

La comunicació en les entitats del tercer sector

EL CAS DE VINCLE

Annexos

Marta Neras Xuclà
41577830V

Treball Final de Grau
**Grau en Publicitat i
Relacions Públiques**

Tutoritzat per
Josep Vicenç i Eres
Curs 2016/2017


**Universitat
de Girona**


ÍNDEX

1. DADES COMPLEMENTÀRIES A L'APARTAT 3.2.2.	1
2. TRANSCRIPCIÓ DE LES ENTREVISTES	4
2.1. Entrevista a Maria Lluïsa Geronès. Àkan Associació de Suport i Acollida d'Immigrants	4
2.2. Entrevista a Elisa Zaragoza. Subdirectora i secretària de Publicitarios Implicados.	10
2.3. Entrevista a Francesc X. Rodríguez Burch. Director de Vincle Associació per la recerca i l'acció social	14
3. CARTA A VINCLE	24

ÍNDEX DE GRÀFICS

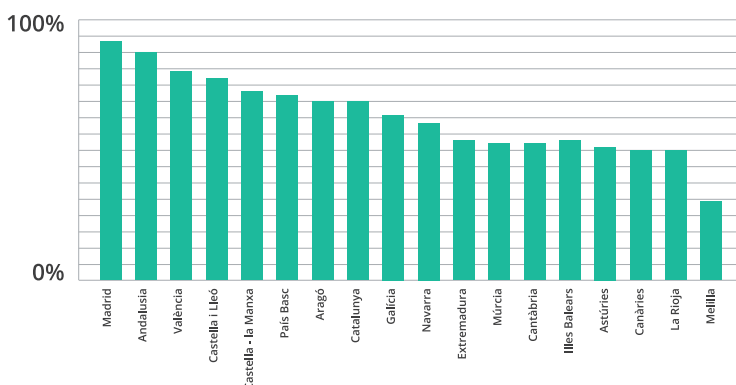
Gràfic 1: Presència territorial de les ONGD amb oficines estables	1
Gràfic 2: Tasques a Espanya	1
Gràfic 3: Organitzacions amb voluntariat a Espanya	2
Gràfic 4: Distribució per gènere del voluntariat	2
Gràfic 5: Personal remunerat a les ONGD per sexe	3

1. DADES COMPLEMENTÀRIES A L'APARTAT 3.2.2.

Informe de la Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo de España (2016)

- Presència territorial de les ONGD amb oficines estables

Tal com es pot observar, de les 76 ONGD, objecte d'estudi d'aquest informe 60 tenen l'oficina central a Madrid, 6 a Barcelona, 3 a Bilbao i 2 a València, entre d'altres.

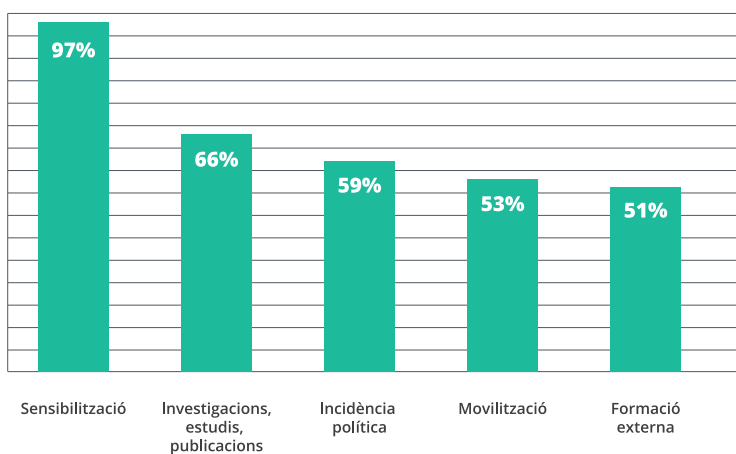


Gràfic 1. Presència territorial de les ONGD.

Font: Elaboració pròpia a partir de, Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo (2016) Informe de la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España sobre el sector de las ONGD – 2016: El apoyo ciudadano a las ONGD, por delante de los compromisos públicos (Informe núm. 12)

- Tasques a Espanya

Tot i que la zona d'actuació de la majoria d'ONGD sigui en àmbit internacional, aquest gràfic ens mostra quines són les principals activitats que es realitzen a l'Estat Espanyol. Destacant amb un 97% les tasques de sensibilització.

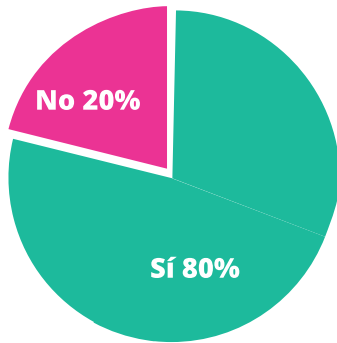


Gràfic 2. Tasques a Espanya

Font: Elaboració pròpia a partir de, Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo (2016) Informe de la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España sobre el sector de las ONGD – 2016: El apoyo ciudadano a las ONGD, por delante de los compromisos públicos (Informe núm. 12)

- Organitzacions amb Voluntariat a Espanya

En relació a la incorporació de persones voluntàries a les ONGD que realitzen projectes en territori espanyol, podem observar que a un 80% hi són presents.

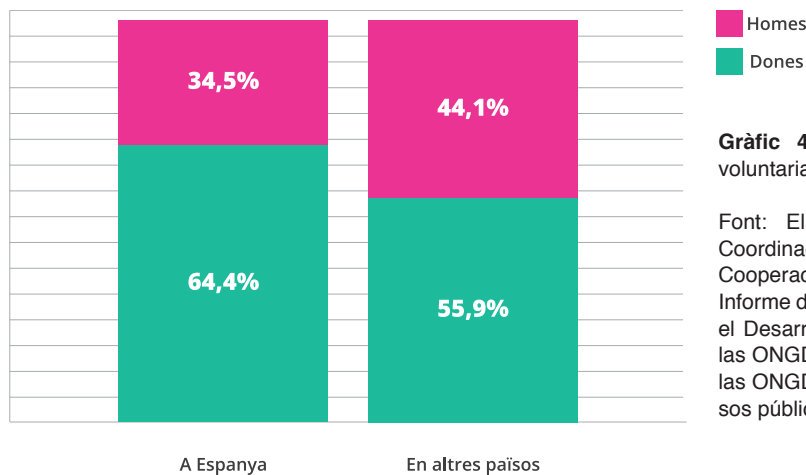


Gràfic 3. Organitzacions amb voluntariat a Espanya.

Font: Elaboració pròpia a partir de Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo (2016) Informe de la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España sobre el sector de las ONGD – 2016: El apoyo ciudadano a las ONGD, por delante de los compromisos públicos (Informe núm. 12)

- Distribució per gènere del voluntariat

És un fet que al sector hi ha un gran predomini del gènere femení, i tal com es pot observar al gràfic, en el cas d'Espanya, un 64,6% de les persones voluntàries són dones.

