

Asociación de Técnicos de Informática

Capítulo Territorial de la Comunidad Valenciana y Murcia

Plan de Acción del Ejercicio 2008

A. Coyuntura

Una nueva junta directiva del capítulo de la Comunidad Valenciana y Murcia con predisposición de ser útil al socio y útil a la sociedad, desea partir de cero en una etapa también nueva en la que la coyuntura no es favorable debido, por un lado, a un descenso alarmante en el número de socios en los últimos 4 años en todo el estado (ver cuadros), y por otro lado, la situación económica del país. Esta coyuntura obliga a establecer las pautas sobre qué objetivos deben plantearse las juntas directivas de los capítulos, y principalmente, la general de la asociación.

ATI General

2003	2004	2005	2006	2007
4.510	4.403	4.013	3.645	3.518
%	-2,37	-11,02	-19,18	-22,00

ATI por Capítulos

	2003	2004	2005	2006	2007
CAPÍTULO TERRITORIAL	dic-03	dic-04	dic-05	dic-06	dic-07
ANDALUCIA	253	254	211	206	204
ARAGON	98	99	87	83	78
CATALUNYA	2.930	2.794	2.593	2.328	2.242
MADRID	930	926	824	779	755
VALENCIA	234	259	228	181	178
INSTITUCIONALES	65	71	70	68	61
ANDALUCIA	%	0,40	-16,60	-18,58	-19,37
ARAGON	%	1,02	-11,22	-15,31	-20,41
CATALUNYA	%	-4,64	-11,50	-20,55	-23,48
MADRID	%	-0,43	-11,40	-16,24	-18,82
VALENCIA	%	10,68	-2,56	-22,65	-23,93

Dado que ATI general ya está renovándose y estableciendo las pautas para una reconversión posibilitando que ATI sea también el networking del socio, veamos que puede un capítulo como el de la Comunidad Valenciana y Murcia, Andalucía o Aragón hacer no sólo para subsistir sino para intentar crecer.

B. Actividades generales: Ejes del plan de acción

El plan de acción para los próximos 3 años debería fundamentarse en dos ejes con una tipología de actividades basadas en los dos segmentos-objetivo existentes: el segmento interno, los socios, y el segmento externo, los no socios, tal y como se esquematiza en el cuadro siguiente:



	SOCIOS (Eje interno)	NO SOCIOS (Eje externo)
Personas físicas: Estudiante Jubilado Adherido Numerario Honor	Actividades de tipo 1 y 2	Actividades de tipo 4
Personas jurídicas: Institucional	Actividades de tipo 1 y 2	Actividades de tipo 3

Eje interno: Actividades generales con los socios

B1. Actividades de potenciación de la profesionalidad del socio (tipo 1)

Una de las motivaciones fundacionales de ATI fue la de aportar utilidad a los primeros profesionales de la Informática, que buscaron en la creación de la asociación una manera de construir una profesión y de mantener sus competencias profesionales en un contexto pionero muy diferente al actual.

Ahora esta misma motivación fundacional se mantiene pero en un formato muy diferente que se ha de interpretar como un eje de actuaciones destinados a potenciar el socio como profesional de las TIC brindando una oferta de formación actualizada, accesible por diferentes canales (presencial o a distancia), y con precios ventajosos (a ser posible, subvencionado). El objetivo es hacer que nuestro socio mejore su potencial profesional.

Pero falta hacer una radiografía de los socios de nuestro capítulo, entendiendo cuál es su ejercicio profesional y en qué sector lo desarrollan, para poder segmentar los diferentes intereses y necesidades y poder atenderlo mucho mejor y de manera específica.

Como un segmento especial de nuestros socios, consideraremos a los más jóvenes, los estudiantes, y en especial, sus intereses más inmediatos de situarse en el mercado de trabajo y de hacerse una carrera profesional a largo plazo.

Por otro lado, hace falta ayudar al socio que lo desee, su reputación profesional y su proyección con el conocimiento de técnicas y el uso de herramientas en la red, así como instrumentos de networking profesional.

Con todo, se buscarán oportunidades para que los socios coincidan en encuentros aprovechando la organización de actividades de difusión, tanto orientadas al interés personal del profesional como el de su actividad en las organizaciones donde trabajan.

Gracias a la experiencia acumulada, principalmente en otros capítulos, se propondrán soluciones para que los socios se conozcan entre ellos y conozcan de manera mútua sus capacidades profesionales, así como alternativas, con cobertura ATI para que puedan intercambiar servicios.

