

Gestionar estratégicamente una asociación profesional: experiencia de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios

ANTONIO TOMÁS BUSTAMANTE RODRÍGUEZ

*Presidente de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios
Universidad de Málaga. Biblioteca*

ANA REAL DURO

*Asociación Andaluza de Bibliotecarios
Diputación Provincial de Jaén. Instituto de Estudios Giennenses*

Es necesario que toda organización cuente con un Plan Estratégico para poner en valor sus objetivos y acciones como institución dedicada a la mejora de la profesión. La misión y visión de estos planes, ayuda a que los dirigentes plasmen la dirección que le quieren dar a su organización y cuando este plan es transmitido hacia toda la organización, ésta generará sinergias, en este caso, entre todos los asociados de la AAB (Asociación Andaluza de Bibliotecario), para la obtención de sus objetivos. Asimismo, estas estrategias ayudan a que cada asociado sepa hacia a donde se quiere ir y se comprometa con ese destino. Para la Directiva de la AAB es fundamental plantear hacia dónde vamos, en qué vamos a esforzarnos en los próximos años, en el marco de un gran cambio de nuestra profesión, debido a la situación económica en parte y por la evolución que cíclicamente sufrimos en nuestro entorno, fruto del desarrollo de la ciencia y la tecnología; en definitiva las necesidades que van surgiendo, nuevos tiempos, nuevas formas de trabajar. Cambios positivos sin duda, que hay que aprovechar para crecer como profesionales y como personas. En este momento, la AAB se plantea con este Plan Estratégico, alcanzar los objetivos marcados y sus líneas de actuación. La AAB, realiza sus estrategias en función de las líneas de trabajo que van marcando ante todo, los cuatro Grupos de Trabajo constituidos (GTBP, GTBU, GTBE Y APLA) y siempre intentando desde hace muchos años, dignificar la profesión. A partir de este año 2012 se elabora este Plan estratégico bianual, 2012-2014, en el que se plasman los objetivos y acciones

Nº 104, Julio-Diciembre 2012, pp. 110-129

que se han de desarrollar. Todas ellas encaminadas en un plan de mejora que pretende poner el valor el trabajo desarrollado y ofrecido a la comunidad profesional. La AAB pretende mostrar estas estrategias, ofrecer y aconsejar estas prácticas para que otras asociaciones conozcan las ventajas que supone esta forma de planificación, de cara a una mayor visibilidad social de la profesión y una puesta en valor del trabajo que realizan las asociaciones profesionales de nuestro sector.

Palabras clave: Asociación Andaluza de Bibliotecarios/Plan estratégico/Encuestas/Asociacionismo/

HOW TO MANAGE STRATEGICALLY A PROFESSIONAL ASSOCIATION: THE EXPERIENCE OF THE ANDALUSIAN ASSOCIATION OF LIBRARIANS

Abstract: It is necessary for every organization to have a Strategic Plan in order to give value to their aims and actions as an institution advocating for the profession. The aim and vision of these plans help decision makers to show the direction they want to take for their organization. When this plan is transmitted, the organization will create synergies, in this case among all the members of the AAB (Andalusian Association of Librarians) in order to reach their goals. At the same time, these strategies help every member to know where we go and on what we are going to work harder in the future years within the frame of a huge change in our profession. This change is due to the economic situation and also to the cyclic evolution we are having because of the development of science and technology: different needs that appear, new times and new ways of working. At this time the AAB wants to reach its goals and its courses of action through this Strategic Plan. The AAB carries out its strategies according to its lines of work with a special emphasis on the four existing Work Teams (GTBP, GTBU, GTBE and APLA) that always try to advocate for the profession. From this year, 2012, we create this biannual Strategic Plan, 2012-2014, where we reflect the aims and actions we are going to work on. They are all focused to an improvement plan that wants to give value to the work done and offered to the professional community. The AAB wants to show these strategies. They want to offer and suggest these practices to other associations so that they can know the advantages of this plan. This way, they can have a higher social visibility in the profession and they can give value to the work that professional associations do in our area.

Key words: Andalusian Association of Librarians/Strategic Plan/ Surveys / Association

GÉNESIS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA AAB

La AAB realiza su trabajo en función de las líneas de trabajo que van marcando ante todo, los tres Grupos de Trabajo constituidos (GTBP, GTBU y GTBE) y siempre intentando desde hace muchos años, dignificar la profesión.

En el año 2011 se cree oportuno realizar un plan estratégico que sirva de hoja de ruta para el trabajo a desarrollar en los años venideros.

Desde la Junta Directiva se piensa que antes de abordar el trabajo sería conveniente consultar con los asociados para ver cuáles son las debilidades y fortalezas y así poder determinar con claridad los objetivos estratégicos a abordar dentro de nuestro Plan Estratégico. En realidad lo que hacemos a través de la toma de contacto con nuestros asociados es un Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades).