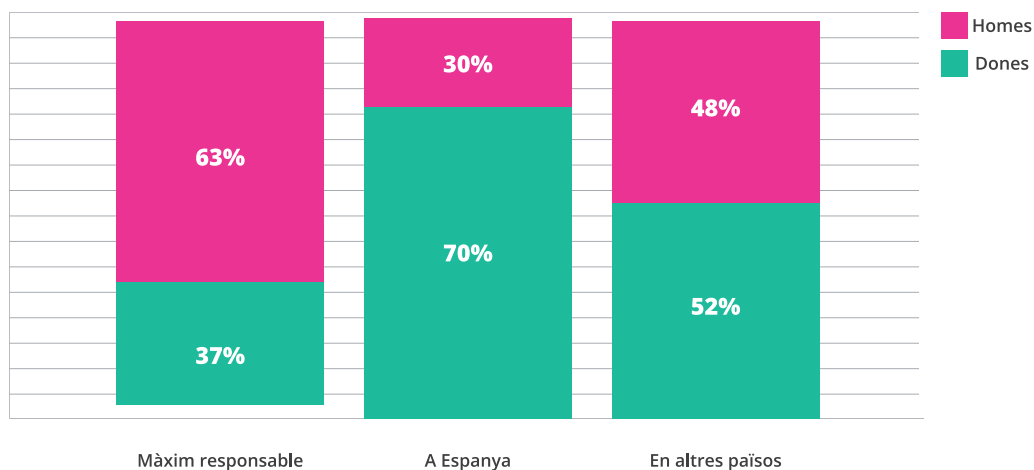


Gràfic 4. Distribució per gènere del voluntariat.

Font: Elaboració pròpia a partir de Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo (2016) Informe de la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España sobre el sector de las ONGD – 2016: El apoyo ciudadano a las ONGD, por delante de los compromisos públicos (Informe núm. 12).

- Personal remunerat a les ONGD per sexe

Per últim, destacar que encara que el 70% del personal remunerat a Espanya durant el 2017 eren dones, no equival als percentatges de màxims responsables, directius i equip de govern, on majoritàriament són homes amb un 63%.



Gràfic 5. Personal remunerat a les ONGD per sexe.

Font: Elaboració pròpia a partir de Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo (2016) Informe de la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España sobre el sector de las ONGD – 2016: El apoyo ciudadano a las ONGD, por delante de los compromisos públicos (Informe núm. 12)

D'aquesta manera, puntualitzar que un dels principals motius pels quals el sector està "feminitzat" és perquè les branques de l'ajuda comunitària i l'atenció social, ha estat assumit per dones des de temps enrere. Alhora, els salaris són més baixos que en sectors privats lucratiu on es demana la mateixa formació i experiència. Així doncs, un cop més, es demostra que actualment, certs sectors professionals encara hi ha una desigualtat salarial i discriminació per accedir a certs càrrecs o responsabilitats.

2. TRANSCRIPCIÓ DE LES ENTREVISTES

2.1. Entrevista a Maria Lluïsa Geronès. Àkan Associació de Suport i Acollida d'Immigrants

1. Inicis de l'Associació. Com es va formar? Qui va ser l'impulsor o impulsora?

Es va formar aproximadament a l'octubre del 2003. Érem un grup de persones que fèiem activitats amb gent jove de caràcter cristià. Nosaltres en un determinat moment volíem fer alguna cosa per gent que estigui patint situacions dures de la vida. I pel que sigui anem a parar a immigració, a Càritas, i trobem el seu responsable que en aquell moment era Lluís Puigdemont i li demanem que si hi ha alguna cosa a fer, doncs nosaltres estaríem disposats a fer-ho. No vàrem dir el què.

Just al cap d'una setmana ens va dir que havien arribat uns nois de les casernes de Sant Andreu a Barcelona que els havien tret i estaven vivint pràcticament al carrer i un grup havien vingut a parar aquí Girona i necessitaven classes de català. Jo sempre dic que amb classes de català s'hi atreueix tothom perquè més o menys (...) Llavors vàrem dir que sí. Això va ser l'inici i el problema amb el qual ens vam trobar. Quan la gent comença a aprendre a parlar català doncs comença a explicar les mateixes situacions que viuen. Nosaltres iniciem un procés que la veritat és que no havíem pensat ni remotament. El fet d'ells anar-nos comunicant tot el que els passava, i tot el que els havia passat als seus països, el que els havia portat a immigrar, cada un de nosaltres bàsicament, tres persones. Comença un procés interior de posicionament davant de problemes d'abast mundial. I llavors ens sentim motivats i moguts per ajudar a aquestes persones i per això comencem a ampliar el grup de classes i lloguem un primer pis perquè aquesta gent que havíem rebut, els primers, nois de Ghana i un noi Marroquí, anaven a tornar a viure al carrer i per això vàrem llogar el primer pis.

2. Quin era l'objectiu?

L'objectiu era bàsicament d'ajuda. Jo parlaria d'ajuda en un doble sentit, ajuda a la persona que pateix. Que és com aquell que explica una situació i fas una radiografia i dius "com puc ajudar a aquesta persona?" Amb això, vull dir que nosaltres no ens definim per una ajuda en un aspecte només sinó que intentem donar una resposta integral a la persona. A fi efecte que quan aquesta persona pugui tenir un cert tipus d'autonomia pugui seguir el seu camí amb uns instruments que nosaltres li hàgim pogut donar.

Llavors un objectiu és l'individu que ha immigrat i l'altre objectiu seria. Bé, nosaltres som una societat d'acollida. Som una societat en la qual s'ha de treballar la integració perquè la convivència no és fàcil. Són cultures diferents, maneres diferents d'entendre el món i llavors nosaltres intentem aportar amb el treball que fem amb persones immigrades ajudar a la societat a viure millor, a comprendre el fet migratori a posicionar-se millor davant de l'altre que és un estranger que potser nosaltres el podem veure com un estrany. Intentem normalitzar situacions. A fi efecte d'una societat més equilibrada, més bona, més bons sentiments. Busquem una mica els aspectes positius. Això és un treball que nosaltres hem fet.

Ara bé, la crisi quan va arribar el 2008 va suposar un canvi substancial amb la nostra manera d'entendre l'Associació. Ja que nosaltres creiem que les ajudes tenien un temps i que després la persona havia de buscar el seu camí. A l'arribar la crisi deixa en via morta moltes persones. Llavors és quan nosaltres comencem a fer un acompanyament més profund, un acompanyament més al fons de la persona i sobretot amb un grup de 40 o 50 persones comencem a fer un acompanyament personal a fons en què s'intenta entrar a l'interior de la persona, veure que li ha passat a la vida i veure què és el que s'ha de treballar perquè aquesta persona en el futur pugui sortir-se'n i això ja estem parlant d'un treball psicològic, social, econòmic, educatiu, en tots els aspectes que sigui necessari ajudar a aquella persona però ja des d'aquesta immersió interior de cadascú. Ja no és la persona immigrada, sinó que és tu, que t'ha passat a la vida perquè has hagut d'aprendre aquestes decisions i quines conseqüències han tingut sobre la teva vida i quin sentit li dones i quin futur busques i perquè. Amb això s'ha fet camí profund amb religions diferents, amb gent de tots els continents pràcticament menys Austràlia. Això també ha dut a un coneixement de la condició humana de tot el que li pot passar d'horror a la persona. Ha estat baixar als inferns. Ha estat dur. Molt dur. Però també aquest ha dut un coneixement del món en el sentit més profund. I amb això també vull remarcar una cosa que més enllà de la cultura i la religió que és potser el que ens marca com a diferències, perquè s'ha intentat anar a la terra comuna i la terra comuna és que tots venim aquí amb unes necessitats, tots volem unes coses, tenim uns desitjos, tenim uns objectius, a tots ens fan patir les mateixes coses, tots busquem el sentit d'una manera, i experimentem la solitud, la tristesa, l'abandonament, l'alegria, l'èxit, el fracàs, i sobretot, sobre això hem treballat. Sobre la part més humana.

