Guía del asociacionismo

FEVADACE
FEDERACIÓN DE DAÑO CEREBRAL DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Participación, Transparencia, Cooperación y Calidad Democrática

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

EL ASOCIACIONISMO

- Qué es
- Por qué es importante
- Cómo fomentarlo

LA PARTICIPACIÓN

- Qué es
- La participación asociativa
- Cómo mejorar la participación

EL PLAN DE MARKETING

- Qué es
- Por qué es importante

ALGUNAS EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE NUESTRAS ENTIDADES

INTRODUCCIÓN

Desde nuestra Federación, tenemos como uno de nuestros principios el fomento de las estructuras asociativas del colectivo de personas afectadas por un DCA y sus familias. Por ese motivo, es fundamental desarrollar acciones que ayuden a fomentar, mejorar y mantener una red de asociaciones lo más amplia posible por todo el territorio de la Comunidad Valenciana. Estas entidades tienen la finalidad de acoger y encauzar las demandas de nuestro colectivo.

Por esa razón, durante el 2021, se llevo adelante una profunda reflexión sobre las formas de mejorar la vida interna de nuestras entidades, y seguir creciendo como una red qu une al colectivo de personas afectadas por un DCA y sus familias. Todo ello para servir como herramienta de canalización de demandas y transformación social.

Esta reflexión se abordó desde tres conceptos diferentes: asociacionismo, participación y plan de marketing.

A lo largo de esta guía vamos a ofrecer algunas claves para comprender estos conceptos y exponer que relación existe entre ellos.

Por último, esta guía muestra algunas de las acciones que durante el 2022 se han desarrollado en alguna de nuestras entidades federadas, con la intención que esto sirva de muestra e incentivo para otras entidades sociales interesadas en esta cuestión.

EL ASOCIACIONISMO

→ QUÉ ES

El asociacionismo es un movimiento de índole social que propone la creación de asociaciones políticas, cívicas y de otro tipo para tratar los asuntos de interés comunitario.

Por medio de grupos de trabajo sus integrantes tienen al alcance de la mano poder participar de manera activa en la sociedad en la que viven, haciendo propuestas, planteando proyectos que les interesen o desarrollando todo tipo de acciones orientadas a la mejora de su bienestar y del resto de ciudadanos.

Por último, cabe destacar que en el marco de la educación social, el asociacionismo sostiene que la participación de los ciudadanos en el debate público es el mejor camino para modificar la realidad y mejorar las condiciones colectivas de vida, ya que permite conseguir el bien común.

→ POR QUÉ ES IMPORTANTE

La importancia de las asociaciones y su incremento en la sociedad se ve reflejado en la evolución de la regulación normativa. Tanto en la Constitución como en la Declaración Universal de los Derechos Humanos ya se mencionaba y se contemplaba el derecho a asociarse. Más tarde fueron aparecieron leyes específicas, con el objetivo de actualizar la legislación, primero la 30/1994, donde se incluía la necesidad de estimular la iniciativa privada en la realización de actividades de interés general y, posteriormente, la vigente Ley 1/2002. La norma actual refleja estas características fundamentales de las asociaciones:

Su estructura democrática (característica diferenciadora de esta forma jurídica).

La ausencia de fines lucrativos.

Garantizar las vías de participación de las personas en la vida social y política.

La evolución de la normativa reguladora de las asociaciones ha ido reconociendo la importancia de las funciones que cumplen como agentes de cambio y transformación social. Por lo tanto, no hay vacío legal, no hay doble cara en estas entidades jurídicas, están perfectamente reguladas y a disposición de los ciudadanos para el desarrollo de actividades y acciones. Disponemos de un instrumento valiosísimo, completamente regulado y reconocido, que permite el ejercicio activo de la ciudadanía y la consolidación de una democracia avanzada, representando los intereses de los ciudadanos ante los poderes públicos y permitiendo el fortalecimiento de la sociedad civil, y los canales y espacios de información y opinión de la ciudadanía.

Las Administraciones Públicas no sólo deben proteger y apoyar a las asociaciones cívicas existentes, sino también fomentar la afiliación a las mismas y la creación de nuevas entidades, la participación activa en su seno y la implicación creciente en la búsqueda del bienestar y la calidad de vida para la sociedad.