A partir de este año 2012 y, fruto del trabajo continuado desde la Directiva de la AAB, se elabora este Plan Estratégico 2012-2014, en el que se plasman los objetivos y acciones que se han de desarrollar a lo largo de este periodo

Es muy necesario para la Directiva de la AAB plantear hacia dónde vamos, en qué vamos a esforzarnos en los dos próximos años, en el marco de un gran cambio de nuestra profesión, debido a la situación económica en parte y por la evolución que cíclicamente sufrimos en nuestro entorno, fruto del desarrollo de la ciencia y la tecnología, en definitiva las necesidades que van surgiendo, nuevos tiempos, nuevas formas de trabajar. Cambios positivos sin duda, que hay que aprovechar para crecer como profesionales y como personas.

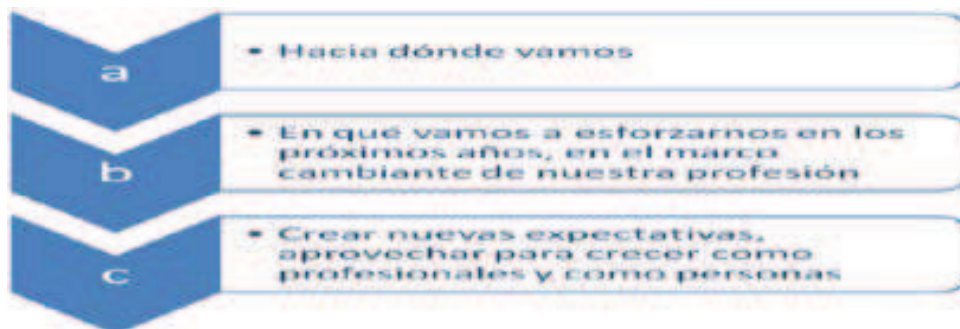


Fig. 1

TOMA DE CONTACTO CON NUESTROS ASOCIADOS

La Junta Directiva de la AAB toma la decisión de detectar cuales eran las Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades. Para tal fin se piensa en la realización de una encuesta vía mail a todos los miembros asociados de la AAB, con el fin de poder realizar con sus resultados un análisis DAFO, que nos permitiera saber cuáles son las cuestiones a potenciar y cuáles no en relación a las respuesta recabadas de la encuesta.

DEBILIDADES Y FORTALEZAS DE LA AAB SEGÚN SUS SOCIOS: ANÁLISIS DE DATOS

Justificación de la encuesta

El objeto de la encuesta promovida por la Directiva de la AAB en diciembre de 2011, es la antesala para la realización del Plan Estratégico 2012-2014, publicado recientemente y puesto en marcha por la AAB en la actualidad. Se buscaba la opinión de los socios como base, tal y como se justifica en el citado Plan, y con estas opiniones, comenzar a trabajar y dar forma a estrategias y líneas de trabajo para los próximos años.



Fig. 2

La encuesta se envía a todos los miembros asociados de la AAB que disponían de correo electrónico, de esta manera la encuesta se envió a 245 socios que contaban con correo electrónico y ellos son el universo de la encuesta [i]. Estos correos se enviaron desde la sede de la asociación y la fecha de envío de dicha encuesta fue del 11 de febrero al 16 de marzo de 2012, en tres correos recordatorios.

Han contestado a la encuesta el 23'68% de los encuestados, con el margen de error que supone, hablamos de una encuesta orientativa y de gran valor para la Directiva de la AAB, ya que de las inquietudes, críticas y peticiones de éstas, se ha realizado su plan de trabajo para los próximos años. En él se les pregunta tanto por los servicios que se están prestando, como las mejoras que se podrían llegar a realizar. Una vez hecha la recogida de datos, se han valorado los resultados, realizando un informe que se publicó en el Boletín de Asociación nº 103. De igual forma, se han tenido en cuenta todas y cada una de las líneas de actuación propuestas por los diferentes Grupos de Trabajo.

i La encuesta se puede consultar en el Anexo 1

Análisis del cuestionario

Las secciones del cuestionario son las siguientes:

Sección 1. ¿Te has beneficiado de algunas de las prestaciones o servicios de la asociación?

Sección 2. ¿Con qué frecuencia utiliza la asociación o su webs?

Sección 3. ¿Qué opinión tiene del Boletín de la AAB?

Sección 4. ¿Qué opinas sobre las acciones formativas que organiza la AAB cada año?

Sección 5. Opiniones sobre puntos débiles de la AAB.

Sección 6. Opiniones sobre puntos fuertes de la AAB.

Sección 7. Acciones para mejorar.

Sección 8. Otras opiniones.

A continuación, recogemos la información de las encuestas y analizamos los datos en función de las respuestas recibidas.

Sección 1. ¿Te has beneficiado de algunas de las prestaciones o servicios de la asociación?

