

## **RESUMEN DEL TRABAJO REALIZADO SOBRE EL PLAN ESTRATEGICO DE UNAD**

### **1.- IDENTIFICACION DE LOS BENEFICIARIOS DE UNAD**

Beneficiario Principal

- Organizaciones Miembro

Beneficiarios de apoyo, secundarios,...

- Administraciones
- Entidades Financiadoras
- Sociedad
- Trabajadores de UNAD
- Usuarios de las entidades miembro de UNAD
- Afectados por las drogodependencias desde la dimensión de la exclusión.

### **2.- REDIFINICIÓN DE LA MISIÓN DE UNAD**

Identificar, canalizar y promover respuestas a necesidades comunes de las organizaciones miembros que fortalezcan el tejido asociativo para fomentar una sociedad integradora.

### **3.- VALORES**

#### **VALORES EN LAS PERSONAS**

- Respeto
- Sensibilidad Social
- Compromiso
- Equidad, honestidad y tolerancia

#### **VALORES EN LA ORGANIZACIÓN**

- COHERENCIA
- INDEPENDENCIA
- TRANSPARENCIA
- Participación y democracia

#### **VALORES EN LA SOCIEDAD**

- SOLIDARIDAD
- PARTICIPACIÓN
- JUSTICIA SOCIAL SOSTENIBLE
- Libertad y diversidad.

### **4.- ANALISIS ESTRATEGICO**

| <b>AMENAZAS EXTERNAS</b>                                     | <b>Puntuación</b> |
|--|-------------------|
| PERCEPCION SOCIAL DE LAS DROGODEPENDENCIAS COMO UN MAL MENOR | 23                |
| APARICION Y/O CRECIMIENTO DE OTRAS PROBLEMATICAS SOCIALES    | 18                |

|  |    |
|--|----|
| DECISIONES POLITICAS EN FUNCION DE LA ALARMA SOCIAL E INTENCION DE VOTO                  | 16 |
| FALTA DE RECONOCIMIENTO Y OBSTACULOS AL TERCER SECTOR                                    | 14 |
| CRECIMIENTO DE LA "ORIENTACIÓN" FARMACOLOGICA Y DE SALUD MENTAL DE LAS DROGODEPENDENCIAS | 9  |
| NO SE CONSIDERA COMO VALOR LA EDUCACIÓN EN RESPONSABILIDAD Y LA PARTICIPACION SOCIAL     | 9  |
| CONCEPCIÓN MERCANTIL DE LA PRESTACION DE SERVICIOS SOCIALES DE EMPRESAS Y SECTOR PUBLICO | 7  |
| TENDENCIA A LA REDUCCION DE RECURSOS ESPECIFICOS PARA DROGODEPENDENCIAS                  | 4  |
| TRATAMIENTO NO ADECUADO DE LOS PROBLEMAS SOCIALES POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN         | 3  |
| NO INCLUSION DE LAS DROGODEPENDENCIAS EN LAS NUEVAS LEGISLACIONES                        | 2  |

| <b>OPORTUNIDADES EXTERNAS</b>   | <b>Puntuación</b> |
|---|-------------------|
| CRECIENTE IMPORTANCIA DE LAS POLITICAS SOCIALES                           | 26                |
| RECONOCIMIENTO Y ARTICULACIÓN DEL SECTOR DE ACCION SOCIAL                 | 23                |
| NECESIDAD DE UNA RED DE RECURSOS SOCIALES DE DROGODEPENDENCIAS            | 16                |
| RETROCESO DE LAS POLITICAS "REPRESIVAS Y PURITANAS" A NIVEL INTERNACIONAL | 15                |
| EVOLUCION DE LAS T.I.C.   | 11                |
| AUMENTO DE LA FORMACION Y DE LOS PROFESIONALES DE DROGODEPENDENCIAS       | 10                |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL COORPORATIVA DE LAS EMPRESAS                       | 5                 |

| <b>DEBILIDADES INTERNAS</b>                           | <b>Puntuación</b> |
|---|-------------------|
| MODELO ORGANIZATIVO                                   | 20                |
| FALTA DE SENTIMIENTO DE PERTENENCIA DE LOS ASOCIADOS  | 18                |
| LA DEBILIDAD DE SUS ASOCIADAS                         | 13                |
| COMUNICACIÓN POCO EFECTIVA                            | 13                |
| HETEREGONEIDAD DE SUS ASOCIADAS                       | 8                 |
| POCA VISIBILIDAD DE LOS RESULTADOS                    | 8                 |
| DISTANCIAMIENTO GEOGRAFICO DE LOS ORGANOS DE GOBIERNO | 7                 |
| POCO VISIBILIDAD DE LAS ACTUACIONES DE UNAD           | 6                 |
| RESISTENCIA AL CAMBIO                                 | 5                 |
| FALTA DE CONSENSO EN EL PAPEL DE LOS LIDERES          | 4                 |

| <b>FORTALEZAS INTERNAS</b>                           | <b>Puntuación</b> |
|--|-------------------|
| NUMERO Y PROCEDENCIA GEOGRAFICA DE SUS ASOCIADOS     | 19                |
| COHEXION DE LA JUNTA DIRECTIVA ACTUAL                | 16                |
| INDEPENDENCIA  | 15                |
| REPRESENTACION CONOCIDA Y RECONOCIDA                 | 14                |
| CAPACIDAD DE DAR RESPUESTA PROFESIONAL               | 11                |
| BUENA GESTION  | 10                |
| RESULTADOS IMPORTANTES, CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS | 8                 |
| LIDERAZGO COMPROMETIDO PROFESIONAL Y RESPALDADO      | 5                 |
| RECURSOS HUMANOS DE LA ESTRUCTURA                    | 4                 |
| CAPACIDAD PARA GENERAR Y ATRAER                      | 2                 |