3. Quins són els valors d'Àkan? Missió? Visió?

La nostra missió és: Que la persona pugui arribar a ser persona. Que es pugui viure ell mateix. Nosaltres tenim, ja veus que ara sentim la coral que canta. La coral és com una

mica l'anunci del que és l'associació. Tenim uns valors que jo diria que és: (poden semblar una mica paradoxals) El de la dignitat és el primer. La dignitat que la podem perdre fàcilment i a més amb aquests camins tan llargs que poden haver-hi fins que han arribat fins aquí es pot perdre la dignitat. Doncs la recuperació de la dignitat. De la igualtat. Que puguis sortir al carrer i que no sentis ni que ets negre ni que ets groc ni que ets res. Que ets una persona i aquests carrers són els teus carrers i aquest riu i aquesta plaça són teus. I els territoris també formen part de la vida de cada un, hagi nascut on t'hagi nascut. Llavors en aquesta dignitat és l'elaboració d'un projecte personal. Incidim molt amb això. Cal tenir un projecte personal. Saber d'on vens, no oblidar la identitat, no oblidar el passat. No oblidar qui ets. No renegar de qui ets i llavors en aquesta terra on has arribat i potser en altres terres que potser hauràs d'arribar perquè ara les coses estan totes molt incertes doncs arribar a viure amb plenitud. No ser un estranger. No ser una persona de pas. Viure a ple pulmó. Sentir que la vida també és teva aquí. Això diria jo que és una dignitat bàsica.

Nosaltres treballem molt el fet de la paciència i l'espera. Les vides són dures, s'ha d'aprendre a saber esperar a saber passar temps esperant i en l'espera ni defallir ni claudicar ni enfonsar-te. Si no, saber aguantar el cap alt amb una paciència infinita.

Un altre valor que nosaltres hem treballat molt és el de saber aguantar. Aguantar aspectes positius i negatius que et passaran. Avui arriba un vent que va a favor teu i demà n'arribaran 10 que anirà en contra teu. Llavors mira si és simple: la dignitat, saber esperar, la paciència i saber aguantar.

Nosaltres hem vist coses molt grosses en aquest temps. Hem vist gent que s'ha perdut. Desvaris mentals i totals. Gent que s'ha perdut psicològicament molt fort. Llavors intentem que les persones a les quals nosaltres podem arribar més profundament perquè a les classes hi ha matriculades 140 persones. Però tu a aquestes 140 persones tu no arribaràs profundament. Arribes a un grup. Que és el que està més treballat. Llavors, que aquesta gent pugui experimentar més una vida amb tots els ets i els uts. Amb totes les constants que pot tenir una vida, viure-la amb plenitud de vida.

Llavors en aquest procés després de la crisi vàrem començar a treballar fort, donant suport econòmic a projectes educatius. I aquí hem becat persones en formació, formacions professionals, graduat escolar... cadascú on estava. Al nivell que estava. Hem partit d'aquí i hem intentat que la persona fes fins que pogués arribar a una graduació en un sentit. Tenir un certificat, una formació professional si podia ser, un graduat escolar, dos han arribat a la universitat, també n'hi ha que han arribat a formacions professionals,

cicles mitjans i superiors. Llavors això ha estat un projecte dur econòmicament perquè donar suport a una persona amb tots els efectes això no ha estat fàcil econòmicament però tampoc ha anat malament. Perquè en aquestes persones se'ls hi ha donat un suport pràcticament en totes les classes. Que vol dir, que a l'associació hi ha un tipus de persona que jo diria comodí, que pot fer classes una mica de tot. Perquè aquesta gent ha necessitat, ja no dic el suport lingüístic en català i castellà, absolutament necessari. Si no que: anglès, matemàtiques, física, tecnologies, història, biologia, filosofia, el que sigui.

4. Quina és l'organització interna de l'associació? Quants membres la formen?

Molt pocs. En aquests moments distingiria tres nivells. Hi ha un nivell que ha funcionat, que és un equip responsable format per 4 persones. És molt poca gent. Amb un suport d'un voluntariat que oscil·la entre 13 i en els moments màxims ha arribat a 40. En aquest moment no, perquè el projecte s'ha reduït moltíssim. Estem amb pocs voluntaris però vaja, perquè ja és una mica la direcció que es vol prendre.

Després hi ha una comissió, com un consell assessor que dona ajuda en el pensament, en les decisions i que està format per 10 persones.

5. Com s'estructuren els Recursos Humans? Els que hi formen part són treballadors, voluntaris o ambdós?

Tothom és voluntari. És una mica la filosofia de l'associació.

6. Quants usuaris hi ha?

Actualment, són 140 alumnes inscrits a les classes de català. Perquè les classes són la porta d'entrada a l'associació. Posa que n'assisteixin cada setmana uns 120. Hi ha el grup de la coral que poden arribar a ser 25-30 persones. Llavors en assistència a pisos, que vol dir famílies amb necessitats, mares amb nens malalts o homes sols, n'hi ha 25 persones. Estem en fase de reducció.

7. Quina és el servei bàsic? I els perifèrics?

Servei bàsic que és com la porta d'entrada són les classes de català. Tot i que actualment són més classes d'alfabetització. El 80% de persones d'aquests 140, s'estan alfabetitzant. Són gent que fa molts anys que viuen aquí i que no saben llegir ni escriure

ni parla català i molt poc castellà. Llavors és un problema més dur que la societat té, perquè nosaltres som el cul de sac de la immigració. Això també s'ha de distingir. Vull dir, en la seva gran majoria és gent que ha estat o vivint al carrer vivint en cases abandonades. O que havia perdut l'habitatge i ha anat a parar al carrer. Llavors, a les classes, ve majoritàriament, homes i dones que tenen entre 40 i 60 anys. Grans, gent en atur, atur de llarga durada. Que segurament no trobaran mai més feina. I llavors són o dones que havien estat a casa sense sortir i que penso que és un miracle que vinguin a classe i un procés magnífic. Les classes d'alfabetització jo no en faig però són una passada, una meravella. Poder ensenyar a llegir i escriure a gent gran és donar la porta per entendre alguna cosa. Però sí que és cert que la societat té una bossa important de gent que va pel món sense poder entendre res. Perquè la nostra societat és una societat alfabetitzada. Tu vas pel carrer i has de llegir per força. Entres en un hospital i has de saber llegir. Llavors nosaltres incidim sobre la immigració que ho ha tingut més dur a la vida. La gent que no se n'ha sortit. No treballem una immigració que se n'ha sortit normalitzada. Jo penso que això és per uns altres. Nosaltres no, anem en aquells que han quedat en els marges de la història.

8. De quina manera es capten fons? Són procedents de particulars, administracions públiques, empreses, altres ONL o fundacions?

A nosaltres ens varen proposar que sobretot la captació de fons vingués de persones particulars perquè enteníem que quan una persona particular donava uns diners volia dir també una opció d'acceptació de la immigració, per això no ens hem cansat durant molts anys de fer taules rodones, conferències, xerrades, concerts, anar on sigui per intentar sensibilitzar i aportar alguna cosa a escala individual a les persones que hi venien.

Llavors sí que hi havia una part pública en el moment que era més era el 30%. Actualment, està absolut reduïda a mínims i sí que hi ha també col·lectius de grups que donen suport. Hem de dir que hi ha comunitats religioses que ens donen suport, alguna parròquia que també ens dóna suport.

