

# **IV PLAN ESTRATÉGICO DE LA FEDERACIÓN CATALANA DE DROGODEPENDENCIAS FCD 2015-2019**

**MAYO DE 2015**

**El IV plan estratégico de la FCD contiene cuatro líneas estratégicas y una quinta línea transversal que ofrece soporte a las demás.**

<b>LÍNEA ESTRATÉGICA 1: GENERAR ESPACIOS DE ENCUENTRO, INTERCAMBIO Y PARTICIPACIÓN</b>		
<b>OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PRODUCTOS</b>
OBJ 1.1. INCREMENTAR EL VOLUMEN DE ENTIDADES SOCIAS E INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN Y EL RELEVO EN LOS ESPACIOS ESTATUTARIOS.	Tendencia en el nº de personas que asisten y participan en las Asambleas de la FCD. % de personas que cambian de cargo cuando hay elecciones a la Junta Directiva. Media anual de entidades nuevas incorporadas a la FCD.	Visitas de la Presidencia u otros miembros de la JD a entidades. Presentación de la FCD para potenciales entidades socias con la cartera de servicios. Solicitudes de entrada a la FCD de otras entidades Catalanas tramitadas.
OBJ 1.2. CELEBRAR JORNADAS Y ENCUENTROS TÉCNICOS CON CONTENIDOS INNOVADORES Y DE INTERÉS COMÚN	Nº de jornadas y encuentros celebrados al año. Tendencia en el nº de participantes en las jornadas Media de satisfacción global de los participantes a las jornadas y encuentros.	Una jornada interna al año con temas de políticos, técnicos e ideológicos de 200 personas. Un ágora de intercambio de experiencias entre profesionales de 100 personas.
OBJ 1.3. SEGUIR PARTICIPANDO, COORDINARSE Y CANALIZAR EL TRABAJO DE GRUPOS O COMISIONES TÉCNICAS ESPECIALIZADAS EN ADICCIONES	Media anual de reuniones o sesiones de coordinación y trabajo con grupos técnicos especialistas en adicciones. Nº de nuevos grupos de especialistas identificados al año con la que se establece contacto.	Documentos accesibles y atractivos que sistematizan información y conclusiones de interés para las entidades y que surgen de los grupos o comisiones técnicas.
<b>RESULTADO ESPERADO LÍNEA 1:</b> En la FCD se han generado una alta cohesión interna y sentimiento de pertenencia y la FCD es un espacio de alta participación, responsabilidades compartidas y asistencia tanto en lo estatutario como en lo técnico.		

<b>LÍNEA ESTRATÉGICA 2: DISPONER DE DATOS AGLUTINADOS DE INTERÉS SOBRE LAS ADICCIONES, LOS FENÓMENOS VINCULADOS A LOS CONSUMOS DE DROGAS Y EL MOVIMIENTO ASOCIATIVO EN CATALUÑA</b>		
<b>OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PRODUCTOS</b>
OBJ 2.1. DISPONER DE UN INFORME ACTUALIZADO SOBRE EL PERFIL DE PESONAS CON PROBLEMAS DE ADICCIONES Y DE LAS TENDENCIAS DE CONSUMOS EN CATALUÑA, ASÍ COMO LA EVOLUCIÓN DE LAS NECESIDADES DE	Nº Informes anuales con el perfil de personas usuarias de las entidades de adicciones de Cataluña. Contiene también las tendencias principales de consumos y evolución de las necesidades. % de entidades de la FCD que han ofrecido los datos y participado en el informe. Grado de conocimiento y uso del informe por las FCD y sus	Informe anual de perfil, tendencias de consumo y necesidades detectadas con datos representativos y actuales. Difusión de los datos a través de la FCD y de sus entidades socias.