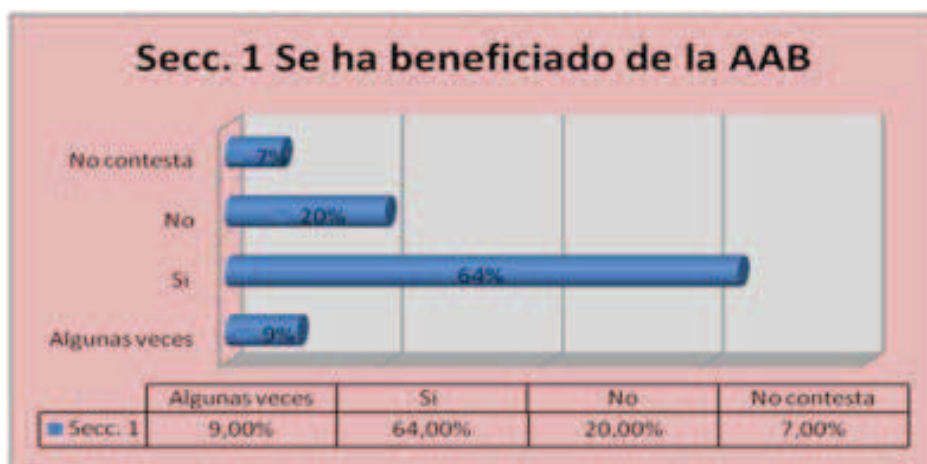


Fig. 3

Como podemos observar en el gráfico de la Secc. 1, el 64% de los encuestados, nos responden que SI se han beneficiado de la AAB en algún momento; el 20% nos contestan que NO; un 9% nos dicen que ALGUNAS VECES; y el 7% NO CONTESTA.

Sección 2. ¿Con qué frecuencia utiliza la asociación o su webs?



Fig. 4

Con el 34%, los encuestados nos responden que usan la web MENOS DE 1 VEZ AL MES; sigue muy de cerca con un 28% los que responden que 2 O 3 VECES AL MES consultan la web de la AAB; con un 10% responde OTRO periodo distinto al que se propone en la encuesta; el 9% 1 vez al mes; el 7% NUNCA LO HE UTILIZADO; así como N/C con un 7% también. Contestan que 1 O MÁS POR SEMANA el 5% de los encuestados.

Sección 3. ¿Qué opinión tiene del Boletín de la AAB?

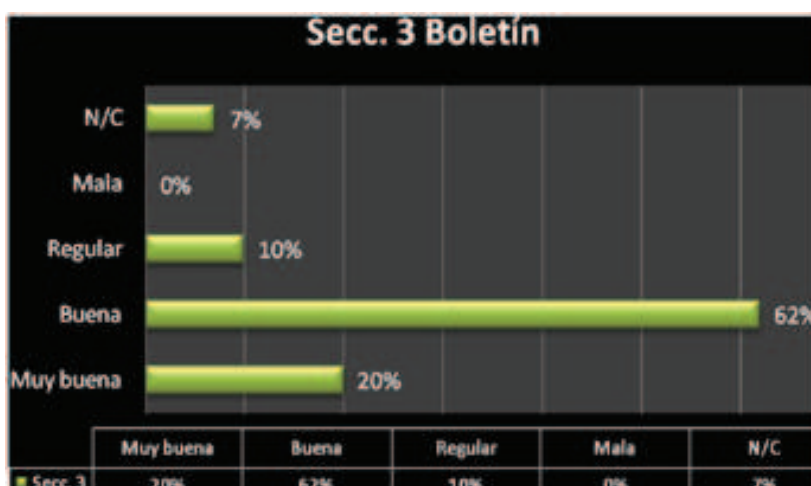


Fig. 5

Con el 62%, los encuestados responden que el Boletín de la AAB es BUENO; con un 20% siguen contestando, que es MUY BUENO; un 10% transmiten que es REGULAR; y el 7% de los encuestados, como vemos en el gráfico, contestan que REGULAR.

Sección 4. ¿Qué opinas sobre las acciones formativas que organiza la AAB cada año?

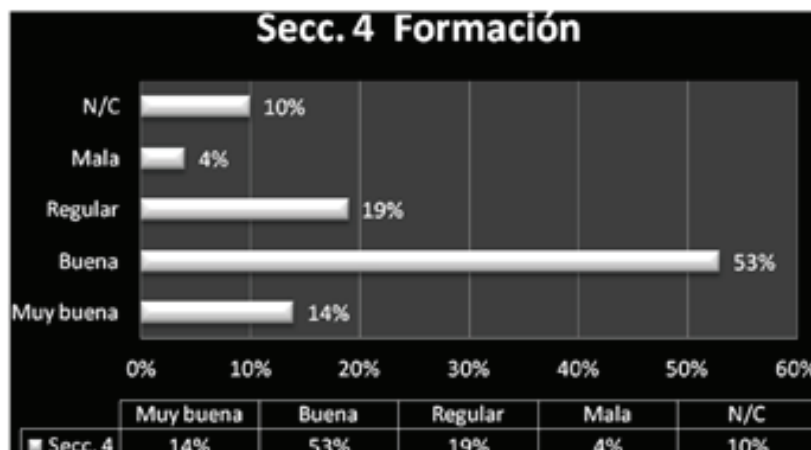


Fig. 6

En cuanto a la formación, los encuestados nos dicen que es BUENA con un 53%; MUY BUENA, con un 14%;. Nos contestan que es REGULAR, con un 19%; el 10%, NO CONTESTAN; y el 4% les parece MALA.

Con las Secciones 5 a la 8, se han realizado extractos de las respuestas y se encuentran todas y cada una de ellas en el Anexo II “Comentarios de los encuestados y sugerencias”.