Segur, segur, no hi ha mai res. És una associació que la base segura és molt petita. Llavors aquí cadascú s'hi situa. A mi això m'ha fet patir molt. Algun company diu que si es treballa, arriben diners i això és clar. Depenent de l'època els ingressos han sigut d'un lloc o d'un altre.

9. En l'àmbit intern, realitzeu reunions periòdiques per estructurar totes les tasques?

Sí, però pel tipus d'opció que és, que és una opció força radical, doncs, sempre s'està en contacte. No s'ha d'esperar a una reunió per decidir coses sinó que en qualsevol moment es poden decidir coses. Però bé, ahir mateix, es va fer una reunió. Amb la comissió es fan reunions periòdiques. Llavors alternem les dues coses. Aquesta periodicitat de les reunions i el fet de disponibilitat perquè en qualsevol moment prendre decisions.

10. A nivell de comunicació, heu realitzat alguna acció?

Moltes, s'ha anat a tot arreu on s'ha pogut anar a enraonar. S'ha participat en tot tipus de taules rodones. S'ha fet aportacions personals o col·lectives. Es va publicar un llibre que se'n diu: A mal et saludo. Eren històries de persones immigrants. Es va publicar un quadern a cristianisme i justícia que es deia i tu qui ets. S'ha sortit a la televisió, a la ràdio...

I després cada mes es fa un butlletí. I jo feia blog, ho dic en passat perquè està una mica tocat. També hi ha la pàgina web. S'hauria de posar tot al dia. Vam aparèixer al Programa Actua de TV3. Tracta sobre col·lectius que tenien alguna problemàtica i que a través d'alguna expressió d'art doncs aconseguien millora la seva vida.

11. Teniu pla de comunicació?

No hi ha pla de comunicació. Anem fent el que vagi sorgint.

12. Quins canals heu utilitzat?

TV, Ràdio, Premsa i Internet

13. Teniu projectes de futur?

Alguns concerts, per Nadal sempre participem pels carrers a cantar nadales per Girona. Jo penso que si es pot continuar fent les classes que hi ha és molt. Si es pot acabar fent aquestes acollides en aquests pisos, és molt. Tant de bo aquests nois que estan acollits trobessin feina i poguessin dur un camí més autònom. Alguns han hagut de marxar a l'estranger. Projecte concret no, seguir endavant amb el que s'està fent.

2.2. Entrevista a Elisa Zaragoza. Subdirectora i secretària de Publicitaris Implicados.

1. Nombre completo y cargo.

Elisa Zaragoza, subdirectora y secretaria de la Asociación Solidaria Publicitaris Implicados.

2. ¿Cuánto hace que formas parte de la Asociación? ¿Cuál fue tu motivación principal para entrar?

Desde el 2006. Siempre me han atraído los temas sociales y solidarios y cuando estaba finalizando mis estudios de Publicidad y RR.PP. tuve como profesor de seminario de Producción a Richard Wakefield. Él nos explicó el proyecto de Implicados, que para entonces estaba en sus inicios, y consideré que aunaba todo lo que me gustaba: la comunicación y la solidaridad. Además, era una manera excelente de empezar a introducirme en el sector y conocer y dejarme conocer por profesionales de diferentes ámbitos.

3. Inicios de la Asociación. ¿Cómo se formó? ¿Quién fue el impulsor/a?

Sus inicios fueron en 2004 cuando Richard Wakefield junto a otros profesionales realizaron un video para Pallasos Sense Fronteres. Durante un tiempo realizaron algunas acciones de comunicación para asociaciones pero fue en 2006, con la entrada de estudiantes de Publicidad y RR.PP. de Blanquerna y el apoyo del Catedrático de Creatividad publicitaria de la UAB, José María Ricarte, cuando el proyecto empezó a tomar forma. En 2008 nos constituimos como Asociación Solidaria dentro del Registre d'Associacions de la Generalitat de Catalunya y, desde entonces, somos un proyecto único en Europa.

4. ¿Podrías definir brevemente su misión, visión y valores?

Nuestra asociación tiene como finalidad ofrecer servicios de comunicación a todas aquellas organizaciones, asociaciones y actividades que fomenten la solidaridad y que no puedan acceder a la contratación de servicios de comunicación remunerados.

5. ¿Cómo se organiza la Asociación de manera interna? ¿Cuáles son sus departamentos? (Plantear brevemente el organigrama)

Nuestro equipo lo integran profesionales del ámbito de la comunicación y estudiantes de

cualquier área de la comunicación y del audiovisual. Actualmente contamos con unas 24 personas fijas y más de 80 colaboradores/as distribuidas en “departamentos” como creatividad, dirección de arte, producción o relaciones públicas. El organigrama se completa con el director, Richard Wakefield, una serie de coordinadores que varía dependiendo del número de proyectos que tenemos en cartera y yo, que actúo como subdirectora y llevo la gestión interna y económica.

6. ¿Contáis con colaboradores? ¿Qué os aportan?

Los colaboradores más puntuales nos suelen aportar conocimiento y experiencia en un terreno concreto.

7. ¿En cuanto a RR.HH., el equipo que formáis Publicitarios Implicados sois todos voluntarios, trabajadores, o ambas cosas?

Todos somos voluntarios.

8. ¿Cuál es la manera de recaudar fondos? (Procedentes de particulares, Administraciones Públicas, empresas, otras Entidades sin ánimo de lucro...)

Publicitarios Implicados recibe una subvención de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna, que es donde surgió el proyecto. Además, nos ceden sus instalaciones y material audiovisual que necesitamos. En contadas ocasiones hemos realizado alguna acción especial para recaudar fondos extra, como alguna cena solidaria o concierto en Luz de Gas.

9. ¿Qué canales utilizáis para comunicar y daros a conocer como Asociación?

Tras 10 años de trayectoria, sobre todo, nos damos a conocer con el boca-oreja y por recomendación. Intentamos estar activos también en redes sociales, actualizar nuestra web siempre que podemos y participar en conferencias en universidades, sesiones o networkings con profesionales.

10. ¿Cómo os llegan los proyectos? ¿Qué tipo de cliente tenéis?

Normalmente los “clientes” se ponen en contacto con nosotros porque nos han recomendado o tenemos algún conocido en común. Suelen utilizar la web o el correo de contacto que facilitamos. Nuestros clientes son micro ONGs, asociaciones o plataformas de enfermos que no tienen recursos económicos para destinar a acciones de comunicación.

11. ¿De qué manera os organizáis para empezar a preparar una campaña?

Una vez el “cliente” se pone en contacto con nosotros, organizamos una primera reunión de aproximación para conocer cuales son y sus necesidades. Si cumplen nuestros requisitos (no ser una gran ONG y no disponer de recursos), formamos el equipo que va a llevar el proyecto con perfiles que se adapten a la campaña. Suele haber un coordinador, que es el que tiene contacto con el “cliente”, y el equipo está compuesto de manera equilibrada por estudiantes y profesionales del sector. Igualmente, abrimos la puerta a que cualquiera de nuestros colaboradores pueda participar en el proyecto.

12. ¿Cuál es la zona geográfica principal dónde realizáis campañas?

Por proximidad Catalunya, sobre todo Barcelona. Pero tenemos Implicados en otras comunidades y muchos de los proyectos se gestionan aquí pero repercuten en otros países.

