzystać z propozycji Pogłębiarki, nawet jeśli nie mają dostępu do lokalnej grupy.

Pragniemy tworzyć otwartą przestrzeń rozwoju i modlitwy online, która wspiera codzienny rytmy duchowy, rozwój wewnętrzny i kontakt ze społecznością.

Poprzez treści medialne i aplikację zapraszamy do wzrastania w miłości poprzez: duchowość ignacjańską i kontemplatywną, dojrzałość psychiczną, zdrowe budowanie relacji, komunikację empatyczną oraz działanie zakorzenione w miłości.

To przestrzeń inicjacji i zaproszenia — punkt startu dla tych, którzy później mogą dołączyć do społeczności lokalnej lub zaczerpniętą inspirację przenieść do swojej codzienności.

JAK? (sposób działania i styl Pogłębiarki)

- Rozwijamy aplikację Pogłębiarka jako centralne narzędzie duchowego rozwoju online.
- Zapewniamy stałość rytmu: modlitwy, medytacji i propozycji rozwojowych
- Utrzymujemy sezonowość i czytelny rytmy treści.
- Dbamy o wysoką jakość treści oraz kompetencje prowadzących.
- Rozwijamy działalność medialną: cykle na YouTube, webinary, publikacje.
- Tworzymy możliwość wymiany i dzielenia się: grupy online, spotkania otwarte.
- Komunikujemy się jasno, przejrzysto, w rytmie sezonów roku, reagując na potrzeby społeczności.

I. Aplikacja Poglębiarka

Cele

- Redesign (UX) obecnej aplikacji (ulepszenie aplikacji, aby była prostsza, bardziej zrozumiała i skuteczniejsza z perspektywy użytkownika).
- Aktualizacja aplikacji na multiplatformie.
- Wzrost liczby stałych użytkowników do 10 000 osób.
- Realizacja rytmu 3-4 sezonów (bezpłatny kurs, podcasty, webinary, wydarzenie) rocznie.
- Wzrost liczby osób kończących kurs w całości do 70% uczestników rozpoczynających.
- Regularne umieszczanie treści ułatwiających stały rytm modlitwy - medytacji ignacjańskiej i Modlitwy Głębi.

Działania

- Przygotowanie projektu, wyceny i zbiórki na nową aplikację.
- Budowa i szkolenia zespołu IT i UX.
- Stała aktualizacja treści modlitewnych.
- Przygotowanie filmu powitalnego i nowej animacji wprowadzającej do medytacji.
- Wprowadzenie działań funkcjonalności społecznościowych (grupy dzielenia/kręgi) i/lub innych działań ułatwiających użytkownikom wytrwanie w stałym rytmie kursów i modlitwy.
- Badanie potrzeb odbiorców kursów i ewentualna zmiana formatu.

Efekt w 2028 r.

- Mamy dwie jasne ścieżki medytacji: ignacjańską i kontemplacyjną.
- Mamy aplikację działającą na multiplatformie.
- Mamy stabilną liczbę użytkowników ok 10 000.
- Mamy współpracujący zespół IT i UX.
- Zapewniamy terminową publikację treści — materiały pojawiają się zgodnie z ustalonym rytmem.

II. Kanał YouTube i webinary

Cele

- Rozwój kanału YouTube o nowe formaty.
- Zwiększenie liczby subskrypcji oraz czasu oglądania treści.
- Posiadanie zespołu medialnego wraz z koordynatorem produkcji.

Działania

- Stworzenie zespołu medialnego.
- Ustalenie kalendarza publikacji i tematów.
- Stworzenie koncepcji formatów na YouTube; wybór prowadzących.
- Regularne spotkania prowadzących.
- Opracowanie koncepcji wizualnej.
- Utrzymanie jakości webinarów i wzrost liczby odbiorców.

Efekt w 2028 r.

- Wzrost odbiorców treści YouTube o 100%.
- Kalendarz publikacji planowany z 3-miesięcznym wyprzedzeniem.
- Dwa nowe formaty na YouTube różniące się treścią, oprawą graficzną i scenografią/oświetleniem.