CONCLUSIONES AL ANÁLISIS DE DATOS

Los datos nos muestran que el 64% de los socios encuestados se han beneficiado de la asociación, y en algún momento dado un 9% también, de las prestaciones que la asociación les ha ofrecido. Estas prestaciones han sido numerosas y debidas sobre todo a las ventajas como socios en cuanto a matriculas en formación, asistencia a jornadas, congresos, ect. El 20% de las encuestas reflejan que no se han beneficiado nunca de las prestaciones que ofrece la asociación y debemos tener en cuenta un 7% que no contesta, por lo que sin duda, se deberán asistir e informar con más insistencia y claridad de las mismas, para que el porcentaje de asociados beneficiados sean lo más numeroso posible.

Los datos de uso de la Web de la asociación, son excesivamente bajos en cuanto a su usabilidad (el 34% menos de una vez al mes o el 7% nunca lo he usado), lo que nos sitúa ante un planteamiento de mayor visibilidad y accesibilidad de los servicios que presta.

Sin duda el Boletín de la asociación es uno de sus emblemas, los datos arrojan una excelente opinión sobre éste. Nos muestra por tanto que se debe seguir con esta línea editorial, que junto al riguroso control de calidad y evaluación de las publicaciones que se aceptan, hacen de la publicación, un gran compendio bibliográfico, herramienta indispensable para la investigación en biblioteconomía y documentación, dentro y fuera del país.

Destacar que ha habido algunas críticas en cuanto al cambio de formato en la publicación, de papel a digital a través de la web. Aclarar, que fue una decisión votada por mayoría en la última Asamblea de socios, en mayo de 2011.

Analizar los datos reflejados en cuanto a la Formación que se realiza desde la asociación. Nos muestran que se debe seguir en esta línea también, ya que son *muy reconocidas* estas acciones formativas o igual que se debe plantear una formación más accesible y asequible, tal y como demandan los socios.

En el apartado de *Debilidades*, son numerosas las respuestas recogidas en cuanto a la *falta de visibilidad* del trabajo que se realiza desde la asociación y por parte de la Directiva. Sin duda anotamos estas cuestiones y para ello se está realizando, un boletín mensual de todas las actividades (formativas, de administración, de relaciones con la administración, representación, ect.) que se realizan. Estas actividades se realizan y se realizaban continuamente, y se daba cuenta de ellas en las reuniones de directiva, en el boletín de la AAB y por supuesto en la Asamblea bianual. Debido a esta petición, se hará mensual. Con esto se logrará que esta visibilidad sea más acusada.

Otra de las debilidades que con más frecuencia se acusa es la ansiada *legislación sobre Personal* en Andalucía. Decir que la AAB se ha prestado y ha trabajado mucho en este tema, con las debidas aportaciones a los borradores sobre este tema. Se ha asistido a numerosas reuniones con la administración, tal y como se recoge en el apartado *Asociación* del boletín de la AAB, y siempre nos parece poco, porque se es consciente de la importancia vital de la aprobación de esta legislación para la profesión, para las personas que trabajamos en este sector, para que la sociedad reconozca nuestro trabajo dignamente y así lo entiende la Directiva de al AAB.

En cuanto a los comentarios sobre las *Fortalezas*, la formación, el boletín y sin duda el espíritu de las Jornadas bianuales, son los emblemas. Por ello seguiremos trabajando y apostando sin duda.

En lo referente a las *Acciones para mejorar y otras opiniones*, tomamos buena nota, sobre todo ante la insistencia por la visibilidad, redes sociales, formación y un tema de gran importancia para toda la profesión, el Colegio Profesional.

Los comentarios, observaciones y críticas que se han recogido en las encuestas, decir que todas y cada una de ellas son tomadas en cuenta por la Directiva de la AAB, aunque no por ello, se considere que son acertadas, ya que algunas de ellas, guardan una gran dosis de desconocimiento de lo que se hace para dignificar la profesión. Sin duda e insistimos, estas críticas deben ser atendidas personalmente con los encuestados, con el fin de mostrar con la mayor transparencia, la dedicación de forma totalmente altruista que desde la directiva se realiza. Se reproducen todos los comentarios extractados, en los apéndices de este trabajo.

Abordamos este análisis como una reflexión muy constructiva, agradecemos a los socios que han contestado su colaboración y sobre todo esperamos estar a la altura que todos desean, que deseamos.

METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EL PLAN ESTRATÉGICO

A partir de este año 2012 y, fruto del trabajo continuado desde la Directiva de la AAB, se elabora este Plan Estratégico 2012-2014, en el que se plasman los objetivos y acciones que se han de desarrollar a lo largo de este periodo.

Es muy necesario para la Directiva de la AAB plantear hacia dónde vamos, en qué vamos a esforzarnos en los dos próximos años, en el marco de un gran cambio en nuestra profesión, debido a la situación económica en parte y por la evolución que cíclicamente sufrimos en nuestro entorno, fruto del desarrollo de la ciencia y la tecnología, en definitiva de las necesidades que van surgiendo, nuevos tiempos, nuevas formas de trabajar. Cambios positivos sin duda, que hay que aprovechar para crecer como profesionales y como personas.

