

Plan Estratégico 2015-2020



Asociación Síndrome de Down de Córdoba



ÍNDICE

Presentación.....	1
Introducción	1
Identidad	1
Nuestra Misión	1
Nuestra Visión.....	1
Nuestros Valores.....	1
Líneas Estratégicas a seguir en los próximos 4 años	1
Línea Estratégica 1: Comunicación Interna	1
Línea Estratégica 2: Estructura y Organización Interna	2
Línea Estratégica 3: Recursos Financieros.....	2
Línea Estratégica 4: Servicios	2
Línea Estratégica 5: Movimiento Asociativo.....	2
Línea Estratégica 6: Visibilidad de la Entidad	2
Plan de Seguimiento y Evaluación del Plan Estratégico	3
Plan de Comunicación	3

☺ PRESENTACIÓN:

La evolución natural de DOWN CORDOBA y el crecimiento experimentado en los últimos años, a raíz de la apertura del nuevo Centro de Recursos, unida a la situación actual provocada por cambios políticos, legislativos y las tendencias socio-económicas del País, han supuesto para nuestra Entidad, un necesario replanteamiento de la situación existente, conllevando el pararnos a pensar qué queríamos hacer con la Asociación y sobre todo hacia donde dirigirla.

La Fundación Luis Vives nos aprobó el participar en un Proyecto de Formación y Asesoramiento, para la elaboración de un Plan Estratégico, lo que nos ha posibilitado la capacitación necesaria para conseguir la plasmación de un Documento por el que se regirán los próximos cuatro años de la Asociación.

Entendemos que es el momento de comenzar una nueva etapa, fortalecernos como movimiento Asociativo sin desviarnos de los fines de nuestra Entidad, logrando:

- ☺ **Recuperar nuestro pasado:** La ilusión, la unión, el recuerdo, las vivencias de todos aquellos que subieron al tren de DOWN CÓRDOBA.
- ☺ **Conocer nuestro presente:** Las demandas sociales y las nuevas tendencias que se asientan rápidamente en una sociedad tan cambiante, cómo nos adaptamos para seguir siendo una organización sostenible.
- ☺ **Planificar nuestro futuro:** Ver que existen personas que nos necesitan, creen en nosotros y debemos orientar nuestro futuro hacia ellos.

Lo importante durante este camino es mantener la coherencia entre una Entidad sostenible, nuestra finalidad y misión, sin pasar por alto nuestros principios y valores. Tener claro que si el entorno cambia hay que reconocerlo y saber anticiparnos a ello, siendo los primeros en hacerlo para que siempre tengamos ese valor añadido que nos diferencie. Con este Plan, la Asociación pretende fortalecer y consolidar sus bases para llegar a ser un referente a seguir dentro del movimiento Asociativo de atención a las Personas con Síndrome de Down.

Desde DOWN CÓRDOBA queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han colaborado desinteresadamente en la realización de este proyecto. En especial, a la Fundación Luis Vives que nos ha brindado la oportunidad de llevarlo a cabo, a D. Julián Moreno Alego que ha sido nuestro Asesor asignado por la Fundación, al Comité de Planificación, por su entrega y dedicación, a todo el equipo de Profesionales de DOWN CÓRDOBA por su colaboración y a todos aquellos que se han prestado a ayudarnos en la elaboración de este Plan Estratégico.

Asimismo, queremos agradecer a todas las Entidades Financiadoras de nuestra Asociación (Junta de Andalucía (a través de sus distintas Consejerías), Diputación de Córdoba, Fundación CajaSur, Obra Social de CajaMadrid, Fundación "la Caixa", Fundación Once, Ayuntamientos de Córdoba, Lucena y Montilla, etc.) por depositar su confianza en el trabajo que desde DOWN CÓRDOBA realizamos día a día.

Luis J. Guada Díez
Presidente DOWN CÓRDOBA

● INTRODUCCIÓN:

El 2º Plan Estratégico de DOWN CÓRDOBA, pretende recoger la orientación estratégica que nuestra Asociación necesita para los próximos cuatro años, partiendo de los logros conseguidos y materializados tras la revisión del 1er Plan Estratégico. Ha sido elaborado tras un profundo análisis del entorno y valorando la evolución del cambio que DOWN CÓRDOBA estaba experimentando de forma interna. Nuestra Entidad espera que este Plan nos ayude a cumplir nuestra Misión y alcanzar nuestra Visión de futuro.