Es fundamental promover una sociedad dinámica, participativa y democrática. Somos actores de nuestro mundo. Debemos perseguir tener mayor poder de decisión, y esto se consigue con redes asociativas que establezcan vínculos de unión entre la ciudanía y el sistema político.
El asociacionismo es progreso y avance en las sociedades, ya que con él se promueve la participación ciudadana, buscando el bienestar común y el bien público.

→ CÓMO FOMENTARLO

Como iremos viendo durante la guía, la clave para un buen movimiento asociativo no es únicamente la creación de asociaciones, sino también que éstas establezcan unos buenos procesos de acceso y de participación de la población a la cual van dirigidas.

Visto así el asociacionismo puede fomentarse de diferentes formas:

Por la creación de estructuras asociativas que acojan los intereses de la ciudadanía.

Que estas estructuras sean accesibles y tengan un nivel óptimo de democracia interna y de participación de sus miembros.

A su vez, estas entidades asociativas se unan a otras entidades en el trabajo cooperativo interasociativo.

LA PARTICIPACIÓN

→ QUÉ ES

Utilizamos la palabra “participación” para referirnos a la asistencia a una charla, a los talleres de gimnasia, a una reunión convocada por la Junta Directiva, etc., es decir, somos personas usuarias, beneficiarias... alguien que sólo “está”, no “es”.

Sin embargo “participar” no es sólo eso, significa “tomar parte”, “intervenir”, “comprometernos”, ser protagonistas de lo que ocurre a nuestro alrededor, es “ser y estar a la vez”, querer y sentirse parte de algo importante que sucede o no en función de mi implicación.

Hablamos por tanto de participación cuando no nos limitamos a ser meras personas espectadoras o destinatarias de lo que nos ocurre, sino que actuamos, hacemos cosas para transformar nuestra realidad, para cambiarla, para mejorarla.

Una de las formas más necesarias y posibles de participar en la vida de la comunidad son las asociaciones

→ LA PARTICIPACIÓN ASOCIATIVA

Las asociaciones son “escuelas de Participación”, favorecen y son el espacio gracias al cual podemos hacer cosas, transformar la realidad desde nuestro ámbito más cercano.

Por eso mismo, las asociaciones no pueden “predicar” la participación y no practicarla en su vida interna: las asociaciones deben ser un ejemplo de participación democrática, porque son un proyecto “colectivo” y además, la participación las hace más eficaces.
No puede ser de otra forma: cuanta más gente se implique y participe activamente, mayor será nuestra capacidad, nuestro poder.

→ CÓMO MEJORAR LA PARTICIPACIÓN

Hay tres aspectos que debemos tener en cuenta a la hora de intervenir en la participación de nuestras entidades:

Querer hacer cosas, sentir ilusión, necesidad, deseo por hacer algo. Esa es la primera condición para hacerlo, para ponernos en marcha, para empezar a participar. Hay, al menos, tres aspectos fundamentales que hay que reforzar para mejorar y aumentar la motivación para la participación dentro de un colectivo o asociación:

Identificación con los objetivos.

Identificación con las personas que forman la asociación.

Certeza de que lo que hacemos es útil.

Pero para participar no es suficiente con querer hacerlo, también debemos saber cómo hacerlo. La formación es la segunda condición necesaria para que la participación sea posible y sobre todo, eficaz. Por ello, en este punto debemos tener en cuenta:

La formación para la tarea.

La formación para el trabajo grupal.

Y la formación para la organización.

Como tercer factor se ha de tener en cuenta que en la participación vamos a hablar de la capacidad de poder organizar medios, recursos, oportunidades, espacios, para así alcanzar los fines que pretendemos. Muchas buenas intenciones han fracasado por una mala organización y un mal reparto del trabajo, por tanto, la organización es algo que debemos construir y mantener entre todos y todas. Organizarse es la tercera condición necesaria para que la participación sea posible en nuestras asociaciones. Son tres los espacios asociativos cuya organización debemos cuidar:

Organización de la tarea.

Organización de la información y la comunicación.

Organización del "mantenimiento" interno.

EL PLAN DE MARKETING

→ QUÉ ES

El marketing social es simplemente una combinación de técnicas de marketing habituales pero que, en lugar de promocionar un producto o servicio, promocionan y dan visibilidad a un problema social.

El objetivo es que la organización convenza a su público objetivo para que colabore en la solución de algún problema: el racismo, la violencia de género, la desigualdad o la injusticia, entre otros muchos.