## **5.- VISION DE UNAD**

Como se ve la propia organización en un horizonte temporal de 5 años

*“Somos la mayor red de entidades referente en materia de drogodependencias y política social, independiente, eficaz, coherente y transparente, que participa proactivamente en política social en complementariedad con las instituciones publicas y con el tercer sector, ofreciendo servicios que fortalecen a sus entidades socias, sintiéndose estas presentes y representadas y como pertenecer a UNAD les otorga un prestigio social.”*

## **6.- ELEMENTOS CLAVE UNAD**

Teniendo en cuenta la Misión, los beneficiarios de UNAD, el análisis estratégico, los valores de la entidad y la visión de UNAD, se identificaron las amenazas externas a superar, las oportunidades a aprovechar, las fuerzas a incrementar y las debilidades a superar y se obtuvieron por consenso los siguientes elementos, destacando entre estos en negrita, los mas valorados y los coincidentes por todos.

### **SUPERAR AMENAZAS EXTERNAS**

- **Decisiones políticas en función alarma social e intención de voto**
- **Crecimiento de la orientación farmacológica y de salud mental**
- Concepción mercantil de la prestación de servicios sociales de empresas y del sector publico
- Tendencia a la reducción de recursos específicos para drogodependencias

### **APROVECHAR OPORTUNIDADES EXTERNAS**

- **Reconocimiento y articulación del sector de acción social**
- **Necesidad de una red de recursos sociales de drogodependencias**
- Evolución de las T.I.C. (Tecnologías de información y comunicación)
- Crecimiento de la importancia de las políticas sociales

### **AUMENTAR FUERZAS INTERNAS**

- **Numero y procedencia geográfica asociados**
- **Representación conocida y reconocida**
- **Buena gestión**

### **SUPERAR DEBILIDADES INTERNAS**

- **Falta de sentimiento de pertenencia de los asociados.**
- Debilidad de sus asociados
- Comunicación poco efectiva
- Poca visibilidad de los resultados
- Modelo organizativo

## 6.- AREAS ESTRATEGICAS

Una vez identificados los elementos claves se eligen de manera consensuada aquellas las áreas prioritarias donde centrar las actuaciones en los próximos años.

Estas son las siguientes:

1. **Política social**
2. **Modelo organizativo**
3. **Comunicación**
4. **Entidades asociadas**

## 7.- LINEAS DE ACTUACION

Descritas las áreas estratégicas se definen las líneas de actuación prioritarias para cada una de las áreas

### 1.- POLITICA SOCIAL

1. Relaciones institucionales;
  - a. Relaciones con grupos políticos y partidos parlamentarios
  - b. Presencia y/o participación en órganos consulta o ciudadanía
  - c. Contactos periódicos con distintos responsables administración
2. Relaciones con agentes sociales y medios comunicación
3. Marco de políticas legislativas
4. Participación en el tercer sector nacional e internacional
5. Sensibilización social y reivindicación

### 2.- MODELO ORGANIZATIVO

1. Mejora continua de la gestión
  - a. Gestión técnica
  - b. Gestión económica
  - c. Personas
2. Órganos de gobierno y representación
  - a. Participación Federaciones autonómicas
  - b. Definición de competencias
  - c. Vocalías
  - d. Régimen jurídico, (estatutos, reglamento, ...)
3. Código ético

### 3.- COMUNICACIÓN

1. INTERNA
  - a. Con entidades
  - b. Con la JD
  - c. Con técnicos, ...
2. EXTERNA
  - d. Relaciones con medios de comunicación
  - e. Otras Ongs
  - f. Publicas y privadas
3. COORDINACION (entre las diferentes áreas)
4. Marca Corporativa

## **ENTIDADES ASOCIADAS**

1. Servicios a los asociados
  - a. Formación
  - b. Programas
2. Detección de necesidades
3. Participación
4. Seguimiento asociativo

### **Pendiente por elaborar:**

- Las acciones estratégicas de cada línea estratégica desglosadas por secciones y/o departamentos, por servicios y/o productos.
- Consensuar con los otros grupos de trabajo las áreas, líneas y acciones estratégicas.
- Objetivos y resultados esperados a alcanzar medibles y realistas para cada línea estratégica.
- Fijar indicadores para medir los resultados previstos.
- Redacción del Plan detallado con explicaciones y justificaciones de cada uno de los apartados.
- Asignar recursos y medios a cada una de las acciones.