En este 2º Plan Estratégico, necesitamos incidir en aspectos clave como:

- Qué conocimiento se tiene de la Asociación, sus servicios y recursos.
- Las necesidades y expectativas de las personas con Síndrome de Down y sus familias.
- El grado de implicación con nuestro movimiento Asociativo.
- Con qué financiación se había contado hasta el momento y cual es la que hay prevista.
- Qué esperaban desde otros Organismos de la Asociación.

La definición de la Misión, visión y valores se elaboraron a partir de la información recogida en el 1er Documento, y tras realizar varias reuniones de grupo y de la revisión de los Estatutos, la Identidad Corporativa ha vuelto a ser ratificada en Asamblea.

☺ IDENTIDAD:

NUESTRA MISIÓN:

La Asociación Síndrome de Down de Córdoba (DOWN CÓRDOBA), tiene como misión poner al alcance de las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, de la provincia de Córdoba, los medios y recursos pertinentes, orientados hacia el máximo desarrollo de sus capacidades de autonomía e independencia, de modo que mejore su calidad de vida y la de sus familias. En este sentido, apostamos por la plena integración e inclusión en todos los ámbitos de la vida (familiar, social, escolar, laboral...) y por el uso de los recursos que la Comunidad ofrece en situación de igualdad a cualquier otro ciudadano.

NUESTRA VISIÓN:

La visión de DOWN CORDOBA es llegar a convertirse en una Institución de referencia en Córdoba y su provincia, que impulse el desarrollo integral de todas las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, por medio de la filosofía de la Vida Independiente, mediante un equilibrio entre los beneficios sociales y económicos, promoviendo servicios que satisfagan sus necesidades bajo el prisma de la Vida Autónoma e Independiente.

NUESTROS VALORES:

Nuestra Asociación se fundamenta en los siguientes VALORES:

- **Valor de la persona:** Consideramos a las personas con Síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales, como un valor en sí mismos.
- **Solidaridad:** En nuestra Organización estamos identificados con nuestros/as Asociados/as, por eso día a día brindamos nuestro esfuerzo en buscar condiciones que les permitan satisfacer sus necesidades y cumplir sus aspiraciones.
- **Compromiso:** Todos los que conformamos la Asociación, estamos comprometidos con el quehacer de la Organización, nos identificamos con los objetivos que persigue, primando en todo momento el interés de la Organización antes que el individual.
- **Transparencia:** Trabajamos bajo los principios éticos y morales, manteniendo coherencia entre estos y las acciones de las personas que integran nuestra Organización, garantizando además el acceso a la información de forma ágil y oportuna.
- **Igualdad:** Conciencia de que nuestra Organización está compuesta por personas que comprometen sus recursos para el bien común, y que por tanto, adquieren los mismos derechos y obligaciones. No se antepondrán los intereses de uno sobre otro y no habrá diferencia de tratamiento para con ninguno.
- **Excelencia:** Nuestros grupos de interés (Asociados/as, Usuarios/as, Colaboradores/as, etc.) son las personas más importantes para nuestra Organización, por esto procuramos que tanto nuestros productos y servicios, como la manera en que los ofrecemos, excedan sus expectativas.
- **Profesionalidad** en la prestación de servicios al colectivo de personas con Síndrome de Down. Todos nuestros servicios serán prestados por profesionales debidamente cualificados, según las normas que afecten al sector.
- **Calidad en el trabajo.** La organización aplicará criterios de calidad comúnmente aceptados. Implantando sistemas de gestión de calidad.

☺ LÍNEAS ESTRATÉGICAS A SEGUIR EN LOS PRÓXIMOS CUATRO AÑOS:

Las líneas estratégicas obtenidas del análisis D.A.F.O. y C.A.M.E. son las siguientes, las cuales se desplegarán a continuación en acciones y objetivos concretos:

1. Comunicación Interna.
2. Estructura y Organización Interna .
3. Recursos Financieros.
4. Servicios.
5. Movimiento Asociativo.
6. Visibilidad de la Entidad

Línea estratégica 1: COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo General: Definir un Plan de Comunicación interna que favorezca el conocimiento de la actividad de la organización entre las personas de la entidad (empleados, voluntarios, colaboradores, socios y usuarios), y que establezca mecanismos eficaces para la coordinación interna.