III. Wydarzenia i spotkania ogólnopolskie

Cele

- Utrzymanie rytmu dużych wydarzeń: Festiwal Głębi, Krok w Głąb, Mistyka Ciszy.
- Integracja społeczności online i lokalnej.
- Tworzenie ogólnopolskich wydarzeń w ramach Przestrzeni Kobiet i Męskiej Strefy.
- Zwiększenie obecności młodszych uczestników w wydarzeniach, budując pokolenie liderów i animatorów, którzy będą nieść misję Pogłębiarki.

Działania

- Rozwój Festiwalu Głębi – różne formuły i turnusy.
- Projektowanie wydarzeń jako przestrzeni spotkania społeczności online.
- Dostosowanie formuły i komunikacji wydarzeń do młodszych uczestników.
- Organizacja Inicjacji męskiej, Drogi Abrahama i ogólnopolskiego wydarzenia dla kobiet.

Efekt w 2028 r.

- Utrzymujemy coroczny rytm wydarzeń.

IV. Kursy odpłatne, wydawnictwo i sklep

Cele

- Rozwój i aktualizacja kursów z komunikacji empatycznej, zwiększenie ich zasięgu oraz liczby uczestników, aby szerzej wносить wartości NVC (Porozumienia bez Przemocy) do życia odbiorców.
- Rozwój wydawnictwa i pozyskanie nowych autorów.
- Rozwój sklepu.

Działania

- Badanie potrzeb społeczności (ankiety, obserwacje).
- Stworzenie zespołu projektowego kursów odpłatnych.
- Wydanie min. 2 książek autorskich i 3 tłumaczeń.
- Wprowadzenie nowego asortymentu do sklepu, związanego tematycznie z prowadzonymi działaniami.

Efekt w 2028 r.

- Działalność gospodarcza zapewnia stabilny dochód.
- Minimum 400 zapisów rocznie na kursy odpłatne.
- Zwiększenie rozpoznawalności wydawnictwa na rynku.
- Zwiększenie przychodu ze sprzedaży produktów w sklepie o 100% względem 2025 r.

Świat i organizacje

DLACZEGO? (sens i cel)

Wierzmy, że duchowość i sposób działania Pogłębiarki – łączący modlitwę, relacyjność i dojrzałość psychologiczną – mogą służyć nie tylko naszej społeczności, lecz także innym środowiskom, instytucjom i organizacjom. Chcemy wymieniać się wiedzą i doświadczeniem z innymi organizacjami, aby zwiększać obiektywność naszych działań. Pragniemy tworzyć mosty między duchowością a codziennym życiem, między Kościołem a społeczeństwem, między kontemplacją a działaniem.

JAK? (sposób działania i styl Pogłębiarki)

- Rozwijamy oferty szkoleniowe i rozwojowe oparte na programach Fundacji.
- Współpracujemy ze środowiskami i instytucjami bliskimi naszym wartościom (diecezje, szkoły, NGO, samorządy, uczelnie, firmy).
- Promujemy postawę dzielenia się – nie dominowania – zapraszając innych do współtworzenia i wymiany.
- Utrzymujemy wątek misyjności jako wyraz hojności i solidarności; przeznaczamy część środków na wsparcie potrzebujących.

CO? (konkretne działania i cele operacyjne)

I. Szkolenia i programy rozwojowe

Cele

- Stworzyć i sprawdzić ofertę szkoleń dla różnych środowisk (katecheci, liderzy wspólnot, nauczyciele, duszpasterze, przedsiębiorcy).
- Dostosować programy Pogłębiarki do pracy w instytucjach zewnętrznych.
- Zapewnić stałą wymianę wiedzy z innymi organizacjami.

Działania

- Przygotowanie programu pilotażowego dla katechetów diecezji łódzkiej.
- Opracowanie oferty dla firm i NGO – warsztaty z komunikacji empatycznej i empatycznego przywództwa.
- Wypracowanie modelu wymiany między organizacjami.

II. Partnerstwa i współpraca międzyinstytucjonalna

Cele

Nawiązać trwałe relacje z co najmniej 3 partnerami instytucjonalnymi (diecezje, uczelnie, NGO, firmy) do końca 2028 roku.