En este momento, la AAB se plantea con este Plan Estratégico, alcanzar los objetivos marcados y sus líneas de actuación.

Para la elaboración del Plan, se realizó entre los meses de enero y marzo de 2012 la difusión de una encuesta a través de correo electrónico a los asociados, con el fin de recoger su opinión, tanto de los servicios que se están prestando, como de las mejoras que se podrían llegar a realizar.



Fig. 7

Desde la AAB teníamos clara la necesidad de realizar el Plan Estratégico y teníamos datos para poder iniciar el trabajo por lo que nos planteamos una serie de principios teóricos que aplicamos antes y durante la realización de nuestro trabajo:

Planificación estratégica (PE): La PE es la principal herramienta de la alta dirección para concebir un futuro deseado para una organización y poner e instrumentar los medios para llegar a él.

¿Qué es un Plan estratégico?

- Documento que recoge las principales líneas de acción o estrategias que una organización se propone seguir durante un período de tiempo, generalmente de 3 a 5 años.
- Documento en el que se definen las metas y objetivos a largo plazo de una organización, la adopción de acciones y la asignación de los recursos necesarios para la lograr esas metas.

El Plan estratégico pretende:

- Replantear la trayectoria de la organización, servicio, etc.
- Concentrar los recursos en las actividades clave.
- Calcular los riesgos entre varias alternativas.
- Preparar planes de acción.

Etapas para su desarrollo:

1. Planificación.
2. Diagnóstico de la situación actual.
3. Definición de la visión, misión y valores.

4. Establecer las líneas estratégicas, los objetivos estratégicos y las acciones.
5. Realización de las acciones propuestas.
6. Evaluación y revisión de los resultados.

1. Planificación

- Creación Grupo de trabajo.
- Formación o concienciación del personal.
- Establecimiento de objetivos.

2. Diagnóstico situación actual

- Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades).
- Proceso de evaluación.

3. Definición de la misión, visión y valores

- MISIÓN: es la razón de ser de la organización. Debe ser clara, concisa, compartida y orientada hacia el cliente.
- VISIÓN: define lo que la organización quiere lograr en el futuro, es lo que la organización aspira llegar a ser. Debe ser retadora, positiva, compartida y coherente con la misión. Proyecta la imagen de destino que se pretende alcanzar.
- VALORES: conjunto de principios, reglas y aspectos culturales con los que se rige la organización, son las pautas de comportamiento.

4. Establecer los ejes o líneas estratégicas, los objetivos y las acciones

- *Ejes estratégicos*: Definen los propósitos más amplios de la institución, o líneas directrices, descomponiendo la visión en partes manejables.
- *Objetivos estratégicos y operativos*: concretan los ejes de actuación de la institución proponiendo avances parciales.
- *Acciones*: que deben conducir al logro de los objetivos.

5. Planes de actuación

Ejecución de las acciones propuestas.

6. Evaluación de los resultados

Permite medir los resultados (indicadores) y ver como estos van cumpliendo los objetivos planteados.

Una vez establecidas las cuestiones teóricas básicas analizadas y tomando conciencia de ellas, se pasa a la elaboración del Plan.

Misión, Visión y Valores

Atendiendo a los estatutos de nuestra Asociación y tomando como referente lo que nos propone en su Artículo 3º:

Finalidad

“La Asociación Andaluza de Bibliotecarios mantiene como objeto fundamental el desarrollo profesional de los miembros de la Asociación, así como propiciar una mayor toma de conciencia respecto a las perspectivas y realidades culturales y bibliotecarias de la Comunidad Autónoma Andaluza en general.

3.1. Establecer cauces de información y relación con los Poderes Institucionales de la Comunidad Autónoma, en todos aquellos temas relacionados con la política bibliotecaria de Andalucía.

3.2. Promover una mejor formación de los profesionales bibliotecarios y elaborar los proyectos tendentes a una mayor clarificación y mejora de las condiciones de trabajo de dichos profesionales.

3.3. Realizar todas aquellas actividades que de una manera clara redunden en:

- a) Un mayor conocimiento de la realidad bibliotecaria andaluza.*
- b) Favorecer iniciativas que ayuden a la promoción de las Bibliotecas y Bibliotecarios andaluces, como instrumentos básicos en el desarrollo cultural de Andalucía.”*

Por tanto planteamos como misión, visión y valores:

MISIÓN: la Asociación Andaluza de Bibliotecarios es un organismo integrado por profesionales del sector de las bibliotecas y del mundo de la gestión de la información y la documentación, para los que desde la Asociación Andaluza de Bibliotecarios se propugna el desarrollo profesional continuo, la concienciación de la realidad bibliotecaria de Andalucía y el reconocimiento social de nuestra profesión.

VISIÓN: desde la Asociación Andaluza de Bibliotecarios se camina hacia la consecución de convertirnos en un referente en el entorno profesional de las bibliotecas en cuanto a sus buenas prácticas y gestión de la calidad de los servicios y productos ofrecidos. Favoreciendo, con las actividades y servicios, el avance hacia la excelencia en el cumplimiento de sus funciones y el desarrollo de sus actividades, adquiriendo una posición de liderazgo en el conjunto de organizaciones profesionales de nuestro sector sin olvidar en ningún momento los aspectos relacionados con la responsabilidad y compromiso social.

