

PLA ESTRATÈGIC 2010-12

19 de febrer de 2010

INTRODUCCIÓ I ANTECEDENTS

Aquest Pla Estratègic 2010-12 és un intent de planificar les grans línies d'acció que Amics de la gent gran hauria d'endegar en els propers tres anys per assolir l'objectiu de convertir-se en l'entitat de referència a Catalunya pel que fa a persones grans en situació de vulnerabilitat social.

Amb aquest objectiu, la primavera de 2008 ens varem posar en contacte amb el programa Alumni Solidari d'ESADE, que ofereix de forma gratuïta equips de consultors professionals a un nombre limitat i seleccionat d'entitats del Tercer Sector seleccionades. En el nostre cas, varem presentar com a projecte la realització d'un Pla Estratègic i l'empresa que ens fou assignada fou la prestigiosa consultora Europraxis.

Amb un equip de consultors de 14 persones, Europraxis ha estat ajudant-nos des d'aleshores perquè aquest Pla Estratègic sigui una realitat. Començaren per un doble anàlisi- intern i extern- gràcies a desenes d'entrevistes mantingudes a finals de 2008 i principis de 2009 amb els diferents col·lectius que conformen l'entitat (usuaris, voluntaris, patrons, treballadors, donants) així com institucions del nostre entorn (administracions, altres entitats de gent gran). En nasqué un primer document, que fou presentat el Març de 2009. Les primeres conclusions d'aquest doble anàlisi foren discutides en un Taller específic el 24 d'abril d'enguany. Més endavant foren discutides i enriquides en reunió d'equip trimestral.

A partir d'aquest moment, s'inicià un treball de concreció de les primeres intuïcions en objectius estratègics i activitats concretes, a partir de reunions entre consultors especialitzats amb els coordinadors de cadascuna de les grans àrees/departaments d'Amics de la gent gran, excepte Administració. Aquesta feina, que restà incabada aquest estiu, ha estat represa directament per l'equip tècnic de l'entitat a partir del mes de novembre. Les propostes d'Europraxis han estat revisades, concretades, ordenades i, en algun cas, modificades o descartades.

El passat divendres, un grup de treballadors i patrons varen realitzar un Taller Final, on foren discutides i corregides les principals conclusions que es detallen a continuació.

ELS VALORS:

Valor únic i irremplaçable de cada ésser humà	El valor essencial. La clau per defensar la dignitat de les persones grans
Respecte a tot ésser humà	Independentment del seu origen, condició, classe... o edat
Llibertat fonamental de cada persona	La base de la nostra opció pel voluntariat. L'amistat és una opció lliure per voluntari i usuari
Solidaritat	Valor que ens empeny individual i col·lectivament a ajudar les persones menys privilegiades. Els francesos parlen de "fraternité"
Compromís social	D'altres països parlen de "fidelitat". Es el compromís de l'entitat per estar sempre al costat de les persones grans

LA VISIÓ:

**Una societat sense cap
persona gran sola**

LA MISSIÓ

MISSIÓ ANTIGA

Alleugerir la soledat de les persones grans que estan –o se senten- soles i/o aïllades.

PROPOSTA DE NOVA MISSIÓ

Lluitar contra la soledat i la marginació de les persones grans mitjançant l'acció de voluntaris i la sensibilització de la societat.

CONCLUSIONS I OBJETIUS ESTRATÈGICS GLOBALS:

La principal conclusió del Pla Estratègic 2010-12 és que, abans d'endegar un creixement territorial per estendre Amics de la gent gran a tota Catalunya, ens cal **enfortir la nostra base social, econòmica i comunicativa a les poblacions on estem presents**. Dit això, el Pla parla de consolidar-nos a la Província de Barcelona, fet que ens dona un important marge de creixement a noves poblacions.

Els principals objectius estratègics per al conjunt de l'organització són doncs els següents:

- 1. Consolidar la nostra acció social a la província de Barcelona**
- 2. Augmentar la cobertura de la nostra acció social a les delegacions**
- 3. Consolidar un nou model de finançament**
- 4. Passar a ser una entitat coneguda pel gran públic i posicionada amb discurs social i de voluntariat**
- 5. Millorar i acreditar el nostre funcionament intern**

Per aconseguir-ho, s'estableixen una sèrie d'objectius estratègics i activitats que es descriuen a continuació.