Działania

- Spotkania z przedstawicielami diecezji, uczelni, fundacji, firm oraz ruchów chrześcijańskich. Opracowanie wspólnych projektów (np. warsztaty dla nauczycieli religii, programy dla duszpasterstw akademickich, programy dla liderów).
- Stworzenie zespołu ds. partnerstw odpowiedzialnego za budowanie i utrzymywanie relacji.

III. Misyjność

Cele

- Ugruntować duchowość hojności i służby poprzez regularne przekazywanie środków finansowych na cele pomocowe dla osób potrzebujących.
- Wspierać konkretne dzieła dobroczynne i duchowe w kraju i za granicą.

Działania

- Wybór celu misyjnego na każdy rok.
- Przygotowanie komunikacji zachęcającej społeczność do współuczestnictwa w misji.

Efekt w 2028 r.

- Współpracujemy z co najmniej 5 organizacjami lub instytucjami w Polsce i za granicą.
- Co roku 5-10% rocznego dochodu przeznaczamy na wsparcie osób w kryzysie— w Polsce i za granicą.
- Powstają materiały i publikacje promujące styl Pogłębiarki jako propozycję dla Kościoła i Świata.

Fundacja

DLACZEGO? (sens i cel)

Fundacja istnieje po to, by organizować, chronić i rozwijać przestrzeń, w której może wzrastać społeczność Pogłębiarki.

Społeczność nadaje sens istnienia Fundacji – to dla niej i z nią tworzymy struktury, narzędzia i zasoby.

Chcemy, aby Fundacja była żywym organizmem – zwinna, służebna, oparta na zaufaniu, empatii i odpowiedzialności oraz procedurach wspierających działania.

Wierzmy, że dobra struktura wspiera życie, dlatego tworzymy organizację, która ma zadbać o bezpieczeństwo i rozwój pracowników i wolontariuszy. Zależy nam na dbaniu również o kompetencje naszego zespołu.

JAK? (sposób działania i kultura organizacyjna)

- Dbamy o aspekt duchowy organizacji poprzez dzielenie Słowem i wspólną modlitwę.
- Budujemy strukturę opartą na kręgach współpracy z jasnymi rolami, przepływem informacji i kulturą współodpowiedzialności.
- Wprowadzamy elementy zwinnego zarządzania poszczególnymi projektami opartego na elastyczności, współpracy i szybkim reagowaniu na zmiany.
- Wprowadzamy cykl refleksyjny projektów: planowanie – działanie – retrospektywa – ewaluacja.
- Rozwijamy kulturę feedbacku (regularne, otwarte i konstruktywne przekazywanie informacji zwrotnej jest naturalną i bezpieczną częścią codziennej współpracy), dialogu i liderstwa służebnego.
- Dbamy o relacyjność w zespołach i całej Fundacji.
- Wzmacniamy kompetencje zespołu poprzez szkolenia, mentoring i shadowing (nauka przez obserwację, która ułatwia rozwój kompetencji np. liderkich, komunikacyjnych).
- Dążymy do lepszego zrozumienia ról i odpowiedzialności w organizacji.
- Zapewniamy dobrostan i bezpieczeństwo osób zaangażowanych – poprzez Zieloną Strefę (wsparcie doświadczonych trenerów porozumienia bez przemocy w sytuacjach problematycznych), jasne zasady pracy i system zgłaszania nadużyć.
- Dbamy o przejrzystość i profesjonalizm organizacyjny – sprawny obieg dokumentów, podpisy elektroniczne, zarządzanie finansami i fundraising.

CO? (konkretne działania i cele operacyjne)

I. Struktura i zespół

Cele

- Zbudować stabilny zespół etatowy w kluczowych obszarach.
- Zbudować strukturę zespołu dopasowaną do aktualnych potrzeb oraz zapewniającą dobry przepływ informacji i komunikację.
- Wprowadzić zwinne zarządzanie oraz narzędzia ułatwiające zarządzanie projektami.
- Rozwinąć stałe programy szkoleniowe dla pracowników i wolontariuszy.
- Zoptymalizować zatrudnienie i podział odpowiedzialności w zespołach.
- Pozyskać środki na rozwój szkoleń dla zespołu fundacji oraz moderatorów i koordynatorów grup lokalnych.
- Zapewnić sprawną rekrutację wolontariuszy i wdrażanie do zespołu.
- Jasna komunikacja, transparentność działań w Fundacji.

