

amires
asociación Miopía Magna con retinopatías

**PLAN
ESTRATEGICO
2015 - 2018**

Índice

- 1. Misión y Visión**
- 2. Objetivos generales**
- 3. Estrategia**
 - **Gestión transparente**
 - **Posicionamiento institucional**
 - **Incremento de la financiación privada**
 - **Mayor presencia en la Sociedad**

1. Misión y Visión



Misión


Reivindicar ante la sociedad los problemas específicos de las personas afectadas por miopía magna y baja visión, promoviendo acciones para facilitar la autonomía personal de los afectados, la investigación en todas las disciplinas, tales como la oftalmología, óptica y accesibilidad. Como asociación de pacientes ofrecer apoyo, información y orientación a los mismos, promover actividades que fomenten la relación entre todos y facilitar el conocimiento de la enfermedad, ayudando a los asociados a entender y asumir la dolencia.



Visión

Ser un referente en el mundo de las patologías visuales, convirtiéndose en una institución de reconocido prestigio y credibilidad por su contribución a la sociedad en el marco de la prevención y por su apoyo a las personas que padecen baja visión.

2. Objetivos generales



Mayor presencia en la sociedad	<ul style="list-style-type: none">• Hacer visible la problemática de la Baja Visión• Promover mejoras sociales y sanitarias• Participar en las decisiones que nos afecten
Incremento de la financiación privada	<ul style="list-style-type: none">• Acometer proyectos a medio y largo plazo• Fomentar líneas de investigación
Gestión transparente	<ul style="list-style-type: none">• Gestionar eficientemente los recursos disponibles• Asegurar la continuidad de proyectos

3. Estrategia

3.1. Gestión Transparente

Es la base para poder desarrollar el resto de objetivos generales marcados en este Plan Estratégico. Para que nuestra gestión se aprecie desde todos los ámbitos es necesario, en algunos casos, conseguir certificados de organismos acreditados, establecer protocolos y planes de mejora con el fin de ser más eficientes, y realizar una gestión basada en las buenas prácticas.



3. Estrategia

3.1. Gestión Transparente

Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Plan de Transparencia	<ul style="list-style-type: none"> Tener una gestión basada en la transparencia y las buenas prácticas. Conseguir el sello de la Fundación Lealtad 	Autodiagnóstico y adaptación a los principios de la Fundación Lealtad			
		Obtención del sello para el periodo 2015-2016			
		Renovación del sello			
Plan de Igualdad	<ul style="list-style-type: none"> Realizar e implantar el Plan de Igualdad 	Evaluación de la situación actual, detección de puntos a mejorar e implantación y seguimiento de los mismos			
		Mantenimiento y establecimiento de mejoras (si fuera necesario)			
Revisión del Protocolo SIO	<ul style="list-style-type: none"> Optimizar el Servicio de Atención y Orientación Poder llegar a más beneficiarios 	Evaluación de la situación actual y plasmar en un protocolo las actuaciones que se realizan			
		Análisis de mejoras			
		Plan de captación nuevos beneficiarios			

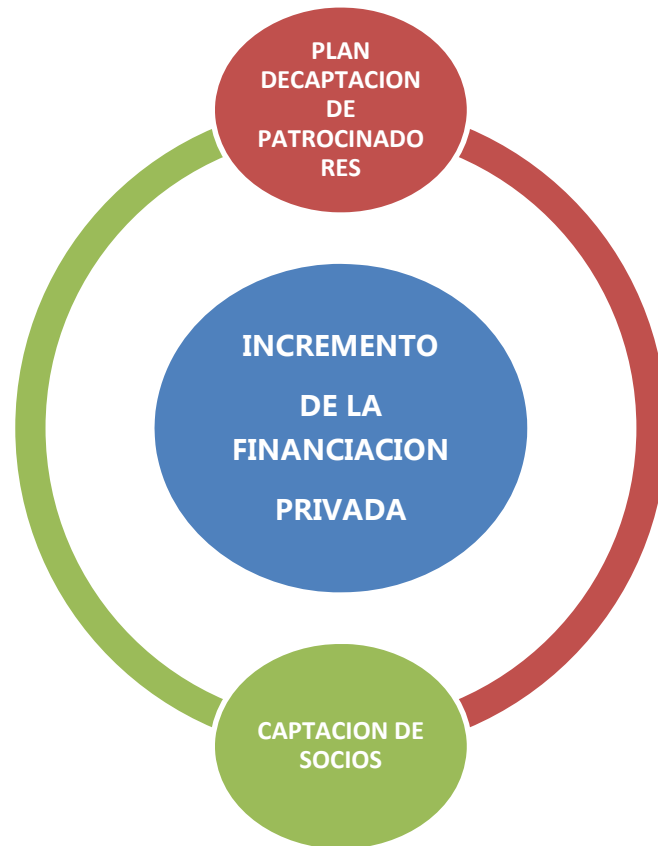
3. Estrategia

3.1. Gestión Transparente

Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Protocolo de Colaboración con Entidades Privadas	<ul style="list-style-type: none"> Gestión independiente de la Asociación 	Realizar e implantar el Protocolo			
Mejora y adecuación BBDD	<ul style="list-style-type: none"> Optimizar la gestión. Tener los datos necesarios para dar soporte a las actividades y proyectos 	Definir necesidades Conseguir persona que lo realice Modificar BBDD actuales			
Gestión eficaz	<ul style="list-style-type: none"> Optimizar la gestión interna de la asociación 	Determinar responsables de actividades y tareas Implantar formas de trabajo colaborativas Mantener un calendario común para la gestión de actividades y tareas			

3. Estrategia

3.2. Financiación Privada



Contar con financiación privada de manera estable nos permitirá acometer proyectos de mayor envergadura y duración más amplia.