VALORES:

Servicio público. Garantizar el derecho básico de acceso universal a la información y al conocimiento de la comunidad profesional y de la ciudadanía.

Profesionalidad. Gestión responsable, eficaz y eficiente de sus profesionales, dirigida a satisfacer las expectativas y necesidades de la comunidad profesional y de la sociedad en general.

Compromiso social. Compromiso con toda la comunidad profesional, así como con el medio ambiente y la sociedad.

Participación. Favorecer una gestión participativa, donde se facilite la intervención de cualquier asociado, así como de cualquier profesional que lo necesite a través de los cauces establecidos.

Innovación. En los procesos y en los servicios adaptándose continuamente a los cambios tanto tecnológicos, como profesionales, sociales y culturales.

Cooperación. Participar y fomentar de la cooperación profesional e institucional con otras organizaciones.

Mejora continua. Procurar la plena satisfacción de nuestros asociados que nos permita caminar hacia la excelencia.

Igualdad. Fomentar la multiculturalidad, la no discriminación, la tolerancia, los derechos humanos, la igualdad de género y la inclusión social.

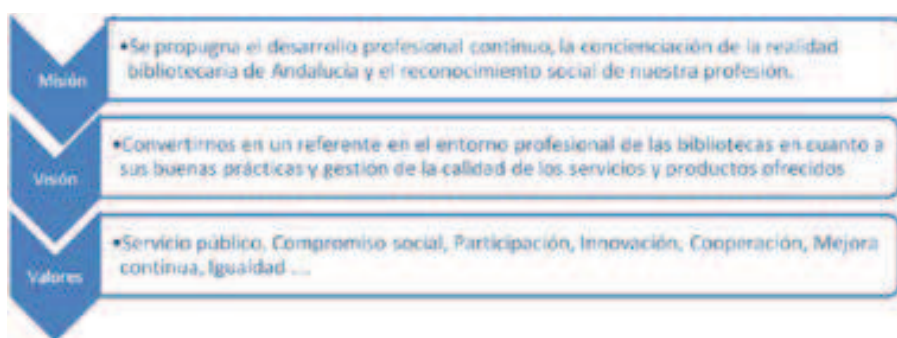


Fig. 8

PLAN ESTRATÉGICO DE LA AAB

Líneas estratégicas, objetivos y actuaciones

Línea estratégica I : AAB-TECNOLOGÍAS y DIFUSIÓN

Objetivo: difundir con más intensidad el trabajo que se realiza en las bibliotecas andaluzas utilizando todas las herramientas tecnológicas al servicio de la AAB.

Actuaciones:

- Establecer el Código QR para la difusión de noticias de interés e información sobre bibliotecas a los asociados.
- Potenciar la utilización de la web por parte de los Grupos de Trabajo: recopilación de recursos bibliográficos, documentales, etc.
- Difusión de bibliotecas públicas, universitarias, especializadas y escolares. De forma activa, desde los grupos de trabajo y desde la web de la AAB, favoreciendo el intercambio y las aportaciones de los profesionales, actuando la Asociación como caja de resonancia de la labor que vienen desarrollando nuestros compañeros.
- Incluir publicidad en la web con el fin de que sea un nuevo recurso para la AAB.
- Potenciar la plataforma Moodle de la AAB.

Línea estratégica II: AAB-FORMACIÓN

Objetivo: la formación es uno de los puntales de la Asociación, y una de las actividades de mayor repercusión entre nuestros asociados y la profesión en general, ayudando a la puesta al día y la formación continua de los profesionales.

Actuaciones:

- Mejorar las posibilidades de acceso de nuestros asociados a las acciones formativas desarrolladas, intentando hacer un descuento económico sustancial para ellos.
- Potenciar los cursos de formación permanente ofreciendo más cantidad y mayor variedad de contenidos.
- Empezar a desarrollar cursos de autoformación desde nuestra plataforma de Moodle.
- Establecer la posibilidad de realizar cursos de postgrado para la profesión en general.
- Establecer un reglamento de control de calidad docente de los cursos que realizamos desde la AAB.
- Propiciar la colaboración con entidades para la realización de actividades formativas: IAPH, UMA, COBDC, FESABID, etc.
- Seguir celebrando nuestras Jornadas con un cambio de orientación más integradora de la profesión.
- Realizar encuentros, visitas e intercambios bibliotecarios, con el objetivo de alcanzar con ello una mayor visibilidad y participación de otros profesionales.

Línea estratégica III: AAB-ASOCIADOS

Objetivo: establecer los cauces y herramientas que permitan prestar más y mejores servicios a nuestros asociados a la vez que mejorar la operatividad y funcionamiento de la AAB y todos sus servicios.