Działania

- Realizacja warsztatów prowadzących do aktualizacji struktury zespołu.
- Mapowanie talentów w organizacji.
- Weryfikacja priorytetów działań Fundacji i rozłożenie sił według talentów i zasobów pracowników i wolontariuszy, w tym rezygnacja z działań o najniższym wpływie na misję.
- Weryfikacja czasu i zakresu pracy w zespołach oraz określenie potrzeb zatrudnienia lub łączenia odpowiedzialności.
- Weryfikacja i zatrudnienie kluczowych osób oraz optymalizacja pracy dotychczasowej kadry.
- Utworzenie zespołu specjalistów wspierających zwinne prowadzenie projektów.
- Uzyskanie statusu Organizacji Pożytku Publicznego.
- Wdrożenie podpisów elektronicznych i systemu obiegu dokumentów.
- Wdrożenie procesów rekrutacyjnych i onboardingowych (zapewniających wprowadzenie i adaptację nowych pracowników/wolontariuszy do zespołu).
- Wdrożenie narzędzi do planowania i komunikacji.
- Wdrożenie stałego kalendarza działań dot. komunikacji do zespołu - misji, kierunków, działań.

Efekt w 2028 r.

- Posiadamy status Organizacji Pożytku Publicznego.
- Korzystamy z narzędzia ułatwiającego podpisywanie i obieg dokumentów.
- Mamy zespół trenerski i stałe działania rozwojowe.
- Zadania operacyjne realizują pracownicy Fundacji.
- Każdy zespół projektowy ma przydzielonego specjalistę wspierającego zwinne zarządzanie.
- Co najmniej 80% zespołu korzysta z narzędzi ułatwiających zarządzanie projektami.
- 100% zespołu odpowiada w ankietach, że jasno zna lub ma dostęp do informacji dotyczących kierunku rozwoju organizacji, bieżących działań oraz zakresu swoich odpowiedzialności.

II. Kultura organizacyjna i styl pracy

Cele

- Rozwijać kulturę empatycznej komunikacji opartej na NVC (Porozumieniu bez Przemocy) i służebnym przywództwie.
- Zapewnić regularny rytm spotkań, dzielenia Słowem i integracji.

- Utrwalać cykl poznawania, uczenia się i wzmacniania zespołu.
- Wzmocnić samoorganizację i współodpowiedzialność poprzez jasny podział ról, praca w sposób zwinny, adaptacyjny i oparty na współpracy, który pozwala skutecznie działać nawet w zmiennych i niepewnych warunkach.
- Stworzyć bezpieczną przestrzeń zgłaszania nadużyć.

Działania

- Spotkania zespołowe z dzieleniem Słowem i modlitwą.
- Regularne retrospektywy i spotkania wdzięczności po każdym sezonie.
- Wspólne szkolenia odpowiadające na potrzeby ujawnione w retrospektywach.
- Rozwój Zielonej Strefy jako przestrzeni troski o dobrostan emocjonalny i przeciwdziałanie wypaleniu.
- Program szkolenia dla wolontariuszy i pracowników: NVC (Porozumienie bez Przemocy) - Ster na empatię, Empatyczne przywództwo.
- Wprowadzenie i rozwój Dwójek Empatycznych.
- Stopniowe wprowadzenie struktury odpowiedzialności w zespołach (opiekun zespołu, opiekun potrzeb, opiekun procesu, specjaliści) – pilotaż, ewaluacja, wdrażanie w kolejnych zespołach.
- Wsparcie zespołów przez funkcję Opiekuna Centrum Rozwojowego w transformacji i realizacji strategii.
- Organizacja rekolekcji dla zespołu.

Efekt w 2028 r.

- 80% pracowników i wolontariuszy ocenia komunikację jako dobrą lub bardzo dobrą.
- 80% działań operacyjnych odbywa się w godzinach 8:00–17:00.
- 100% wolontariuszy i pracowników deklaruje poczucie bezpieczeństwa.
- 80% wolontariuszy korzysta z szkoleń i warsztatów.
- 80% zespołu deklaruje, że łączy ich z Fundacją więcej niż same zadania.