Objetivos específicos	Resultados previstos para la consecución del objetivo general y/o específicos	Indicadores
<p>OE 1.1 Realizar un análisis de necesidades en materia de comunicación interna</p>	<p>R.1.1.1 Tener un conocimiento de las necesidades de las personas (empleados, voluntarios, directivos...) de la organización en materia de comunicación R.1.1.2 Tener un conocimiento de las necesidades de los socios y usuarios de la organización en materia de comunicación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE • % de personal que ha respondido a la consulta
<p>OE 1.2 Establecer un Plan de Comunicación Interna</p>	<p>R1.2.1 Tener definidos los objetivos de la comunicación interna R.1.2.2 Tener definidos los públicos objetivo y los mensajes clave a transmitir a cada uno de ellos R.1.2.3 Tener definidos los contenidos, canales, procedimientos, herramientas... que permitan cumplir con los objetivos previstos R.1.2.4. Haber conseguido que los públicos objetivos conozcan el Plan de Comunicación a través de la difusión, la información y la formación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE • Grado de eficacia en la implantación del Plan de Comunicación • Grado de conocimiento del Plan de Comunicación.
<p>OE 1.3 Diseñar un sistema de evaluación y revisión de la Comunicación Interna</p>	<p>R.1.3.1 Tener definido un procedimiento de evaluación y mejora continua R.1.3.2 Tener definidos mecanismos para conocer el grado de satisfacción de los públicos objetivos de la Comunicación Interna R.1.3.3 Conseguir un nivel de satisfacción superior a 7 en una escala de 1 a 10 a partir del 2012</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE • Grado de satisfacción • Número de mejoras tras la evaluación y análisis

Línea estratégica 2: ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN INTERNA

Objetivo General: Revisar la estructura organizativa con el objetivo de establecer un modelo más operativo y funcional, con un sistema de gestión basado en procesos y que cuente con herramientas y aplicaciones específicas para una gestión integral de la organización.

Objetivos específicos	Resultados previstos para la consecución del objetivo general y/o específicos	Indicadores
OE 2.1 Adaptar la estructura organizativa al modelo de calidad implantado.	R.2.1.1 Contar con un nuevo modelo organizativo (organigrama) que se ajuste a la Misión, Visión y Valores de la entidad. R.2.1.2 Conseguir una mayor eficacia de cada uno de los órganos, en particular y de la entidad, en general	<ul style="list-style-type: none"> Grado de cumplimiento del OE. Grado de adaptación del nuevo Organigrama a la Misión, Visión y Objetivos de la Entidad.
OE 2.2 Definir los puestos de trabajo con relación a la nueva estructura.	R.2.2.1 Tener un catálogo de los puestos de trabajo de la entidad con referencia a las funciones, competencias, categoría laboral y expectativas de cada uno. R.2.2.2 Conseguir mejores resultados en el trabajo de cada persona integrada en la estructura de la entidad.	<ul style="list-style-type: none"> Grado de cumplimiento del OE. Grado de adecuación de las personas de la entidad a los puestos definidos. Grado de satisfacción de los trabajadores de la entidad.
OE 2.3 Definir los procesos, establecer los procedimientos, desarrollar las herramientas homologadas y aplicaciones específicas que garanticen la correcta actividad de la entidad.	R.2.3.1 Contar con el mapa de procesos de la entidad. R.2.3.2 Tener establecidos los procedimientos que regulan cada proceso. R.2.3.3 Contar con las herramientas necesarias para el recoger y gestionar la información necesaria en cada proceso. R.2.3.4. Contar con un soporte digital común a toda la organización que permita el procesamiento informático de la información y mejore el sistema de toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> Grado de cumplimiento del OE Grado de eficacia de los procedimientos y herramientas en los distintos procesos.
OE 2.4 Desarrollar un sistema de contabilidad analítica.	R.2.4.1. Disponer de una aplicación informática adecuada. R.2.4.2. Tener una estructura de costes definidos y la imputación de cada coste directo o indirecto. R.2.4.3. Formar al personal implicado en el proceso.	<ul style="list-style-type: none"> Grado de cumplimiento del OE Grado de eficacia de la herramienta elaborada. Grado de adaptación de las actuaciones del personal implicado a la nueva estructura.

Línea estratégica 3: RECURSOS FINANCIEROS

Objetivo General: Diversificar las fuentes de financiación para alcanzar una estructura financiera en la que tenga un mayor peso la financiación interna de forma que aumente la capacidad de decisión y actuación.