LAS PERSONAS.	entidades socias.	
OBJ 2.2. DISPONER DE UN MAPA ACTUALIZADO Y VISUAL SOBRE LOS RECURSOS Y DISPOSITIVOS DE LA RED DE DROGAS DE CATALUÑA, TANTO PÚBLICOS COMO PRIVADOS	Nº de actualizaciones anuales del mapa de la red de drogas. % de entidades de la FCD que han ofrecido información sobre sus recursos. Grado de conocimiento y uso del mapa por las FCD y sus entidades socias. Grado de participación en el mapa y uso de los servicios públicos.	Mapa de la red de drogas público y privado actualizado y accesible y atractivo en formato digital y/o tríptico. Difusión del mapa por parte de la FCD, las entidades socias los servicios públicos.
OBJ 2.3. DISPONER DE ESTUDIOS ESPECÍFICOS POR TEMAS DE INTERÉS O FENÓMENOS PREOCUPANTES SEGÚN SE VALORE DESDE LA FCD Y RETORNAR INFORMACIÓN A LAS ENTIDADES QUE COLABORAN EN ESTUDIOS DE OTRAS REDES ALIADAS	Nº de estudios por temas de interés accesibles y difundidos por la FCD. Nº de documentos interesantes que sistematizan información, proyectos, iniciativas o publicaciones de otros grupos o comisiones técnicas de trabajo.	Estudios con temas específicos desarrollados por entidades, grupos de expertos u otras comisiones, accesible en la web y difundido por la FCD. Documentos con proyectos, iniciativas, o publicaciones sobre drogas o adicciones accesibles en la web de la FCD y difundido a toda la red.
<b>RESULTADO ESPERADO LÍNEA 2:</b> La FCD basa sus posicionamientos, prioridades y propuestas en datos objetivos y estudios rigurosos que le atribuyen un alto respeto en sus reivindicaciones y le avalan como representante de las entidades de adicciones.		

<b>LÍNEA ESTRATÉGICA 3: DISEÑAR Y CONSENSUAR EL POSICIONAMIENTO IDEOLÓGICO DE LA FCD EN ADICCIONES, DROGAS Y OTROS FACTORES RELACIONADOS</b>		
<b>OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PRODUCTOS</b>
OBJ 3.1. DEFINIR UN MODELO DE INTERVENCIÓN (PREVENCIÓN, TRATAMIENTO Y REINSERCIÓN) DE LA FCD Y DESARROLLAR POSICIONAMIENTOS ESPECÍFICOS RELACIONADOS CON LAS DROGAS Y LAS ADICCIONES	Nº de documentos anuales consensuados y redactados sobre el modelo de intervención y otros posicionamientos relacionados. % de entidades socias que han participado en la elaboración	Documentos sobre el modelo y otros posicionamientos Nota de prensa, rueda de prensa o campaña vinculada a los documentos generados para difundirlos.
OBJ 3.2. LIDERAR Y PARTICIPAR DEL DEBATE SOBRE LA REGULACIÓN Y OFRECER POSTURAS Y PROPUESTAS COMUNES DE LA FCD	Nº de espacios generados o asistidos en los que se participa o lidera el debate. Nº de documentos o manifiestos anuales consensuados.	Reunión o encuentro en la FCD para consensuar posturas. Manifiesto o documento redactado que recoja la postura y las propuestas de la FCD
OBJ 3.3. MEJORAR LA PARTICIPACIÓN DE MANERA ORGANIZADA EN EL DISEÑO, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS PLANES AUTONÓMICOS Y MUNICIPALES DE DROGAS Y APOYAR LAS REFORMAS Y PROPUESTAS LEGISLATIVAS A FAVOR DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS QUE HACE	Media anual de reuniones y espacios de trabajo con la AA.PP para el diseño, seguimiento y/o evaluación de los planes autonómicos y municipales. % de entidades de la FCD que participan en los planes municipales. Nº de difusiones y noticias de apoyo a las propuestas estatales	Calendario y plan de trabajo de incidencia política en base a momentos relevantes (elecciones, creación de consejos, elaboración de nuevos planes, etc)

UNAD A NIVEL ESTATAL	de UNAD y otras redes.	
<p><b>RESULTADO ESPERADO LÍNEA 3:</b> Todas las entidades miembro de la FCD comparten un modelo de intervención en adicciones y desde éste, promueven enfoques, marcos legales, propuestas y actuaciones concretas para las políticas de drogas en todos los niveles.</p>		

**LÍNEA ESTRATÉGICA 4: POSICIONAR LA MARCA DE LA FCD COMO REFERENTE DE LAS ADICCIONES Y DROGAS EN CATALUÑA ANTE TODOS LOS SECTORES**