Rozdział IV

Komunikacja - marketing i promocja

Komunikacja Fundacji Pogłębiarka ma wspierać misję (*Pomagamy zrobić krok w głąb każdemu. Niezależnie od miejsca, w którym jest*), prowadząc odbiorców w procesie rozwoju w obszarach: duchowość, psychologia, ciało. Chcemy tworzyć przestrzeń spójną, jasną i piękną, która pomaga odbiorcom spotkać się z wartościami Pogłębiarki, zrozumieć nasze działania oraz świadomie w nie wchodzić.

Celem komunikacji Pogłębiarki jest odbudowywanie i wzmacnianie społeczności, w której ludzie:

- chcą brać odpowiedzialność i stawać się liderami społecznymi w swoich środowiskach,
- uczą się życia w zaufaniu, dialogu i otwartości,
- doświadczają zdrowej zależności – opartej na wzajemności, wolności i uważności.

Komunikacja ma wspierać tworzenie dojrzałej społeczności o charakterze obywatelskim i proaktywność.

JAK? (styl komunikacji Pogłębiarki)

Komunikacja na naszych mediach nie skupia się wyłącznie na informowaniu o wydarzeniach jakie organizujemy, jej celem jest także budowanie narracji, która wprowadza w naszą misję.

Różnicujemy komunikację kierowaną do społeczności dalszej i bliższej – społeczność bliższa ma swoje odrębne kanały komunikacji.

1. Jasność i spójność

- priorytetyzacja treści na różnych kanałach,
- treści prowadzące odbiorcę krok po kroku, tak aby mogły z nich korzystać też osoby nowe,
- spójny język, grafika i narracja we wszystkich kanałach,
- jasno określona jakość - mamy aktualny Brand Manual, który pomaga zachować jednoznaczny, spójny i autentyczny wizerunek we wszystkich działaniach.

2. Roczna i sezonowa narracja treści

- każdy rok ma motyw przewodni,
- treści w Social Mediach, aplikacji, wydarzeniach, YouTube, które są w temacie sezonu są akcentowane (np. w sposób graficzny) aby odróżnić je od innych treści pojawiających się w naszych mediach.

3. Priorytety komunikacji

- nie każde działanie otrzymuje pełną kampanię, wybieramy to, co w danym momencie najbardziej wspiera misję i rytm Fundacji.

4. Pierwszeństwo komunikacji - zespół, społeczność bliższa
 - informacje o planowanych działaniach najpierw kierujemy „do środka” - do Fundacji i społeczności bliższej, następnie na naszych mediach.
5. Współprace
 - współtworzenie treści z twórcami i inicjatywami chrześcijańskimi,
 - partnerstwa promocyjne i edukacyjne.

CO? (główne działania)

1. Spójna narracja i rytm komunikacji

Cele: uporządkowanie przekazu, przewidywalny rytm treści.

Działania:

- przygotowanie planów rocznych i kwartalnych, kampanii tematycznych zgodnych z motywem roku,
- uporządkowanie roli kanałów komunikacji.

2. Profesjonalizacja social mediów i treści cyfrowych

Cele: wysoka jakość wizualna i filmowa, stabilność procesów.

Działania:

- wdrożenie uproszczonej struktury zespołu,
- uporządkowanie procesów komunikacyjnych: od strategii → produkcji → publikacji → analizy,
- wprowadzenie stałych harmonogramów tygodniowych i miesięcznych.

3. Redukcja chaosu komunikacyjnego

Cele: Jasne informowanie o wydarzeniach, bez efektu nadmiaru, komunikaty łatwiejsze w odbiorze.

Działania:

- standaryzacja form,
- mapowanie treści tak, by prowadziły do konkretnych działań: modlitwy, kursów, wydarzeń, grup lokalnych.

4. Współpraca z twórcami

Cele: zwiększenie zasięgu i wiarygodności.

Działania: wspólne webinary, podcasty, wzajemne rekomendacje.

5. Komunikacja dla społeczności bliższej

Cele: wzmocnienie więzi i zaangażowania.

Działania:

- newsletter i kanały dedykowane grupom lokalnym,
- priorytet komunikacji o wydarzeniach i kursach.