13. ¿Cuál es el servicio básico? ¿Y los periféricos?

Ofrecemos lo que el cliente necesita. Por el gran número de colaboradores que tenemos y de tantos perfiles diferentes abarcamos todas las disciplinas del sector de la comunicación.

14. ¿Cuántas campañas habéis realizado desde los inicios? ¿Algún premio?

Hemos creado y producido gratuitamente más de 70 campañas por valor de 25.000.000 de euros, si contamos las inserciones en medios, gracias a la gestión de Zenith Media.

Hemos recibido 7 premios de creatividad:

- Publifestival x3 veces
- Festival de Cine de Málaga
- Short list en el Festival internacional de la Publicidad Infantil
- Ganadores en el Adnimals on Free.
- Premio de Honor a la Trayectoria Profesional a Richard Wakefield, año 2012.

Además, tenemos dos récords mundiales: más famosos/as colaborando juntos/as para una misma causa social (161 para “La ELA existe”) y más empresas de publicidad vinculadas a un mismo proyecto solidario (14 para la campaña contra las minas antipersonas “Destroy Mineland”).

15. ¿Qué diferencia una campaña para el tercer sector, de una convencional?

Como tal no hay diferencias porque las disciplinas, los procesos, los conocimientos y los profesionales son los mismos. Pero sí que es cierto que en el tercer sector y, sobre todo en asociaciones micro que no tienen conocimientos de comunicación, suele haber más libertad a la hora de proponer. No hay test, ni pretest, ni nada que se le parezca. Solo las ganas y la necesidad de difundir el mensaje porque, en muchas ocasiones, ser visibles o no cambiará radicalmente su situación.

16. ¿Qué canales son los más eficientes para llegar al target, desde vuestra experiencia?

Hoy en día el canal digital es primordial y necesario, además, para este tipo de proyectos con presupuesto cero es casi el único canal que disponen para darse a conocer. También funcionan las acciones en la calle y el apoyo de personalidades públicas.

17. ¿Es importante que por muy pequeña que sea una entidad sin ánimo de lucro, realice acciones de comunicación? ¿Hay que invertir mucho presupuesto para llegar a cumplir objetivos?

La comunicación es importante en todas las entidades sin importar su dimensión, no solo a nivel de comunicación externa, sino a nivel interna con socios o colaboradores. Además, las pequeñas suelen necesitar de más recursos por lo que es todavía más importante invertir en comunicación. Y no es necesario tener un superpresupuesto, más bien la clave es apostar por la creatividad, ser realistas y eficientes.

18. ¿Cuál es la técnica/s que utilizáis para medir resultados de vuestras campañas?

Los resultados suelen medirse a partir de los nuevos socios, ingresos o incluso, interés y difusión de las campañas en los medios. En las ocasiones en la que la campaña se ha basado en un spot que, se ha difundido a través de televisión gracias a Zenith Media, ellos mismos han valorado la repercusión.

19. ¿Algún proyecto de futuro?

Ahora estamos trabajando en diferentes proyectos, algunos en una fase muy inicial y otros en el desarrollo de acciones concretas. Por ejemplo, Dog City (protectora de animales), Associació Solidrària amb el poble Siri, Asociación Nen (cáncer infantil) o con la institución sin ánimo de lucro Hospital Nossa Senhora da Paz en Cubal (Angola), entre otros.

2.3. Entrevista a Francesc X. Rodríguez Burch. Director de Vincle Associació per la recerca i l'acció social

1. Nom, cognom i càrrec de l'entrevistat.

Francesc X. Rodríguez i Burch - Director

2. Quants anys fa que formes part de l'Associació Vincle?

Vincle portem 15 anys. Vincle és una marca registrada, és marca de l'Associació. L'Associació es diu Associació per la recerca i l'acció social. I l'associació que estava dins grup d'una empresa SL la vam fer el 2004. Per tant, portem 13 anys. I activa, activa des del 2009. Per tant, 7 anys. Perquè al principi cooperàvem molt més amb la SL, ja que era dins el mateix grup que Vincle, i l'Associació només era per derivar i vehicular guanys econòmics que tinguéssim per donar suport a accions solidàries. Perquè com a SL tot i ser una SL no teníem afany de lucre encara. Ja que és una institució mercantil amb afany de lucre però la gent conformava. I per tant volíem desviar els guanys més enllà de les reserves que teníem cap a l'Associació i això és el que vam fer. Però el 2009 vam fer un traspàs i vam posar activa l'Associació que va ser l'hereva de tot el que era Vincle. El capital econòmic, social, instrumental, etc. També de la marca, exclusiu titular Vincle com a Associació i la SL es va acabar deixant inactiva.

3. Inicis de l'Associació. Com es va formar? Qui va ser l'impulsor o impulsora?

El que vam començar va ser perquè se'ns va demanar a un seguit de gent que veníem de l'administració pública, especialment de la Generalitat (departaments de benestar social, de justícia, i que se'ns va demanar un seguit d'actuacions: desnonaments, desallotjament del barri de Can Toni a Barcelona o la demolició de barris que estava portant l'Incasol i vam fer una contra oferta de fer-ho des del vessant privat aportant equip i tot un instrumental per poder-ho realitzar i per tant ens obria a (...) càrrecs diversos i a actuar amb un sol equip de gent que d'alguna manera ja hi tenia afinitats en el plantejament professional. Una experiència col·lectiva que havíem tingut dins de l'administració. I llavors vàrem assumir això. Érem un equip de treball en base en cares del vessant social, la intervenció socioeducativa en situacions una mica extremades de dificultats de relació social. Tema Can Toni, El polvorí, Sant Roc... Va ser Barcelona i al seu voltant principalment.

4. Quins són els valors de Vínclé? Missió? Visió?

Tal com indica Vínclé Associació per la recerca i l'acció social (s.d.). Pla estratègic 2014-2017:

“MISSIÓ: Després de tot un procés de treball que ha comptat amb el conjunt de l'organització, que es detalla a l'apartat de metodologia i en l'annex 1 d'aquest treball, hem definit així la nostra missió.

Promoure la inclusió social de persones i col·lectius en risc, des del seu habitat social, assolint processos de conscienciació, millora i apoderament i desenvolupament comunitari per tal de contribuir a la igualtat d'oportunitats i construir una societat més solidària, justa i cohesionada.

VISIÓ: Després de l'execució del pla estratègic que abasta el període 2014-2016, volem assolir la següent visió.

Vínclé vol ser una entitat cohesionada, sostenible i independent, un referent de qualitat i especialitzat en les dinàmiques d'inclusió residencial i social amb perspectiva comunitària, dels diferents col·lectius socials en risc d'exclusió.

VALORS: D'acord amb la següent definició de la persona a l'acció social i els següents valors:

Des d'una visió humanista, la persona:

- Ésser individual i social subjecte de drets i deures*
- Ésser únic i irrepètible, lliure i autònom i infós de dignitat*
- Amb identitat pròpia i pertanyent a una comunitat*
- Ésser que busca donar sentit a la seva vida i al món en què viu i que pren les seves pròpies decisions*
- Ésser que té alguna cosa a dir, amb les seves pròpies idees i sentiments*
- Ha de trobar el seu propi camí i té dret a auto determinar-se*
- Té dret al lliure desenvolupament de la seva personalitat i a la seva realització personal, sempre que no obstaculitzi els altres*
- Té dret a la seva integritat i a la igualtat d'oportunitats i condicions*
- Té el dret de ser acceptat amb les seves virtuts i defectes, independentment de la seva condició, i de no ser jutjat pel que és*
- Té dret a un nivell de vida que cobreixi les seves necessitats bàsiques i garanteixi la seva plena integració en els àmbits econòmic i laboral, relacional, polític i de ciutadania*
- Té el deure de contribuir al benestar de la societat i de respectar als altres*

Així, en l'àmbit social o comunitari:

Totes les maneres d'entendre el món i l'entorn proper, tots els costums i hàbits individuals i col·lectius, totes les formes d'organització social i familiar són vàlides i valuoses i donen sentit a la vida de les persones i comunitats que les comparteixen.