Actuaciones:

- Difusión de convocatorias de plazas, becas, etc., a los asociados de forma activa, mediante correo electrónico y web.
 - Mejorar y potenciar las relaciones con los asociados estableciendo canales de comunicación continuos y difusión de las actuaciones que realiza la Directiva a los asociados.
 - Agenda de difusión de la actividad desarrollada por nuestra Asociación de cara a que nuestros asociados conozcan la labor desarrollada por la Directiva y de esta manera dar mayor visibilidad a las actividades realizada por la AAB.
 - Creación de un Reglamento para los Grupos de Trabajo de la AAB.
- Estudio y análisis de la situación del personal en bibliotecas de Andalucía
- Se estudiará la posibilidad de realizar el “Código ético-deontológico” de la AAB
 - Se intentará crear un nuevo Grupo de Trabajo de Bibliotecas Escolares.

Línea estratégica IV: AAB-PUBLICACIONES y COMUNICACIÓN

Objetivo: mejorar todas las herramientas de difusión que tiene la AAB para fortalecer la comunicación entre ésta y sus asociados y, por extensión, con la comunidad profesional y con la sociedad en general

Actuaciones:

- Boletín de la AAB en formato digital.
- Conseguir traducciones de calidad para el Boletín.
- Publicación de protocolos de actuación.
- Procurar recuperar la periodicidad del Boletín de la AAB.
- Insertar publicidad en el Boletín para conseguir nuevos recursos económicos para la AAB.
- Potenciar el uso de las herramientas de la web social con el fin de mejorar la comunicación con la comunidad profesional.
- Difundir la actividad que se realiza desde la AAB, a través de la web y del Boletín digital para que la percepción de los asociados y la profesión sea clara en cuanto a la labor que se realiza.

Línea estratégica V: AAB-COOPERACIÓN

Objetivo: impulsar la integración de la Asociación en el entorno socio-cultural y político, facilitando las relaciones con otras instituciones, tanto administrativas, políticas, de investigación como asociativas, y dirigir y coordinar la comunicación externa, así como potenciar la imagen corporativa de la Asociación.

Actuaciones:

- Proyecto de trabajo para convertir la Asociación en colegio profesional.
- Establecer y aumentar los cauces de colaboración con la Administración Pública.
- Establecer y estrechar lazos con otras asociaciones relacionadas con nuestro sector profesional.
- Reestablecer las relaciones con la Facultad de Comunicación y Documentación de Granada, intentando que nuestros cursos sean reconocidos en ésta por créditos de libre configuración.

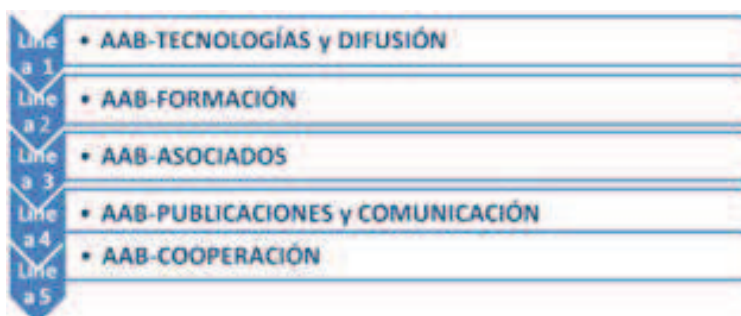


Fig. 9

PRESENTE Y FUTURO DE LA AAB

Seguimos trabajando para velar por el cumplimiento de nuestros objetivos estratégicos, a través de:

- Plan Operativo Anual: recoge acciones, responsables, temporalización, indicadores y grado de cumplimiento
- Evaluación y revisión continua de objetivos y resultados
- Seguimos recogiendo el feedback de nuestros asociados para seguir mejorando.

BIBLIOGRAFÍA

General

Kotler, P., Armstrong, G., Escalona, R.; Raso, I (2003) *Fundamentos de marketing*. 6ª ed. España: Pearson Educación

Plan estratégico de la AAB [en línea]. [Consulta: 20 de enero de 2014]. Disponible en: <http://www.aab.es/la-aab/plan-estrategico-aab/>

Real Duro, Ana (2012) *Debilidades y fortalezas de la AAB según sus socios: Análisis de datos*. Boletín de la AAB, Año 27, n. 102 (en.-jun.)

Organizaciones No Lucrativas

Alfred Vernis, Maria Iglesias, Beatriz Sanz, María Solernos, Jaume Urgell, Pau Vidal (2004). *La Gestión de las Organizaciones No lucrativas*. Ediciones Deusto. Capítulo 3: La Planificación Estratégica en las Organizaciones No Lucrativas.

Vernis, Maria Iglesias, Beatriz Sanz Ángel Saz (2004) *Los retos en la gestión de las organizaciones no lucrativas. Claves para el fortalecimiento institucional del Tercer Sector*. Alfred. ESADE-Ediciones Granica.

Planificación Estratégica

Abascal, F. (2004) *Cómo se hace un plan estratégico: La teoría del marketing estratégico*. 4ª ed. España: ESIC Editorial

Allison, Michael & Kaye, Juve (1997). "Strategic planning for Nonprofit Organizations". Support Center for Nonprofit Management. John Wiley & Sons, Inc

Canyelles, Josep Maria (2007) *Gestión Estratégica de las ONL. Desarrollo de un modelo de gestión estratégica con Cuadro de Mando Integral adecuado al Tercer Sector*.