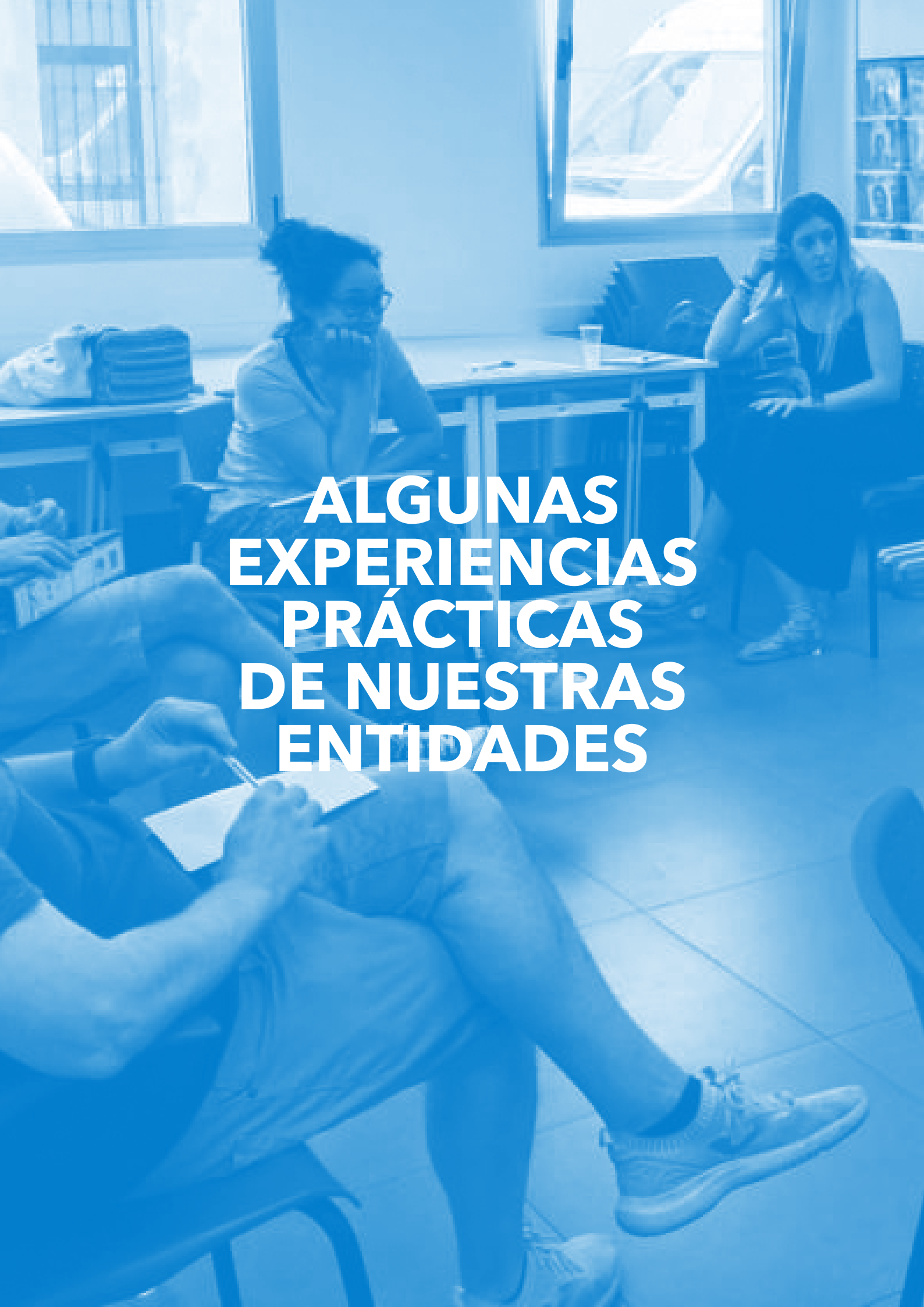
El plan de marketing será la herramienta que nos ayude a planificar, desarrollar y evaluar acciones que busquen la mejora de la participación en nuestras asociaciones y de este modo fortalecer el asociacionismo de las personas con DCA y sus familias.

→ POR QUÉ ES IMPORTANTE

Al igual que cualquiera de los proyectos que se realizan en las entidades sociales, es importante que nunca olvidemos que la participación es uno de los pilares de las asociaciones. Como ya señalamos anteriormente, no basta con constituir una asociación, también debemos desarrollar una tarea para que nuestra entidad sea un espacio de participación civil.