En cadascun d'aquests medis o estils de vida les persones i grups s'han de poder desenvolupar en llibertat, solidaritat, democràcia i justícia. Sempre dins dels límits de la Declaració Universal dels Drets Humans. En democràcia, tots els estils de vida han de trobar el seu lloc i interaccionar amb els altres en igualtat de condicions. Cal superar mirades etnocèntriques.

Les condicions individuals en gran part són una extensió de factors estructurals i conjunturals de la societat. La major part de conductes/idees/problemes de les persones (individualment) tenen orígens i circumstàncies socials.

Com ja hem esmentat, hem realitzat tot un procés per a definir els nostres valors. Seguint les orientacions de la Carta de Qualitat del Tercer Sector Social, els hem dividit per a la seva orientació a les persones, la societat i l'organització.

Orientats a les persones: Respecte i Compromís.

Orientats a la societat: Igualtat i Justícia social i Democràcia i participació.

Orientats a l'organització: Transparència, Innovació i creativitat, Excel·lència”

5. Quina és l'organització interna de l'associació? Quants membres/entitats la formen? Quins departaments hi ha?

Poquets, com a entitat som 14 socis amb una junta directiva de 5. Una assemblea de 15, una associació de 5. Com que el cos bàsic diguéssim que és de serveis professionals encara que sigui pel tercer sector, però el que fem és gestió de serveis.

Doncs nosaltres som uns 40 treballadors amb 17 o 18 (28) programes, perquè n'hi ha de grossos i de més petits. Hi ha una estructura central que és una direcció i dos sectors: el sector tècnic i el sector administratiu. El Sector tècnic té dues àrees, el que és execució de programes i metodologia i qualitat. El sector d'administració té dues àrees: la financera i la que és de recursos i logística. I a partir de la direcció d'aquest grup que és el grup central, perquè surten tots aquests programes i actuacions. Tenim referències de seu a Tarragona, Barcelona, a Vic i a Girona. Com a entitat 14 socis, junta directiva de 5, 40 treballadors.

6. Com s'estructuren els Recursos Humans? Els que hi formeu part sou treballadors, voluntaris o ambdós?

A l'associació hem fet voluntariat a excepció del qual has pogut conèixer a Salt, que hem fet una acció directa de voluntariat i gestionem també el voluntariat. Nosaltres no tenim molt desenvolupada aquesta àrea perquè hem agafat poca gent i només lligada a una actuació final de voluntariat d'atenció a persones. Per tant, és una cosa complementària a accions que fem. Però no de promoure una línia de voluntariat. A excepció d'aquest servei que has conegut amb la Montse a Salt (Punt de Voluntariat de Salt). Clar, el tema de Xarxa de Tallers es fonamenta amb voluntaris però no és el que més fem. Nosaltres tradicionalment hem tingut algun voluntari per a l'associació per donar suport amb alguna actuació que gestionem a escala de professionals.

7. En quins territoris es centren els vostres projectes?

Nosaltres on estem més assentats, a Lleida ara no hi fem res, però fa un temps hi vàrem fer diversos programes. Ara és a Barcelona fonamentalment i AM, a Girona, una mica a Tarragona i una mica Osona.

8. Quants usuaris hi ha en tots els projectes?

3676 persones, l'any 2015.

Font: Vincle, Associació per la recerca i l'acció social (2015). *Memòria 2015: Acompanyant camins, vivint processos*.

9. Quin és el servei bàsic? I els perifèrics?

Nosaltres ens vam definir des d'una forma especialitzada, és a dir, com que la gent que ens vàrem ajuntar veníem de l'administració i ja ens havíem dedicat a temes lligats a l'atenció de persones en el marc de l'habitatge, urbanisme, barris ens vam intentar definir com una mena d'especialització perquè una de les pressions que hi ha és serveis generalistes. Que vol dir a tot tipus de col·lectiu i tot tipus d'actuació que sorgeixi en el camp de la intervenció social. Llavors diguéssim entitats-col·legues, associacions, són generalistes, com és àrees obren millor. Però nosaltres no vam optar per aquí, tot i que després ens hem obert a altres àrees. Però una era aquesta intervenció socioeducativa en el marc de l'habitatge públic i després vam afegir desnonament comunitari, i altres temes. Però bàsicament era això, veníem de fer programes de re allotjament, intervenció en comunitats de veïns, en tema de desnonament de barris.

Serveis en general molt comunitaris però molt general. Això és el que més fèiem. L'àmbit de l'habitatge ha canviat molt amb tot el tema de desnonaments de precarietat residencial. El que diem ara d'un estat d'inclusió residencial i tot això. I ha anat canviant el producte final. Però nosaltres mantenim una expertesa i una petició amb el tema d'habitatge. Atenció socioeducativa en el marc de l'habitatge social. Llavors a partir d'aquí a la web tenim atenció en col·lectius i això ens dóna contacte amb gent gran, gent jove, dones, homes... i a un coneixement i una certa expertesa amb altres col·lectius.

I les que deies perifèriques, que en tenim coneixement, el tema gitanos ens és estratègic perquè hem set molt coneguts en gitanos ja de molts anys abans. [Gràcies a la intervenció] de les persones que vàrem estar al davant i per tant això ens ha donat referents i coneixement. I ens és estratègic perquè ens dóna altres demandes.

Hi ha un tema que hem abundat ara actualment que és immigració, aquí Girona, Salt, Blanes, Gironès, Vic...

I hem fet coses d'infància, de mediació, de gent gran (n'hem fet fins fa ben poc) petits programes, infància i família, educació no formal i inserció laboral.

10. De quina manera es capten fons? Són procedents de particulars, administracions públiques, empreses, altres ONL o fundacions?

Exclusivament de dos besants. El que és concurs públic de l'administració pública que licita contractes de servei, per tant de gestió i de serveis complementaris, i l'altre que són subvencions de l'administració pública. I del vessant privat hem fet també alguna cosa, actualment treballem per exemple temes amb els bancs, que és privat. Hem rebut subvencions de la Caixa que és privat. I llavors la diversificació sí que és bastant extensa. No és que tinguem 1 o 2 clients, sinó que en tenim varis. A cop d'ull el privat, en el volum general de negoci deu ser només un 10 o 12%. L'altre prové de diferents administracions, ja sigui l'estatal, l'autonòmica, els consells comarcals, diputacions o ajuntaments.

11. En l'àmbit intern, realitzeu reunions periòdiques per estructurar totes les tasques?

Des d'aquest punt de vista hi ha dues línies en paral·lel i complementaries. Una és la mesura que hem dit, això són serveis professionals, més enllà del tema (...) Bàsicament la nostra estructura, el nostre esquelet són diferents professionals en diferents programes. Llavors n'hi ha dos, una que és més orgànica, el tema de recursos humans, expedient laboral. Des d'un vessant en un sector que et deia d'administració i d'un vessant de comunicació.