Es necesario:

- Convertir nuestra asociación en un vehículo para la promoción profesional de los asociados, a nivel individual y como colectivo, dentro y fuera del capítulo.
- Hacer un informe de los diferentes perfiles de socios que tenemos para que las empresas vean nuestro atractivo y hacer un estudio que nos permita conocer los segmentos de socio actuales. Orientar la oferta de difusión y formación de acuerdo con su interés.
- Mejorar los niveles y acuerdos de colaboración con entidades relacionadas para potenciar y obtener para los socios una mejor y más asequible formación, enmarcada con criterios que favorezcan la formación permanente o formación a lo largo de la vida profesional.
- Incrementar la presencia de ATI en la red social a través de la organización conjunta de diferentes actos con otras instituciones públicas o privadas (conferencias, mesas redondas, foros, etc.) sobre temas tecnológicos de vanguardia.
- Organizar actividades orientadas al sector profesional y empresarial.
- Crear la comunidad de socios jóvenes y estudiantes con una oferta focalizada a quien empieza en la profesión y está construyendo una carrera profesional.

B2. Actividades para la potenciación de la comunicación con el socio (tipo 2)

ATI no nació en el mundo Internet, pero si que la vió nacer y crecer. De modo que fue la primera asociación que dispuso de web y que ofrecía a sus socios servicios como los de correo. Con todo, este crecimiento ha estado desigual y no siempre cumplido. De aquí que, en los últimos años, se ha hecho un gran esfuerzo cuantitativo para disponer de todas las direcciones electrónicas de los socios y de animarlos a acceder a la intranet, mientras que por otro lado, se ha potenciado la comunicación electrónica con el socio así como la difusión y disponibilidad de la revista, los boletines y contenidos en la intranet.

Ahora hace falta hacer un paso adelante tanto con el objetivo de poner orden, como de potenciar las herramientas disponibles, para todos los capítulos.

Por tanto, debemos intentar que:

- todos los socios del capítulo tengan correo electrónico actualizado y estén suscritos en la lista de correo a los socios,
- se potencie el uso de la intranet a modo de sede personal del socio, y
- cuando se realice el blog o página web del capítulo, éste sea un canal más directo de comunicación con el socio, y un espacio donde el socio pueda comunicarse con la junta.

La red ha cambiado las reglas de juego del mundo asociativo, por lo que hace falta crear comunidades de interés que funcionen en la red, y que no sólo articulen la interacción entre socios, sino que los den voz para poder generar opiniones que representen, en aspectos concretos, la opinión de la asociación.

Además de las oportunidades de encuentro virtual que ofrece Internet, es cierto que hace falta una manera de acercarse al socio del capítulo que reside en Murcia, por lo que nos proponemos un acercamiento a él de la mejor manera posible.

Es necesario:

- Hacer más fluida la comunicación entre la asociación y el socio en ambos sentidos.
- Informar al socio de todos los acuerdos que ATI tiene con empresas y los beneficios que puede obtener.
- Incrementar el conocimiento de la tarea de ATI a los socios y no socios a través de diferentes medios (internet, correo ordinario).
- Hacer útil el portal de la web de ATI para fomentar su uso frecuente.
- Fomentar el uso de los blogs como herramienta de comunicación personal.
- Acercarnos físicamente al socio de puntos lejanos del capítulo en la medida de lo posible.

Eje externo: Actividades generales con los no socios

B3. Actividades para la potenciación de las relaciones institucionales (tipo 3)

Ser útil a la sociedad significa crear un canal de comunicación doble con nuestro entorno profesional, tanto para escuchar lo que dicen los representantes electos de nuestra área territorial, los agentes sociales, los agentes focalizados en la formación y gestión del conocimiento de las TIC, y de los representantes empresariales y sindicales, como para dar a conocer nuestra opinión tratando de influir positivamente en nuestro entorno socioeconómico.

Para evolucionar positivamente en este eje nos hace falta estructurar nuestra red de

contactos y crear y mantener las relaciones institucionales involucrándolos en nuestros objetivos como asociación, haciéndolos participar a la vez que nos mostramos dispuestos a participar en los suyos.

Es necesario mantener y potenciar los contactos con otras asociaciones y fortaleceremos la relación con los Institutos con ciclos formativos de la familia de informática y las Universidades para dotarla de más contenido y actividad.

Hace falta incrementar el número de socios institucionales por el reforzamiento de marca que puede suponer. La finalidad es hacerlos participar de nuestros objetivos e implicar a las personas de contacto, haciendo una campaña de comunicación en cada firma y renovar regularmente su compromiso. Se trabajará en la diferenciación de las tipologías de socio institucional, que a día de hoy quedan poco definidas. A priori se estudiará establecer 4 tipologías principales:

- Convenio: empresa que ofrece servicios a los asociados con unas condiciones especiales.
- Asociados institucionales: Colegios Profesionales, Administración... con el objetivo de crear actividades conjuntas, crear sinergias que permitan visibilizar ATI dentro de nuestra sociedad.
- Asociados Institucionales Empresas: empresas del sector o no del sector y que disfrutaran de las condiciones de Asociado Institucional.
- Educación: escuelas y universidades que ofrecen formación en TI. Aquí el objetivo es dar a conocer a las futuras generaciones de profesionales la existencia de ATI e invitarlos a participar. Paralelamente, con los responsables de las escuelas, profundización en las acciones iniciadas ya por la última junta.