3. Estrategia

3.2. Financiación Privada

Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Plan de captación de socios	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar el numero de socios y conseguir una masa social representativa Cuantitativo: crecer un 80% al final del periodo 	Salud Visual: hacer una captación proactiva de socios afectados y donantes			
		SIO: hacer una captación proactiva de socios afectados y donantes			
		Realizar un plan específico de atención y servicio a socios			
		Canal Ticcesible y página web: campañas específicas de captación de socios			
Plan de Captación de patrocinios	<ul style="list-style-type: none"> Conseguir patrocinios de entidades particulares con una duración mínima de 3 años Cuantitativos: <ul style="list-style-type: none"> 2 patrocinadores distintos (mínimo) 75% de financiación privada 	Seleccionar una consultora que nos ayude a establecer el plan de captación			
		Estudiar y establecer estrategia que con entidades que tengan a priori afinidad con nuestros planes ya actividades			

3. Estrategia

3.3. Mayor presencia en la sociedad

Aumentar nuestra presencia en la sociedad, consiguiendo que nuestra visión se haga realidad.



3. Estrategia

3.3. Mayor presencia en la sociedad

Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Accesibilidad BV	Ser un referente en accesibilidad Baja Visión (BV)	Publicaciones sobre Accesibilidad BV (libros, folletos)			
		Observatorio de accesibilidad: tener un canal en la web: <ul style="list-style-type: none"> • Información útil • Denuncias proactivas ante organismos • Canal TIccesible 			
		Realizar y publicar estudios sobre las necesidades reales de accesibilidad en las personas con BV en los diferentes ámbitos (laboral, social, ocio inclusivo)			

3. Estrategia

3.3. Mayor presencia en la sociedad

Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Salud Visual	Servicio de Información y Orientación (SIO):	<ul style="list-style-type: none"> Revisar y analizar el modelo para aumentar su impacto Estudiar ampliar la oferta con voluntariado no solo de acompañamiento 			
	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar numero de personas atendidas Utilizarlo como canal para captación de socios y donantes 	<ul style="list-style-type: none"> Ofertar de manera mas llamativa el servicio en la web y en RRSS Hacer campañas específicas 			
	<ul style="list-style-type: none"> Dotarle de prestigio Darle mayor publicidad 	Evaluación BV: valorar si es necesario impulsar el modelo			
		Diseñar campañas específicas de prevención que además nos sirvan de presentación			

3. Estrategia

3.3. Mayor presencia en la sociedad

Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Plan de Voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> Implementar nuevos servicios de voluntariado para BV Aumentar la captación de Voluntarios 	Análisis del servicio de acompañamiento y valorar si es necesario continuar con el			
		Implementación de nuevos servicios			
		Fomentar la colaboración pro bono			
		Fomentar la integración de los voluntarios en las actividades de la asociación			
Delegaciones	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar el número de delegaciones Establecer un procedimiento de trabajo que permita un funcionamiento independiente y enfocado a los objetivos de la entidad 	Fomentar la participación de los socios de fuera de Madrid para que se impliquen en abrir delegaciones			
		Establecer unas bases claras de funcionamiento y modelo de relación			

3. Estrategia

3.3. Mayor presencia en la sociedad

El Plan de Comunicación afecta a la entidad y todos sus proyectos

Plan de Comunicación					
Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Área de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Profesionalizar la comunicación Poner en marcha un Plan de Comunicación estable y continuo 	Contratar a un persona para este área			
Comunicación a socios	<ul style="list-style-type: none"> Ser un instrumento de acercamiento a los socios Usarlo como herramienta de fidelización 	Creación de un boletín de comunicación			
		Estandarización de boletines (bienvenida a socios, captación de fondos, comunicación de noticias y proyectos)			
Comunicación On Line	<ul style="list-style-type: none"> Renovar y actualizar la página web Mejorar posicionamiento SEO Conseguir que sea un sitio de referencia en cuestiones de BV y miopía 	Hacer nueva página web			
		Publicar contenidos propios: de creación propia o de terceros escritos para la web			
	Mantener la actividad en RRSS, especialmente en FB	Publicación de contenidos de la página web y de terceros			

3. Estrategia

3.3. Presencia en la sociedad

Plan de Comunicación					
Plan	Objetivos	Actividades	Calendario		
			2015	2016	2017
Protocolo de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Dar una imagen de “marca” • Evitar las colaboraciones no adecuadas según nuestros estándares 	Elaboración del protocolo			
Actividades de Sensibilización	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar nuestra capacidad de convocatorias en actos presenciales • Utilizar estas actividades para captación de socios y fondos • Conseguir mayor difusión en medios tradicionales y on line 	Analizar y renovar exposición de fotos			
		Conciertos y actuaciones benéficas: buscar socios para organizar y aumentar capacidad de convocatoria			
		Proyecto artístico “Anatomía política e Imaginaria de Eulalia Massat”			
		Otro tipo de eventos: valorar su impacto antes de decidir si se acometen			