Tot això genera un tipus de comunicació, per tant això ho vam arribar a planificar en l'àmbit d'una intranet. Ara amb la intranet hem tingut problemes tècnics i fa quasi un any que ho tenim parat. Però hem recuperat els correus, perquè hi ha uns formularis concrets que més enllà de si ho utilitzem o no, aquests formularis se segueixen.

L'altre més funcional, és en l'àmbit tècnic, que és la nostra intervenció, pròpia i específica que aquí hi ha tot un sistema de despatxar, de recolzar, de seguir, de programar i avaluar, de fer uns reports, que són informacions periòdiques, en casos són setmanals o més extenses. I el tema és això, es barreja, hi ha els formularis que són una mica report una mica de control horari, que un diu: jo he treballat aquesta setmana aquestes hores i he fet aquestes activitats principals. Això és comunicació interna. Un altra cosa són afegits com són la trobada de final d'any o la que fem al juny, amb una xerrada més a escala de coneixement i continguts, avui l'hem fet sobre Xarxes Socials i això és de més a més. I diverses reunions, també hi ha un tema de despatx, on es tracten temes d'avaluació i després també es realitzen reunions amb els responsables dels projectes en funció d'incidències, de la coordinació tècnica del programa o en relació institucional, això és en funció de cada projecte. Però entenc que en l'àmbit més habitual són aquestes.

12. Heu realitzat accions de comunicació?

Prèviament t'he d'explicar on situem el tema de comunicació, nosaltres ens vam constituir com un equip de treball i vam instrumentalitzar el que era Associació, bé abans t'he dit SL però ara jo parlo directament d'Associació. Nosaltres, per ser un equip de treball que treballés amb això que volíem treballar havíem de tenir un NIF, una forma jurídica i llavors vàrem dir doncs Associació, que és el més simple. Serem una Associació, tindrem la nostra Junta Directiva, la nostra Assemblea, complirem amb un seguit de requisits d'Estatutaris, d'informar, dels canvis de Junta directiva, etc. Un seguit de coses i fem això com un instrument. És el nostre vehicle, on ens permetrà fer això en l'àmbit jurídic i a nivell també de (transició) econòmica, etc. Això és el que vam fer. Llavors, com que volíem ser equip, equip és sinònim de dimensions petites. No escolta, volem ser una entitat que sigui coneguda a arreu, que actuem a Catalunya després a l'estat, després a Europa. Després hem fet més o menys, però no és el que vàrem dir. I per tant, la nostra intenció ha fet el que jo dic, de provenint-se molt més de rebotiga, de coneixement del qual fem que d'aparador. Que per tant, que de comunicació. Amb tots els handicaps que això suposa. Perquè avui en dia vivim en un món que la comunicació és molt i a vegades tot. Després potser és una fal·làcia, respecte a la veritat. Però qui té molt bona comunicació es pot moure molt bé, i qui té un 0 de comunicació no es pot moure. Per més que tingui un producte d'or. Un producte brillant. Però nosaltres hem tingut més convicció de rebotiga i per defecte poc aparador i per tan poca comunicació.

Això d'entrada, volgutament i conscientment, de tots els handicaps que això comporta. Però de moment ho hem fet així. Només afegir que això explica el perquè d'aquest voler que la gent que ho fèiem teníem el punt de mirada posat en el servei final tot i que ens movíem suficientment bé en les relacions financeres, econòmiques, professionals, polítiques i de més. Polítiques vull dir, tractes amb els polítics, no per partits, sinó amb el tracte. Això crec que té un avantatge però també reconeixem i som conscients que té uns handicaps quant a algú vol ser molt fort o prou fort per fer l'activitat final ha de ser molt conegut. En contrapartida nosaltres defugim de la gent o entitats que són molt conegudes però al final desconeixen els serveis que estan portant i a vegades recolzen poc als tècnics que estan portant el projecte. No perquè no vulguin, sinó perquè la dimensió també suposa a vegades diluir el suport que fas en l'emissió final. A vegades l'emissió final queda descuidada per què has engreixat molt el tema de l'estructura. I per tant els objectius de la gestió de l'entitat són més grossos que la gestió del servei final.

Tot té pros i contres. El nostre pro és que ens hem aproximat a allò que volíem. El nostre contra és que el tema de l'aparador i la comunicació, hem fet poc. Per tant, el que nosaltres hem arribat a editar, el que nosaltres hem arribat a comunicar productes de comunicació, el que nosaltres hem arribat a fer i a fidelitzar la gent.

Hi ha a vegades associacions que fidelitzen molt la gent que han atès. Nosaltres d'això hem fugit, perquè el que hem fet és com a molt amb Administració si estem a Manlleu i treballem uns anys allà, però quan aquest servei ja no hi és marxem. Si nosaltres fóssim una Associació de Manlleu, tindríem socis, la nostra base social seria (...) No n'hem tingut de base social. Per tant, parlem de molt poca gent en l'Associació i parlem de poca gent en el treball. De dimensions petites. Això fa que el producte sigui que nosaltres en comunicació, que és el que em preguntaves sigui molt poca cosa. En tot cas ara fent aquesta prèvia intento contestar-te bé.

Heu realitzat accions de comunicació?

Justament avui amb la Montse i la Sílvia el butlletí. Ja que vàrem dir, muntem el butlletí que en vam fer un. Estem mirant de fer el segon perquè vam fer tot un esforç i una petita inversió econòmica perquè el construïssin, gent especialitzada amb això. Amb un butlletí que és una manera de comunicar al públic en general però en diferents sectors. Fins i tot el sector de la casa, a la gent amb la qual col·laborem. Companys en l'àmbit tècnic, institucions que ens coneixen, institucions que hem treballat i no treballem, i altra gent del sector social o altra gent que li pugui interessar. És una comunicació una mica generalista en aquest sentit, molt general i ens va costar, mira que és senzill quan t'ho mires.

Però dedicar-nos a això amb els compromisos que ens genera el servei ens va costar. En vam fer un al juliol del 2015 i ara estem mirant de treure'n un segon (desembre 2016). I la nostra idea és, treure'n un butlletí cada mes per anar bé.

Altres accions, mira doncs fem aquest calendari que a set una cosa que ha tingut molt d'èxit. Perquè se'ns demana molt. Aquest calendari el vam començar a fer fa 14-15 anys. I el fèiem com un obsequi, a la gent que coneixíem. És una manera de dir bon any i bon nadal i una gent de comunicació ens van fer el disseny i ens va agradar molt la idea. I llavors es veia poquíssim, ara es veu més. I a nosaltres això que va començar com un obsequi ens ha acabat servint una mica de propaganda. Ja que amb el tema de la prospecció econòmica i els temes que hi ha hagut, dius mira, això que et donava com a obsequi ara vull assenyalar una mica més com a: "Tingues present Víncl" perquè al final, si no et recorden no hi ets i perds o ocasions i tal.

Però, vam començar d'aquella manera. I llavors des d'aquest punt de vista segurament s'hauria de revisar si aquest Víncl que posa es veu més es veu menys i tal. Perquè al final, podria ser "El calendari que em portava la Montse o la Sílvia, però no el calendari de Víncl" i des d'aquest punt de vista, i des d'un vessant de comunicació. I llavors seria una intenció no volguda inicialment però que ha acabat sent, un obsequi "que ha arribat a la taula de molta gent". En comptes del típic de cartó doblegat i tal aquest amb un fons blanc, que pots anotar coses, el full que pots treure, veus tot el mes. Des d'un punt de vista de comunicació si ens ho haguéssim plantejat per què realment tal.