Es necesario establecer contacto con:

- Organismos públicos y facultades vinculados a las TIC.
- Empresas del sector TIC destacadas.
- Asociaciones empresariales.
- Institutos con ciclos formativos de la familia de informática.
- Principales Foros TIC y principales ferias.

La finalidad de la relación con asociaciones empresariales es el buscar alianzas y convenios de colaboración que tengan algún objetivo común con ATI: fomentaremos la participación de estas asociaciones.

La búsqueda de socios institucionales supone una imagen de marca. El incrementar el número de estos socios nos dará más visibilidad y prestigio en la comunidad informática.

4. Actividades para la potenciación de la imagen social y de marca (tipo 4)

No es solo una cuestión de ser útil a la sociedad, sino de que nos conozcan y nos la reconozcan. Además, esta visibilidad nos aporta una satisfacción de pertenencia a la asociación que devuelve un valor al socio y a su identificación con ATI por parte de terceros. Es por este motivo que hace falta hacer un esfuerzo en esta exteriorización a la opinión pública.

Por este motivo debemos ser visibles en medios de comunicación relevantes para el sector, consiguiendo al mismo tiempo esta relevancia y peso en la opinión que generan, a la vez que buscaremos de manera sistemática la presencia de ATI y de sus socios, junto a potenciales, en los diferentes foros y actos vinculados con las TIC.

Por otro lado, uno de los motivos de pertenencia de un socio en ATI debe ser la identificación con la marca ATI. En la práctica esto significa definir unos valores emergentes de la actividad profesional de sus socios que sean modelo a identificarse, y ser coherente con su impulso y difusión.

El orgullo de pertenencia y el valor que la marca aporta al socio en el momento de identificarse con ATI ha de ser el principal motivo para mantener la motivación en la condición de socio.

Es necesario:

- Incrementar la presencia de ATI en la red social a través de la creación de convenios de colaboración con comunidades de networking.
- Atraer los medios de comunicación del sector y generales, consiguiendo que se interesen por nuestra entidad y las tareas que estamos llevando a cabo.
- Tener presencia en actos destacados del sector, con la focalización de miembros destacados de la profesión.
- Participar en los principales foros a través de socios relevantes.
- Dar visibilidad a la asociación dentro de la sociedad en general como un ente de importancia para la comunidad profesional mejorando la percepción que el ciudadano tiene de la profesión informática.
- Dar visibilidad relevante al socio (individual o institucional).

C. Actividades particulares: Objetivos para el año 2008

Con las actividades de tipo 1 y 2:

- Objetivo 1. Conseguir frenar el descenso del nº de socios del capítulo y reafirmar la confianza de los mismos en ATI, mediante acciones administrativas de contacto o mailing directo con ellos (incluyendo a los institucionales).
- Objetivo 2. Intentar establecer el mes de las jornadas/charlas de ATI en la UPV (falta concretar).
- Objetivo 3. Intentar establecer cursos subvencionados (pueden no darse).
- Objetivo 4. Confección de un blog para el capítulo.
- Objetivo 5. Establecimiento de las bases para la creación de una bolsa de empleo a partir de 2009.

Con las actividades de tipo 3 y 4:

- Objetivo 6. Establecer un plan de comunicación o mailing de exteriorización contactando con:
 - Organismos públicos y facultades vinculados a las TIC.
 - Empresas del sector TIC destacadas.
 - Asociaciones empresariales.
 - Institutos con ciclos formativos de la familia de informática.
 - Principales Foros TIC y principales ferias.

Con el fin de atraer hacia la asociación a posibles nuevos socios interesados tanto institucionales como estudiantes y numerarios.

- Objetivo 7. Firma de convenio con los profesores de informática de nivel no universitario (pendiente de que sea a nivel estatal o autonómico)
- Objetivo 8. Firma de convenio con institutos con ciclos formativos de la familia de informática.

Para establecer actividades de sinergia entre capítulos de ATI:

- Objetivo 9. Intentar establecer paralelismo en la actuación junto al resto de capítulos de ATI.

D. Memoria económica prevista (presupuesto aproximado)

Objetivos	Gastos	Ingresos
1 y 6	600	0
2	0	0
3	0	0
4	0	0
5	0	0
6	0	0
7	0	0
8	0	0
9	200	0
total	800	0

Dado que existen previsiones de actividades no seguras en los objetivos 2 y 3, es necesario no incurrir en pérdidas en los mismos (que los gastos no superen a los ingresos en cada uno), si se llegan a ejecutar.

Ignacio Pérez
Mayo 2008