OBJETIVOS	INDICADORES	PRODUCTOS
<p>OBJ 4.1. DEFINIR Y DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD DE LA FCD A TRAVÉS DE SU WEB, REDES Y SU INFLUENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.</p>	<p>Tendencia del nº de personas que entran y hacen uso de la web de la FCD. Tendencias del nº de seguidores e influencia en redes sociales. Nº medio de apariciones en medios de comunicación de la FCD. Grado de actualización trimestral de la web y redes de la FCD.</p>	<p>Estrategia de comunicación digital definida y aprobada. Web actualizada de manera continua y con entradas frecuentes. Redes activas y movilizandoinformación de interés. Notas de prensa, comunicados, noticias, entrevistas, artículos etc. Memoria anual con la información de la FCD.</p>
<p>OBJ 4.2. SEGUIR PARTICIPANDO EN LA ESTRUCTURACIÓN DEL TERCER SECTOR HACIENDO QUE LAS TEMÁTICAS REFERIDAS DROGAS ESTÉN PRESENTES Y SU MODELO Y PRÁCTICAS SEAN EJEMPLOS</p>	<p>Grado de participación e influencia de la FCD en las principales redes del tercer sector catalán. Grado de rendimiento o retorno para la FCD de la participación en redes de Estatales y Catalanas.</p>	<p>Alianzas de la FCD documentadas con una estrategia de participación definida. Informe de seguimiento y/o evaluación anual del retorno del trabajo en red.</p>
<p>OBJ 4.3. REVISAR Y ACTUALIZAR LA IMAGEN, LOGO Y DOCUMENTAR EL POSICIONAMIENTO DE MARCA PARA DARLA A CONOCER Y VINCULARLA CON LOS VALORES DE LA FCD</p>	<p>Grado de actualización de la imagen de la FCD. Nº de documentos y manuales de marca generados al año.</p>	<p>Imagen gráfica renovada con productos (documentos, cartas, firma electrónica, cartelería, etc) Materiales corporativos y merchandising.</p>

**RESULTADO ESPERADO LÍNEA 4:** La FCD es la marca que representa de forma inequívoca al movimiento asociativo de las adicciones en Cataluña y los consumos de drogas y es interlocutor ante los poderes públicos, el tercer sector y la sociedad en esta materia

<b>LÍNEA ESTRATÉGICA T: ESTUDIAR EL MODELO DE FINANCIACIÓN SOSTENIBLE PARA LA FCD E INVERTIR EN ESTRATEGIAS DE CAPTACIÓN DE FUENTES ALTERNATIVAS</b>		
<b>OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PRODUCTOS</b>
OBJ T.1. REVISAR DE MANERA CONSENSUADA EL <b>MODELO DE FINANCIACIÓN</b> ÓPTIMO PARA LA FCD EN BASE A TODAS LAS OPCIONES DE SOSTENIBILIDAD	Nº de reuniones o espacios generados para abrir el debate y definir el modelo de financiación de la FCD. Nº de documentos elaborados y/o actualizados sobre el modelo de financiación de la FCD.	Modelo de financiación documentado y plan de contingencias que contemple retrasos, impagos u otras circunstancias.
OBJ T.2. ENCONTRAR Y GENERAR <b>FÓRMULAS DE CONSOLIDACIÓN</b> FORMAL DE LA RELACIÓN CON LA AA.PP PARA ASEGURAR LA SOSTENIBILIDAD A LARGO PLAZO DE LA FCD	Nº medio de reuniones anuales con el principal financiador para la mejora y consolidación de las relaciones a nivel político y técnico. Nº de documentos, compromisos o convenios firmados con el financiador. Grado de mejoras en las condiciones, plazos y tiempos de la financiación pública de la FCD.	Convenios plurianuales con las AA.PP que contemplen condiciones ventajosas para la FCD.
OBJ T.3. DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE <b>CAPTACIÓN ALTERNATIVA</b> DE FINANCIACIÓN VIABLES PARA LA FCD	Nº de formaciones e identificación de estrategias interesantes para la captación de financiación alternativa. Inversión/resultado conseguido con las estrategias lanzadas para la captación de financiación.	Formación en Fundraising, Crowdfunding y otras alternativas. Base de datos de potenciales inversores, donantes y empresas colaboradoras. Tríptico o presentación "comercial" de la FCD.
<b>RESULTADO ESPERADO LÍNEA T:</b> La FCD es consciente del modelo de sostenibilidad que necesita y construye de manera proactiva fórmulas e iniciativas que consolidan los apoyos públicos y permiten acceder a otras fuentes de financiación que la equilibran		