Objetivos específicos	Resultados previstos para la consecución del objetivo general y/o específicos	Indicadores
<p>OE 3.1. Decidir el modelo de aportación económica del usuario de forma solidaria.</p>	<p>R.3.1.1. Llegar a un modelo equilibrado y solidario de aportación económica del usuario en los diferentes servicios. R.3.1.2. Que el modelo de aportación conlleve la sostenibilidad del sistema de gestión de la entidad. R.3.1.3. Conseguir, a través de un proceso de sensibilización e información, la aceptación del sistema.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • La eficacia del modelo de aportación. • El grado de participación de los usuarios en el proceso de sensibilización e información. • El grado de percepción de los usuarios sobre el sistema propuesto.
<p>OE 3.2. Diseñar un plan de captación de fondos basado en la captación de colaboraciones y la organización de eventos.</p>	<p>R.3.2.1. Incrementar el volumen de fondos procedentes de colaboraciones externas. R.3.2.2. Implantación de un evento que tenga la suficiente relevancia como para que perdure en el tiempo y se integre en la agenda social de la ciudad y que sea rentable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • Incremento de fondos procedentes de colaboraciones externas. • Contar con el diseño de un evento y la ejecución del mismo. • La rentabilidad del evento.
<p>OE 3.3. Revisar el modelo de financiación institucional externa, incorporando nuevas vías de financiación que consolide o aumente los recursos financieros.</p>	<p>R.3.3.1. Conocer las diferentes alternativas de financiación que ofrece el entorno, analizando sus pros y sus contras, con el fin de tomar las decisiones pertinentes. R.3.3.2. Dotarnos de un modelo de financiación institucional adecuado a nuestras necesidades, expectativas y que se adapten a nuestra misión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • La evolución de las fuentes de financiación institucional externa. • El grado de consolidación o aumento de los recursos financieros de la entidad.

Línea estratégica 4: SERVICIOS

Objetivo General: Realizar la transición del modelo asistencial que presta la Asociación al modelo de los Servicios de Promoción de la Autonomía Personal, basado en la filosofía de Escuela de Vida, propia de nuestro movimiento asociativo, y acorde a los principios de la Ley de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las Personas en Estado de Dependencia.

Objetivos específicos	Resultados previstos para la consecución del objetivo general y/o específicos	Indicadores
<p>OE 4.1. Trasvasar la actual estructura de servicios al modelo de SEPAPs.</p>	<p>R.4.1.1. Dotarnos de un catálogo propio de SEPAPs que atiendan las necesidades propias de todos nuestros usuarios. R.4.1.2. Conseguir, a través de un proceso de sensibilización e información, la aceptación del nuevo modelo de prestación de servicios, al menos por un 80% de los asociados. R.4.1.3. Conseguir la homologación de los servicios por la administración responsable del sistema de dependencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • Grado de adecuación de los Servicios de la Asociación al nuevo modelo de SEPAPs. • Grado de satisfacción de los usuarios con el nuevo modelo de servicios. • Nivel de homologación de los nuevos servicios.
<p>OE 4.2. Dotarnos de un Plan de Formación de personal acorde al nuevo modelo de servicios.</p>	<p>R.4.2.1. Contar con un plan de formación del personal a corto y medio plazo que dé respuesta a las necesidades planteadas por el nuevo modelo. R.4.2.2. Tener unos profesionales que presenten las competencias necesarias y suficientes para prestar de forma correcta los SEPAPs. R.4.3.2. Participar activamente en todas las Redes Profesionales propias de la estructura federativa en la que estamos insertos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • Grado de satisfacción de los profesionales con el Plan de Formación. • Grado de participación en las Redes Profesionales federativas.

Línea estratégica 5: MOVIMIENTO ASOCIATIVO

Objetivo General: Elevar el grado de implicación de las familias asociadas, en la vida de la Asociación, a través de estrategias de formación e información y la intervención en estos procesos de otros elementos de las familias que hasta ahora no tiene un cauce de participación en la Entidad, principalmente el colectivo de hermanos y hermanas.

Objetivos específicos	Resultados previstos para la consecución del objetivo general y/o específicos	Indicadores
<p>OE 5.1. Establecer una estrategia de implicación de las familias asociadas, en la vida de la entidad, a través de acciones formativas e informativas.</p>	<p>R.5.1.1. Contar con un plan de formación de Familias que profundice en nuestra filosofía de Escuela de Vida y en aquellos temas necesarios para mantener un alto nivel de comprensión y debate, que afiance el sentido de pertenencia a la entidad y la reafirmación de nuestra misión, visión y valores. R.5.1.2. Contar con una estructura estable y definida de grupos de debate entre familias, con temas programados y secuenciados. R.5.1.3. Contar con, al menos, una incorporación a los órganos de dirección de la Entidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • Grado de implicación de los asociados en la vida asociativa. • Grado de participación de los asociados en los grupos de debate y otras actividades propias. • Grado de conocimiento que presentan las familias sobre la filosofía de escuela de vida, así como de la misión, visión y valores de la Entidad. • Grado de satisfacción que presentan las familias asociadas con el plan de formación.
<p>OE 5.2. Establecer un cauce de participación y debate de los hermanos en nuestra Asociación.</p>	<p>R.5.2.1. Contar con un grupo organizado de hermanos comprometidos con la vida de sus hermanos con Síndrome de Down. R.5.2.2. Contar con una estructura participativa y de debate propia de los hermanos. R.5.2.3. Contar con, al menos, un hermano inserto en los órganos de toma de decisiones de la Entidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • Grado de compromiso de los hermanos. • Grado de satisfacción de los hermanos participantes en la nueva estructura. • Existencia de algún hermano inserto en los órganos de toma de decisiones.