Efekt w 2028 r.

Do 2028 roku Fundacja Poglębiarka:

1. Komunikuje się jasno i spójnie, a narracja pomaga odbiorcom w drodze rozwoju poprzez treści z siebie wynikające, pogłębiające.
2. Ma profesjonalną, stabilną i dobrze zorganizowaną obecność w mediach, opartą na wysokiej jakości filmach, grafikach i storytellingu.
3. Działa w uporządkowanej strukturze komunikacji, z zespołem pracującym w realistycznym rytmie, bez chaosu i przeciążenia.
4. Buduje relację ze społecznością bliższą.
5. Współpracuje z innymi twórcami, co wzmacnia zasięg, wiarygodność i jakość treści.
6. Tworzy komunikację przekładającą się na realne decyzje odbiorców, prowadząc ich do modlitwy, medytacji, wydarzeń, kursów i zaangażowania lokalnego.

Rozdział V

Zarządzanie zasobami

Efektywne zarządzanie zasobami jest kluczowe dla realizacji strategii Pogłębiarki. W perspektywie 2026–2028 koncentrujemy się na świadomym wykorzystywaniu potencjału zespołu, odpowiedzialnym pozyskiwaniu finansowania oraz tworzeniu warunków, które umożliwiają stabilny rozwój projektów, szczególnie w obszarach aplikacji, wydarzeń i zespołów lokalnych.

1. Zasoby ludzkie: kadra, wolontariusze, eksperci

W Fundacji dysponujemy unikalnym zapleczem kompetencyjnym. W zespole wolontariuszy znajdują się trenerzy, psychologowie, psychoterapeuci, coachowie i specjaliści pracy z grupą oraz specjaliści innych dziedzin min. graficy, fotografowie, pracownicy IT.

Cel: Dążymy do budowania struktury opartej na współodpowiedzialności, w której zasoby ludzkie są wykorzystywane w sposób zrównoważony i wspierający dobrostan zespołu.

Działania:

- korzystanie z wiedzy i doświadczenia wolontariuszy w prowadzeniu warsztatów, superwizji i szkoleń wewnętrznych.
- Wolontariusze wspierają działanie swoją wiedzą, doświadczeniem i zasobami.
- Angażowanie i dawanie możliwości zarobku wybranym ekspertom poprzez prowadzenie płatnych kursów, warsztatów, działań w ramach działalności gospodarczej Fundacji.
- Rozwijanie kompetencji wewnętrznych zespołu poprzez szkolenia bazujące na zasobach własnych – wiedzy i umiejętnościach osób już obecnych w organizacji.

2. Zasoby finansowe

Finanse Fundacji Pogłębiarka służą realizacji naszej misji. Stabilność finansowa stanowi fundament dla jej skutecznej realizacji i jest niezbędnym warunkiem długofalowego rozwoju Fundacji.

Kluczowym celem jest zapewnienie bezpieczeństwa płynności finansowej, umożliwiającej terminowe pokrycie zobowiązań oraz sprawne prowadzenie zaplanowanych programów.

Aby zapewnić fundusze na działania statutowe Fundacja skupia się na aktywnym generowaniu przychodów i minimalizowaniu ryzyka poprzez uniezależnienie się od jednego typu finansowania.

Cel: Zwiększenie całkowitego budżetu operacyjnego Fundacji.

Działania:

- rozwój fundraisingu indywidualnego (indywidualny darczyńca) poprzez budowanie bazy cyklicznych darczyńców (regularne wpłaty), utrzymywanie kontaktu z darczyńcami oraz

kampanie 1,5% podatku (udział w programie „FaniMani dla NGO” a docelowo jako organizacja pożytku publicznego),

- pozyskiwanie grantów i dotacji, dzięki regularnemu mapowaniu i priorytetyzacja programów grantowych (publicznych, unijnych, korporacyjnych) ściśle powiązanych z celami statutowymi,
- rozwój dochodu własnego (działalność odpłatna/gospodarcza): ustalanie regularnie produktów i usług, przy zachowaniu rygoru oddzielenia tych działań w księgowości,
- budowanie partnerstw korporacyjnych (CSR): budowanie relacji z firmami, włączające ich programy Społecznej Odpowiedzialności Biznesu w projekty Fundacji.