AREA SOCIAL:

Objectiu estratègic 1: Millorar i augmentar la cobertura de les nostres serveis principals

Línies estratègiques	Activitats	Resultat esperat	Data d'inici	Data finalització
Anàlisi oferta serveis actual				
	1.1 Actualitzar manual de procediments	Manual de procediments actualitzat pe	Gener 2010	Juny 2010
	1.3 Revisió dels Acompanyaments Esporàdics	Nou procediment Acomp. Esporàdi	Gener 2010	Juny 2010
	1.4 Regular derivacions usuaris establint col.laboraci	Conveni de col.laboració	Febrer 2010	Gener 2011
	1.5 Agilitzar procés d'entrada	Reducció temps mig d'espera	Gener 2010	Desembre 2011

Objectiu estratègic 2: Adaptar els nostres serveis a nous canals

Adaptació a nous canals				
	1.1 Estudi comparatiu de nous canals	Benchmarking nous canals	Setembre 2010	Desembre 2010
	1.2 Implementació de nous canals	Nou canal	Gener 2011	Juny 2011

Objectiu estratègic 3: Estudiar i proposar nous serveis

Proposta de nous serveis				
	1.1 Estudi comparatiu de noves activitats/serveis	Estudi comparatiu activitats	Setembre 2010	Desembre 2010
	1.2 Implementació de noves activitats/serveis	Nova activitat	Juny 2011	Juny 2012

Objectiu estratègic 4: Estudiar les problemàtiques associades a l'aïllament de les persones grans

Estudi problemàtiques aïllament social gent gran				
	1.1 Estudi de soledats/aïllament	Discurs social	Gener 2010	Juny 2011

AREA DE VOLUNTARIAT:

Objectiu estratègic 1: Millorar el cicle de gestió dels voluntaris

Línies estratègiques	Activitats	Resultat esperat	Data d'inici	Data finalització
Revisió de la captació				
	Revisar i millorar el procés de captació	Renovació Manual d'Acollida	Febrer 2010	Maig 2010
		Contracte voluntari	Febrer 2010	Juny 2010
	Diversificar les fonts de captació	Campanya de Member-get-member	Maig 2010	Desembre 2012
		Estratègia voluntariat corporatiu	Setembre 2010	Febrer 2011
		Altres nous canals: e-mailing, face-to-	Juny 2010	Desembre 2012
	Millorar la promoció actual de voluntaris	Campanya promoció barris	Gener 2010	Desembre 010

Revisió de la incorporació				
	Revisar i millorar el procés d'incorporació	Millora grau de satisfacció dels voluntaris	Febrer 2010	Març 2011
	Incrementar contacte fase inicial voluntari	Millora seguiment i coneixença dels voluntaris	Febrer 2010	Març 2011

Revisió de la fidelització				
	Ampliar i renovar Pla de formació	Nou curs de voluntariat	Octubre 2010	Octubre 2010
		2 nous formats de formació	Febrer 2011	Febrer 2012
	Contribuir a comunicació regular cap a voluntaris	Newsletter voluntaris	Gener 2010	Març 2010
	Incrementar activitats lúdiques	Pla de participació	Gener 2010	Desembre 2012
	Establir mecanismes de reconeixement	Accions regulars de reconeixement	Setembre 2010	desembre 2012

Objectiu estratègic 2: Augmentar la participació dels voluntaris

Augmentar participació dels voluntaris				
	Definir les necessitats voluntariat para-professional	Llista de necessitats per Departament	Gener 2010	Abril 2010
	Anàlisi competències professionals voluntaris	Sistema regular informació competències	Octubre 2010	Desembre 2010
	Revisió mecanisme participació política	Nous mecanismes de participació	Març 2010	Juny 2010

Objectiu estratègic 3: Estudiar el fenomen del voluntariat

Estudiar fenomen del voluntariat				
	Estudiar especificitats de voluntaris Amics de la Gent	Discurs de voluntariat	Gener 2010	Desembre 2012

AREA DE RECURSOS HUMANS:

Objectiu estratègic 1: Aconseguir un equip professional de qualitat, estable i motivat

Línies estratègiques	Activitats	Resultat esperat	Data d'inici	Data finalització
Planificació del desenvolupament professional				
	Definició de tots els llocs de treball	Descripció llocs de treball	Maig 2010	Desembre 2010
	Anàlisi de competències equip professional	Anàlisi de competències i necessitats de	Setembre 2010	Febrer 2011
	Anàlisi desenvolupament professional	Pla de carreres professionals	Gener 2011	Juny 2011
Revisió de la remuneració				
	Establiment d'una estructura equitativa de sous	Esquema de sous	Gener 2010	Febrer 2010
	Revisió dels mecanismes de retribució no-salarial	Sistema integrat de remuneració	Gener 2010	Juliol 2010
	Millor del clima laboral	Sistema regular de mesura del clima lab	Setembre 2010	Juliol 2011
Ampliació de la formació				
	Ampliació formació individual treballadors	Plans de formació individualitzats	Juny 2010	Setembre 2011
	Reactivar formacions conjuntes	Sessions de formació conjunta	Gener 2010	Desembre 2012

Objectiu estratègic 2: Planificar les necessitats futures de Recursos Humans

Planificació creixement Recursos Humans				
	Previsió necessitats futures de RRHH	Llista de necessitats per Departament	Setembre 2010	Gener 2011

AREA DE COMUNICACIÓ:

Objectiu estratègic 1: Millorar i segmentar la comunicació interna

Línies estratègiques	Activitats	Resultat esperat	Data d'inici	Data finalització
Anàlisi cost/benefici canals actuals				
	Anàlisi i valoració dels canals actuals	Estratègia comunicativa 2010-12	Gener 2010	Març 2010
	Priorització de canals		Març 2010	Març 2010
Canals alternatius de comunicació ext.				
	Potenciació de la web	Increment visites úniques	Febrer 2010	Febrer 2011
	Participació a xarxes socials	Presència a xarxes socials rellevants	Maig 2010	Maig 2011
	Butlletí electrònic segmentat	Nou E-bulletí segmentat	Gener 2010	Març 2010
	Comunicació via SMS	Sistema de notificació regular	Setembre 2011	Juny 2012

Objectiu estratègic 2: Fer que Amics de la gent gran sigui coneguda pel gran públic

Desenvolupament estratègia de marca				
	Estudi de notorietat i marca	Estudi de marca	Setembre 2010	Març 2011
	Realització i difusió spot T.V	Increment grau de notorietat	Gener 2010	Octubre 2010
Potenciació dels actes				
	Revisió del calendari d'actes	Calendarització actes 2010-12	Gener 2010	Gener 2010
	Gestió integral de VIPS	XXX nous VIPS	Gener 2010	Desembre 2012
Increment presència a mitjans				
	Incorporació de patró mediàtic /MMCCC	Nou patró	Juny 2011	Juny 2011
	Participació directa a mitjans	Canal propi a mitjans	Gener 2012	Desembre 2012

Objectiu estratègic 3: Posicionar Amics de la gent gran com a entitat experta en gent gran i voluntariat

Desenvolupament estudi de referència				
	Anàlisi àrees d'interès i tema	Estudi periòdic de referència	Gener 2010	Febrer 2010
	Recerca de partners		Febrer 2010	Juny 2010
	Realització estudi		Juliol 2010	Maig 2011
	Presentació pública estudi		Juny 2011	Juny 2011
	Avaluació impacte		Juliol 2011	Setembre 2011

AREA DE CAPTACIÓ DE FONDS:

Objectiu estratègic 1: Mantenir i consolidar el finançament públic

Línies estratègiques	Activitats	Resultat esperat	Data d'inici	Data finalització
Consolidar finançament públic				
	Millora control de subvencions	Calendari de subvencions	Gener 2010	Gener 2010
	Aconseguir nous convenis plurianuals	Conveni amb Diputació BCN i MSPS	Gener 2010	Desembre 2012

Objectiu estratègic 2: Ampliar i diversificar el finançament privat

Incrementar base de socis i donants				
	Estratègia de generació de prospectes	Nous interessats 2010-12	Febrer 2010	Març 2012
	Noves Campanyes (mailing, e-mailing, etc)	Nous socis&donants 2010-12	Abril 2010	Desembre 2012
	Consolidació del Face-to-Face	Nous socis 2010-12	Gener 2010	Desembre 2012
	Acte/campanya de captació de fons	Nous interessats, socis&donants 2010-12	Juliol 2010	Febrer 2011
Desenvolupar política de llegats i herències				
	Realització Dossier herències i llegats	Dossier Herències i Llegats	Gener 2010	Març 2010
	Definició Protocol herències i llegats	Protocol Herències i Llegats	Gener 2011	Juny 2011
	Campanya herències i llegats	Campanya herències i llegats	Febrer 2011	Desembre 2012
Desenvolupar estratègia de grans donants				
	Selecció primers grans donants	Llista grans donants potencials	Gener 2011	Gener 2011
	Desenvolupament estratègia grans donants	Nous grans donants	Gener 2011	Desembre 2012
Ampliar finançament d'organitzacions privades				
	Establiment política de mecenatge i patrocini	Calendari de patrocinis	Març 2010	Desembre 2010
	Activació nous partenariats	Protocol de patrocinis	Juliol 2010	Desembre 2012
Generar ingressos propis				
	Realització accions de merchandising	Augment ingressos activitat econ.	Abril 2010	Desembre 2012
	Participació en productes solidaris	Acords de col.laboració productes solidaris	Setembre 2010	Desembre 2012
	Estudiar creació font regular ingressos	Creació de possible empresa	Juny 2011	Desembre 2012

Objectiu estratègic 3: Millorar la fidelització de les diverses fonts de finançament

Fidelitzar diverses fonts de finançament			
Revisar protocol gestió socis i donants	Pla de relació socis& donants	Gener 2010	Genere 2010
Establir comunicació regular socis i donants	Comunicació regular socis&donants	Gener 2010	Desembre 2012
Estudi intern socis i donants	Coneixement directe perfil socis&donants	Novembre 2010	Maig 2011
Fomentar participació socis&donants	Trobada de socis&donants	Desembre 2010	Desembre 2012

EVOLUCIO HISTÒRICA I QUANTIFICACIÓ D'OBJECTIUS:

Departament: SOCIAL

Total Usuaris

2009	2010	2011	2012
741	850	965	1150

Departament: VOLUNTARIAT

Total Voluntaris

2009	2010	2011	2012
576	665	780	928

Departament: COMUNICACIÓ

Visites web

2009	2010	2011	2012
49.255	75.000	100.000	130.000

Departament: CAPTACIÓ DE FONDS

Total col·laboradors

2009	2010	2011	2012
1.198	1.590	2.030	2.600