Algunes jornades que fem, que també ho són indirectament.

Pòsters. Vam fer una fira d'entitats aquí Salt i per això vam fer el pòster. I com que nosaltres no hem volgut anar a fira d'entitats perquè no tenim base social ni clientela a diferència d'altres entitats i per tant no solem fer-ho, però com que vam dir, participem a Salt ens vam plantejar que hi posàvem a un estand. Vam demanar un seguit de bolígrafs, els pòsters, aquells fulletons petits, per omplir l'estand. En aquest sentit hem fet alguna coseta d'aquest però no és que ho fem gaire.

Quan ens hem posat a la xarxa del mes que és una xarxa de (roms) i gitanos que és una xarxa de l'est d'Europa que varen promoure un observatori. Aquí hem fet materials però com a xarxa no com a Víncl. Llavors editàvem uns materials, que eren uns llibrets petits. Hem anat fent cosetes així. En aquesta línia.

13. Teniu pla de comunicació?

No en tenim.

14. Quins objectius voleu complir amb el futur pla de comunicació?

Hi ha un objectiu que és la comunicació en general. A nosaltres si haguéssim de fer més departaments per ser més complets, més forts, més dimensionats, suposant que això ho volguéssim i ho poguéssim. Clar, hauríem d'obrir una àrea de comunicació, que ara està molt posat en direcció general repartit en diferents funcions. Però una àrea de comunicació és molt essencial de fer-la. Vam prioritzar altres coses i aquí no hem arribat. Però prioritzem per exemple desdoblar la de serveis. Que no pas dir, no, el que és execució de programes i tema de qualitat i metodologia i intervenció ho ajuntem en un i dediquem una persona a comunicació, no ho hem fet. Ens equivoquem o no, però nosaltres no hem optat per aquí. Llavors, comunicació és una àrea que obriríem. I per tant, això ja seria un objectiu. Tenir algú de comunicació perquè ens permet moltes coses. Portar el butlletí. El butlletí ens sembla essencial, per vincular aquestes 15 persones perquè sàpiguen el què. Per vincular internament. És una eina que permet vincular moltes coses, a moltes distàncies i a moltes implicacions diferents. Després de butlletins també se'n podrien fer de diferents versions. Uns més per l'intern per exemple. Però per no complicar-ho només un butlletí, et dona a conèixer coses que a vegades en l'àmbit intern un es dedica al projecte que porta i no sap d'altres coses. Que en aquesta ocasió o sabria igual que ho sap d'una de fora. Però al final, gent de fora sap cosa que un no sap. Per tant això, seria com una eina bàsica al meu entendre d'una qüestió molt simple si hi hagués una àrea de comunicació. I si no hi és també.

L'objectiu que seria tenir una àrea de comunicació, perquè si estaria bé, jo no et diria pas que no. El que no diria és crear un gran aparador per a després que l'aparador fos el *buque insígnia*, això no perquè ens contradiu. No és el valor que nosaltres hi posem. Però tenir un bon aparadoret estaria bé. I llavors, no hem prioritzat sobretot en l'àmbit econòmic, perquè això que estem dient, mira contractem a algú per fer això i segur que surt. No és pas complicat, contractem a algú encara que sigui a mitja jornada i sortirien butlletins cada mes segur. No seria pas complicat, i tenim tema com per treure un butlletí. Però és això, l'objectiu seria de poder-nos comunicar de poder-nos fer saber allò que ja estem fent. No per dir no és que si tinguéssim una bona àrea de comunicació perquè l'objectiu seria estendre'ns a tot Espanya, no. No seria aquest. Seria, allò que fem, que tingui més compactació amb els diferents agents que intervenim, de gent propera, de voluntaris, de la gent interna, dels antics treballadors, i això ens serviria.

15. Quins canals heu utilitzat/utilitzeu?

Internet i elements corporatius.

16. Teniu projectes de futur?

Ara estem amb molts interrogants, perquè nosaltres fa un temps que vivim molt al dia. No només econòmicament, sinó que vivim al dia en saber. Aquest any anem a mesos facturant. No sabíem en quin mes es podria treure. Ja saps que més o menys continuàrem però no estava clar. Estabilitzar el que fem amb una certa continuïtat pel que se'ns demana, per la feina que genera, pel personal que hi treballa, això ja en si és un objectiu. Perquè és una millora.

Si poguéssim treballar de manera anual, indirectament ens permet treballar amb una certa continuïtat i tranquil·litat i no està fent contínuament tràmits. Un concurs, un contracte, etc. això esgota. Esgota a la gent, crea inseguretat. La gent arriba a l'estiu i es pregunta "M'acomio de la gent amb la qual treballo?" tot això ja és un objectiu d'estabilitat. Amb objectiu d'estabilitat hi ha el tema de sostenibilitat a diferents nivells, que ens plantejem per ser sostenibles en el temps. I una altra cosa és dir, com ens veiem, a través del pla estratègic. Aquí tenim molts interrogants perquè hem de tenir en compte com tenim les coses, com les estabilitzem, com les fem sostenibles. I després ja veuríem on ens trobem. Però molt en la línia del que anem fent. Amb Vincle ara mateix no ens veiem expansionats, hem fet coses a nivell Espanya perquè se'ns ha demanat, en assessoraments o en anar a fer el pla d'inclusió social de Castella La Manxa, anar a assessora a La Corunya un tema d'allotjament o població en sector de drogues i gitanos. Això ho hem fet però això són accions puntuals. Ara també tenim dues persones treballant a València amb altres entitats per un tema d'habitatge social de les hipoteques i desnonaments. Temes de lloguer social. Però és esporàdic.

Llavors nosaltres hauríem d'arreglar l'estabilitat, la sostenibilitat i ja en plantejaríem que fem en relació al que anem fent. Perquè voldríem seguir tractant el tema d'habitatge oberts a altres opcions de col·lectius, molt allà mateix perquè a nosaltres això ens és suficient. Sí que hi ha una cosa que ens plantejem, que són aliances amb altres entitats de fer coses en conjunt perquè ens permet consolidar coses. Nosaltres estem orgullosos que amb el que fem se'ns consideri tècnicament qualificats i amb un bon producte.

3. CARTA A VINCLE

A continuació es mostra la carta formal que s'ha fet arribar al director de Vínclé juntament amb el projecte:

Girona, 29 de maig de 2017

Benvolgut Francesc X.,

Em dirigeixo a vos per presentar-vos la proposta del pla de comunicació per a Vínclé Associació per la recerca i l'acció social. Al document adjunt es detalla el projecte que conté una prèvia investigació sobre la història i l'evolució de la comunicació al tercer sector.

A partir del punt 5, "El cas de Vínclé", s'estructura una prèvia anàlisi de l'Associació i tot seguit el pla de comunicació amb les propostes pertinents. Finalment, s'hi troben les peces comunicatives que s'han dut a terme de manera gràfica per tal d'exemplificar les presents propostes.

Val a dir, que l'arxiu adjunt és la primera versió del projecte, un cop s'hagi finalitzat, us facilitaré la versió final.

Quedo a la vostra disposició per a resoldre qualsevol dubte o qüestió.

Rebeu una cordial salutació,

Marta Neras Xuclà