Línea estratégica 6: VISIBILIDAD DE LA ENTIDAD

Objetivo General: Llevar a cabo una campaña de marketing y comunicación externa que haga más visible nuestra Entidad y sus actuaciones a la comunidad cordobesa y, específicamente, a los colectivos profesionales que tienen una especial incidencia en la vida de las personas con Síndrome de Down.

Objetivos específicos	Resultados previstos para la consecución del objetivo general y/o específicos	Indicadores
<p>OE 6.1. Realizar campañas de comunicación externa destinadas a la sociedad cordobesa en general, para la difusión de nuestra realidad y nuestras actividades.</p>	<p>R.6.1.1. Contar con unos medios impresos, de calidad, que ilustren nuestra misión, visión, valores y actividades, destinados a la ciudadanía de Córdoba y provincia R.6.1.2. Contar con una página web activa y dinámica que permita el flujo de información en ambos sentidos. R.6.1.3. Aumentar nuestra aparición en los medios de comunicación local y provincial en un 20% por encima de la actual. R.6.1.4. Aumentar la participación en eventos sociales de nuestra provincia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • Número de visitas a nuestra página web. • Grado de repercusión que presentan los medios impresos. • Número de apariciones en medios de comunicación. • Número de actos ciudadanos en los que participamos.
<p>OE 6.2. Establecer cauces y vías de comunicación con determinados colectivos profesionales tendentes a hacerles llegar nuestros planteamientos sobre los servicios y atenciones que pueden prestar a las personas con Síndrome de Down y abrir líneas de colaboración bidireccionales.</p>	<p>R.6.2.1. Contar con vías de comunicación estables y eficaces con ciertos colectivos profesionales de la provincia de Córdoba (Colegio de Médicos, Colegio de Abogados, Asociaciones de Jueces y Notarios, Asociaciones de Directores de Centros Escolares, Federaciones de Empresarios...) R.6.2.2. Contar con un programa anual de actuaciones consolidadas con esos colectivos, con al menos una actividad por colectivo. R.6.2.3. Aumentar la mejora en los servicios que prestan estos colectivos a nuestro colectivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de cumplimiento del OE. • Número de colectivos con los que se han establecido vías de comunicación estables. • Número de actividades realizadas en colaboración con estos colectivos. • Grado de satisfacción de nuestro colectivos sobre la mejora en los servicios que prestan estos colectivos profesionales.

☺ PLAN DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO:

Se creará un grupo de trabajo que, de forma periódica, realice un seguimiento evaluador el cual quedará reflejado en un informe anual, que se aprobará en Junta Directiva, con tablas y gráficos que nos permitan descubrir las posibles desviaciones, si existiesen, y con las herramientas necesarias para corregir las mismas.

Las correcciones que se estimen oportunas serán incluidas en el siguiente plan operativo anual. La última evaluación será desarrollada con la suficiente antelación para que sus conclusiones puedan ser tenidas en cuenta en la elaboración del próximo Plan Estratégico.

Los objetivos de este plan estratégico se desplegarán en cada ejercicio (2015-2019) a través de los planes operativos anuales que la organización establecerá donde se especificarán con mayor detalle los objetivos correspondientes a ese año y se asignarán responsabilidades más puntuales, si fuese necesario. Asimismo, se identificarán las posibles fuentes de financiación y la valoración económica de cada actividad de estos planes operativos anuales, los cuales tendrán un seguimiento trimestral dentro de cada año.

☺ PLAN DE DIFUSIÓN:

El Plan Estratégico es una herramienta comunicativa, sirve para dar a conocer a nuestros grupos de interés cómo DOWN CÓRDOBA está orientada a cubrir sus necesidades y expectativas.

La difusión del Plan Estratégico se hará a través de diferentes medios:

- ☺ Una presentación pública del Plan Estratégico, invitando a ella a las personas que han colaborado en su realización, a los distintos financiadores de nuestra Asociación y a medios de comunicación.
- ☺ En la página web de nuestra Entidad estará disponible la versión en formato electrónico del Plan Estratégico.
- ☺ En las próximas solicitudes de financiación se entregará un ejemplar del Plan Estratégico.