Canyelles, Josep Maria *Planificación estratégica de las Organizaciones No Lucrativas*. N. 37 (sept.-dic.2007)

De Cossio, J. (2006) *¿Cómo se forman las estrategias?*. 1ª ed. Perú: Gráfica Interamericana

Hacia un modelo de gestión eficaz de las organizaciones sociales. Revista de Educación Social, nº 37 (sept.-dic. 2007)(Nº monográfico)

López Cámara, Luis (2005). *PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. Guía para entidades sin ánimo de lucro que prestan servicios de inserción sociolaboral*. CIDEAL-Fundación Asistencia Técnica para el Desarrollo (ATD)

Ocaña, José Andres (2004). *Pienso, luego mi empresa existe*. Editorial Club Universitario.

Proyectos Sociales de la Fundació Pere Tarrés, Intress, IReS.2008

Kaplan R.; Norton, D. (2004). *Mapas Estratégicos*. Gestión 2000

Navajo, Pablo (2009). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas*. Guía participativa basada en valores,. Ed. Marcea

Dirección y Gestión de Organizaciones

García, Salvador, Simon Dolan, Simón, ESDADE, Mc Graw, Hill (2003). *Dirección por valores*.

Stein, Guido (2008) *Cambiar o no cambiar: esa es la gestión*. Gestión 2000.

Carballo, Roberto (1999) *Innovando en la empresa*. Gestión 2000.

ANEXOS

Anexo I: Encuesta

Construyamos juntos la asociación que queremos

Estimados socios,

Durante los 30 años de recorrido una de nuestras fortalezas ha sido la persistencia y un trabajo continuo, pero somos conscientes que ese esfuerzo debe continuar con nuevas estrategias que nos permitan avanzar tanto en lo profesional como en lo laboral. Antes de establecer estas nuevas estrategias consideramos necesario un punto de partida para conocer y analizar las oportunidades y amenazas que se nos presentan, para que juntos alcancemos nuevas metas.

Dentro del plan de actuación que para el próximo año 2012 que se está elaborando desde la directiva de la AAB, nuestro compromiso es mejorar todas las actuaciones que se desarrollan habitualmente y otras que nos gustaría implantar. Para ello incluimos unas preguntas que os pedimos nos enviéis contestadas y que creemos necesarias para detectar nuestras fortalezas y debilidades. Nos es imprescindible contar con vuestras opiniones para atender adecuadamente a los compromisos que hemos asumido y que sin duda nos ayudaran a mejorar este plan de actuación que estamos elaborando.

Preguntas

1. ¿Te has beneficiado de algunas de las prestaciones o servicios de la asociación?

- Si
- No
- Algunas veces
- N/C

2. ¿Con qué frecuencia utiliza la asociación o su webs?

- Una o más veces a la semana
- Dos o tres veces al mes
- Una vez al mes
- Menos de una vez al mes
- Nunca lo he utilizado
- Otro

3. ¿Qué opinión tiene del Boletín de la AAB?

- Muy buena
 - Buena
 - Regular
 - Mala
 - Muy Mala
 - N/C
-

4. ¿Qué opinas sobre las acciones formativas que organiza la AAB cada año?

- Muy buena
 - Buena
 - Regular
 - Mala
 - Muy Mala
 - N/C
-

5. ¿Cuáles crees que son los puntos débiles de la AAB?

.....

.....

.....

4. ¿Cuáles crees que son los puntos fuertes de la AAB?

.....
.....
.....

6. ¿Cuáles crees que serían las acciones a desarrollar por parte de la AAB para mejorar la profesión?

.....
.....
.....

7. ¿Otra opiniones o sugerencias que desees exponer?

.....
.....
.....

En cuanto tengamos realizado el análisis de los datos os haremos llegar los resultados.

Entre todos construimos juntos nuestra asociación, también en tiempos de crisis.

Gracias por tu colaboración.

COMERCIAL GRUPO ANAYA, S.A.

ALGAIDA – ALIANZA EDITORIAL – ANAYA ELE

ANAYA INFANTIL/JUVENIL – ANAYA MULTIMEDIA

ANAYA TOURING CLUB – BARCANOVA – CÁTEDRA – ED. DEL PRADO

OBERON – PIRÁMIDE – SPES (HARRAP'S LAROUSSE – VOX)

TECNOS – XERAIS – ANAYA EDUCACIÓN – CLÉ

Fondos Distribuidos:

Gaesa — Rubiños 1860 — Editorial Fénix — Sociedad General Autores — J. Peñin

Red Comercial Grupo Anaya, S.A.

C/ Juan Ignacio Luca de Tena, 15
28027 MADRID
Telf. 91-3938600
Fax: 91-3209129 – 7426631
e-mail cga@anaya.es

Polígono Pisa
C/ Brújula, 7
41927 - MAIRENA ALJARAFE
Telf. 95-4182502 / 4180711
Fax: 95-4180977
e-mail cga.sevilla@anaya.es

C/ Lanjarón 28
Complejo Proica
Polígono Juncaril
18220 - ALBOLOTE (Granada)
Telf. 958-466833
Fax: 958-466897
e-mail cga.granada@anaya.es