Con esta finalidad podemos desarrollar un plan de marketing. Esta herramienta nos ayudará a analizar la situación de nuestra entidad (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), también nos guiará en el análisis del colectivo al que nuestra entidad está dirigida (reparto geográfico, hábitos, uso de nuevas tecnologías, intereses, etc). En el plan también proyectaremos los objetivos y las acciones que darán respuesta a las diferentes cuestiones analizadas y que influyen en la participación asociativa. En nuestra planificación deberemos establecer igualmente los indicadores que utilizaremos a la hora de evaluar las acciones que queramos desarrollar, así como las herramientas y espacios de evaluación.

El plan de marketing se convierte en una herramienta que nos ayudará a estructurar y desarrollar un conjunto de acciones para la mejora de nuestras entidades asociativas.



ALGUNAS EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE NUESTRAS ENTIDADES

→ ADACEA

Experiencia 1

Asociación DAño CErebral Adquirido
Provincia de Alicante

OBJETIVO
Fidelizar personas asociadas.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN
Para llevar a cabo una buena atención, estar más pendientes y llevar seguimientos periódicos es necesario que más personas se encarguen de ello.
Campaña voluntariado: dar valor añadido a la persona asociada ampliando los servicios como acompañamiento para respiro y acompañamiento en eventos para ayudar.
Poner en marcha información a través de medios de comunicación más accesible y cotidianos con personas asociadas.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO
Contratar trabajadoras sociales y que se encarguen de llevar este seguimiento aumentando en un 50% las entrevistas y los seguimientos.
Aumentar la participación de los voluntarios en estas actividades en un 40% Poner en marcha el WhatsApp-API. Ver aumento de recepción de información respecto a Mailchimp y grado de interacción
Evaluación de la acción: verde. La actividad se ha realizado según lo previsto y ha ayudado a conseguir más del 60% del objetivo previsto.

EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN
Verde. La actividad se ha realizado según lo previsto y ha ayudado a conseguir más del 60% del objetivo previsto.

OTROS COMENTARIOS
Se ha pasado de hacer 3 entrevistas semanales a 6. Y de 2/3 seguimientos mensuales a 10. Datos de media.
La campaña se ha llevado a cabo por redes. Otros años ha sido por radio. El grado de interacción es mucho mayor, debido a que es por WhatsApp.

→ ADACEA

Experiencia 2

Asociación DAño CErebral Adquirido
Provincia de Alicante

OBJETIVO
Aumentar el número de personas asociadas.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN
Calendarios (pago y gratuitos).
Paquete de bienvenida. Vídeo de usuarios con trozos de algo común y que llegue un trozo a la persona asociada para que se sienta parte de la familia ADACEA
Refuerzo de RRHH en administración para liberar la figura de Ignasi más hacia Comunicación, BBDD, CRM para comunicar mejor, segmentar, seguimiento más adecuado y en definitiva mejorar la atención.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO
Aumentar la incidencia política en medios de comunicación que lleve a aumento de llamadas de información
Se ha metido los lunes por la mañana a una persona externa, pero no es suficiente.

EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN
Verde. La actividad se ha realizado según lo previsto y ha ayudado a conseguir más del 60% del objetivo previsto.

→ ATENEU CASTELLÓ

Experiencia 1

OBJETIVO
Fomentar la participación de las personas asociadas con DCA.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN
Fomento de la participación en la Comisión de sensibilización. Abrimos la comisión, hasta entonces de 6 miembros, al conjunto de personas asociadas, profesionales y empresas vinculadas a través de un formulario. La sorprendente acogida superó todos los parámetros. Se obtuvieron 56 respuestas positivas, repartidas proporcionalmente en tres grupos: personas con DCA, familias, profesionales. Para hacerla operativa, la subdividimos en 6 grupos, integrados por 6/8 personas de los 3 perfiles y se programaron 12 acciones a ejecutar en 2 semestres.
GRUPO 1: encuentro de profesionales / Marcha ATENEU.
GRUPO 2: asamblea General junio / Asamblea General diciembre y Día DCA.
GRUPO 3: almuerzo Solidario.
GRUPO 4: evento VILA-REAL /jornada FEVADACE
GRUPO 5: lotería/ jornada de puertas abiertas.
GRUPO 6: encuentro de familias / jornada Lúdica.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO
1. Fidelizar al 50% de las nuevas personas asociadas con DCA. Se consiguió llegar al 66%.
2. Que el 50% de los profesionales sean asociados/as colaboradores/as: supone 10 trabajadores/as. Se consiguió llegar al 75% de profesionales.
3. Incorporar tres empresas como asociadas colaboradoras. Se consiguió el resultado y también se asoció un particular.

EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN
Verde. La actividad se ha realizado según lo previsto y ha ayudado a conseguir más del 60% del objetivo previsto.

OTROS COMENTARIOS
Esta acción requiere de un gran esfuerzo de planificación y gestión, y de la implicación activa de un núcleo básico de al menos dos profesionales por grupo.

→ ATENEU CASTELLÓ

Experiencia 2

OBJETIVO
Fidelizar a las personas asociadas no usuarias de servicios.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN
Establecer un protocolo de atención a las personas con DCA y familiares asociadas tras la baja en el programa.
La coordinadora informa a la responsable de relaciones con personas asociadas.
Esta figura contacta telefónicamente con la persona /familiar. Se conversa sobre su experiencia en ATENEU, su conocimiento sobre misión, visión y actividades, su valoración de la entidad, su interés en mantenerse activa e informada.
Se le invita a acudir a una Junta.
La Coordinadora o profesional en quien delegue mantiene, al menos, un contacto anual para conocer su estado y situación.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO
Aplicar el protocolo al 50% de las bajas. Sin embargo, sólo lo hicimos en el 36% de los casos, a pesar de la buena acogida de la acción. Esta actividad requiere compromiso y dedicación por parte de la responsable de relaciones con personas asociadas.

EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN
Naranja. La acción es positiva, aunque debería de revisarse alguno de los aspectos planteados para su realización. (Tiempo, recursos usados, etc.).

OTROS COMENTARIOS
Esta actividad requiere compromiso y dedicación continuada por parte de la responsable de relaciones con personas asociadas.

→ DACEM

Experiencia 1

ASOCIACIÓN DE DAÑO CEREBRAL ADQUIRIDO Y ESCLEROSIS MÚLTIPLE PARA EL ALTO PALANCIA Y MIJARES

OBJETIVO

Captar personas colaboradoras, segmento mujeres 35-55 años.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Actividades en nuestras instalaciones, dirigidas de manera conjunta para nuestras personas asociadas y población mujeres 35-55 años. Hemos realizado clases de yoga, actividad física, juegos de FEVADACE el día del DCA.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Nos propusimos un indicador general para todo el Plan de Marketing: 50 personas colaboradoras.

Resultado: 27 personas: 13 colaboradoras, 10 personas con DCA y familias y 4 voluntarias. Sí que hay bastantes mujeres, y cierto porcentaje sí que cumple con el rango de edad propuesto (35-55 años).

EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN

Naranja. La acción es positiva, aunque debería de revisarse alguno de los aspectos planteados para su realización. (Tiempo, recursos usados, etc.).

OTROS COMENTARIOS

Hemos valorado como naranja la actividad porque no hemos llegado al resultado del 60 % sino al 50% pero consideramos que es una actividad que debemos mantener incluso mejorar y aumentar. También observamos que con estas actividades hemos captado personas voluntarias de manera indirecta y vemos que este colectivo también formaría parte del grupo de personas colaboradoras.

→ DACEM

Experiencia 2

ASOCIACIÓN DE DAÑO CEREBRAL ADQUIRIDO Y ESCLEROSIS MÚLTIPLE PARA EL ALTO PALANCIA Y MIJARES

OBJETIVO

Captar personas colaboradoras.

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Promociones para hacerse persona colaboradora (10€). Feria de Segorbe y otras celebraciones.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Nos propusimos un indicador general para todo el Plan de Marketing: 50 personas colaboradoras.

EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN

Naranja. La acción es positiva, aunque debería de revisarse alguno de los aspectos planteados para su realización. (Tiempo, recursos usados, etc.).

OTROS COMENTARIOS

Solo hemos realizado una promoción que fue la Feria de Segorbe y como tuvo bastante éxito, lo que hicimos fue mantener ese precio para las personas que quisieran colaborar con la entidad.

FEVADACE
FEDERACIÓN DE DAÑO CEREBRAL
DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Participación,
Transparencia, Cooperación
y Calidad Democrática