Efekt w 2028 r.

Zwiększenie całkowitego budżetu operacyjnego Fundacji o min. 80%.

Cel: Utrzymanie rezerwy płynności operacyjnej Fundacji.

Działania:

- budżetowanie i prognozowanie: implementacja narzędzi do rocznego budżetowania i kwartalnego prognozowania cash flow (przepływów pieniężnych),
- zarządzanie płynnością: wprowadzenie procedur zarządzania kontami bankowymi i krótkoterminowymi lokatami w celu optymalizacji dostępności środków,
- polityka kosztowa: ustalenie zasad maksymalizacji efektywności wydatków statutowych i minimalizacji kosztów administracyjnych (szacowanie kosztów przed podjęciem decyzji o wdrożeniu działania, opiniowanie przez dyrektora finansowego, podjęcie decyzji przez zarząd, negocjacje, przetargi, podpisywanie umów z wykonawcami, bieżąca kontrola realizacji, rozliczenie i podsumowanie z wyszczególnieniem działań do poprawy przy kolejnych planach do realizacji),
- polityka rachunkowości: potwierdzenie stosowania polityki rachunkowości i jej rocznych przeglądów, ze szczególnym uwzględnieniem prawidłowej alokacji kosztów wspólnych na działalność statutową nieodpłatną, odpłatną i gospodarczą.

Efekt w 2028 r.

Utrzymanie rezerwy płynności operacyjnej Fundacji na poziomie pokrywającym co najmniej 6 miesięcy stałych kosztów operacyjnych.

Cel: Ochrona realnej wartości kapitału Fundacji przed inflacją.

Działania:

1. Budowanie Kapitału Żelaznego (zwany dalej Funduszem Wieczystym), czyli zbioru aktywów Fundacji o charakterze nienaruszalnym (z wyjątkiem sytuacji określonych w statucie).
2. Fundusz Wieczysty będzie budowany z myślą o bardzo długim horyzoncie czasowym i będzie wyodrębniony z bieżącego majątku operacyjnego Fundacji. Aktywa będą lokowane wyłącznie w sposób konserwatywny i bezpieczny, a na cele statutowe przeznaczane będą jedynie wypracowane przez nie dochody (odsetki, dywidendy, zyski kapitałowe), a nie sam kapitał główny.
3. Dochód z działalności gospodarczej: dochód po opodatkowaniu z wyodrębnionej działalności gospodarczej Fundacji może być (po uprzedniej uchwale Zarządu) w całości lub w części przeznaczany na zasilenie Kapitału Żelaznego.

4. Darowizny celowe: przyjmowanie darowizn przeznaczonych bezpośrednio na Fundusz Wieczysty, z wyraźnym zaznaczeniem, że są to środki nienaruszalne.
5. Fundacja będzie lokować część środków pieniężnych, np. na krótkoterminowych lokatach bankowych, zachowując pełną płynność finansową i możliwość niezwłocznego wykorzystania środków na realizację celów statutowych, przy jednoczesnej ochronie ich wartości przed inflacją.

Efekt w 2028 r.

Ochrona realnej wartości kapitału Fundacji przed inflacją oraz wdrożenia bezpiecznego, pasywnego dochodu wspierającego cele statutowe Fundacji.

Źródła finansowania powiązane z obszarami strategii

Spoleczność bliższa

Obejmuje rozwój lokalnych społeczności, formację moderatorów oraz działania budujące więzi i zdrowe zależności.

Źródła finansowania:

Większość szkoleń chcemy realizować poprzez angażowanie wolontariuszy- specjalistów oraz pracowników fundacji. W przypadku potrzeb dofinansowania tego projektu będziemy starać się o:

- granty społeczne i edukacyjne,
- darowizny indywidualne i kampanie celowe.

Cel finansowy w 2028 r.:

Rozwój i formacja moderatorów i prowadzących grupy lokalne, w sposób, który nie obciąża budżetu operacyjnego Fundacji oraz nie narusza zgromadzonych rezerw i oszczędności.

Spoleczność dalsza

Obejmuje aplikację, codzienny rytm treści, kursy online, kanał YouTube, webinary oraz wydarzenia ogólnopolskie.

Źródła finansowania:

- dochód własny: kursy płatne, sklep, wydawnictwo, dochód z wydarzeń,
- fundraising od użytkowników aplikacji i odbiorców treści,
- granty cyfrowe i edukacyjne,
- sponsorzy wydarzeń.

Cel finansowy w 2028 r.:

Samofinansowanie się projektów i wydarzeń.

Świat i organizacje

Obejmuje szkolenia, programy rozwojowe oraz współpracę instytucjonalną.

Źródła finansowania:

- odpłatne szkolenia i programy dla firm, NGO, instytucji edukacyjnych i kościelnych,
- partnerstwa z biznesem – głównie jako wsparcie projektów lub wydarzeń.

Cel finansowy w 2028 r.:

Stale partnerstwa oraz programy szkoleniowe.

Fundacja

Obejmuje rozwój struktury, zespołu, kultury organizacyjnej oraz narzędzi pracy.

Źródła finansowania:

- część dochodów własnych przeznaczanych na rozwój zespołu, narzędzia i strukturę.

Większość szkoleń chcemy realizować poprzez angażowanie wolontariuszy- specjalistów oraz pracowników fundacji. W przypadku potrzeb dofinansowania tego projektu będziemy starać się o:

- granty instytucjonalne i rozwojowe,
- darowizny celowe (np. kampanie na nowe etaty, narzędzia IT).

Zobowiązanie na rzecz wsparcia osób potrzebujących

Co roku 5-10% rocznego dochodu przeznaczamy na wsparcie osób w kryzysie— w Polsce i za granicą.

Przejrzystość i odpowiedzialność

Fundacja zapewnia:

- regularne budżetowanie i prognozowanie - coroczne przygotowanie budżetu rocznego oraz przygotowywanie budżetu szczegółowego każdego wydarzenia,
- przejrzyste raportowanie wobec darczyńców, partnerów i społeczności,
- procedury akceptacji i rozliczeń,
- zewnętrzne przeglądy lub audyty finansowe.

Finanse traktujemy jako narzędzie troski o ludzi, jakość działań i długofalowy wzrost Fundacji — a nie jako cel sam w sobie.

Rozdział VI

Ewaluacja i wdrażanie strategii

Strategia Fundacji Poglębiarka jest dokumentem żywym, który ma wspierać rozwój organizacji w dynamicznie zmieniających się warunkach. Dlatego jej wdrażanie łączy się z regularną refleksją, uczeniem się na doświadczeniu oraz gotowością do wprowadzania korekt.

Ewaluacja służy nie kontroli, lecz świadomemu zarządzaniu kierunkiem rozwoju, dbaniu o spójność działań z misją Fundacji oraz odpowiedzialnemu gospodarowaniu zasobami. Regularne przeglądy pozwalają reagować na potrzeby społeczności, zespołu i zmiany w otoczeniu, jednocześnie zachowując klarowny, długofalowy kierunek.

1. Powołana zostanie stała grupa odpowiedzialna za wdrażanie i monitorowanie realizacji strategii.
2. Grupa będzie spotykała się regularnie – nie rzadziej niż raz na kwartał. Spotkania będą miały charakter przeglądu sprintowego (inspirowanego metodą Scrum), w ramach którego:
 - omawiane będą postępy, trudności i wnioski z realizacji strategii,
 - formułowane będą kolejne kroki i priorytety na najbliższy okres.
3. Zarząd będzie dokonywał przeglądu aktualności strategii co 6 miesięcy, analizując postępy, zmiany w otoczeniu oraz potrzeby organizacji. W razie konieczności Zarząd wprowadzi stosowne korekty i aktualizacje dokumentu.
4. Narzędzia i raportowanie
 - Stała grupa będzie odpowiadać za przygotowanie krótkich raportów z postępów (np. raz na kwartał) i podsumowanie roczne, które służy do aktualizacji kierunków działań.
 - Wnioski z ewaluacji będą przekazywane Radzie Fundacji, zespołom operacyjnym oraz Radzie Programowej, aby zapewnić ciągłość refleksji i doskonalenia.