

PLAN ESTRATÉGICO DE PATROCINIOS Y MECENAZGO PARA LA SOSTENIBILIDAD Y LA ACCESIBILIDAD ECONÓMICA DE AUTISMO CÁDIZ

Eje: Gestión

Dimensión: Estrategia

Mejora nº: 1

Objetivo: Plan estratégico de patrocinios y mecenazgo para reforzar la sostenibilidad económica y facilitar el acceso económico a servicios y actividades

1. DESCRIPCIÓN DE LA ACTUACIÓN

Autismo Cádiz ha identificado en su autoevaluación una necesidad estratégica clave: la elevada dependencia de financiación pública limita la sostenibilidad a largo plazo, la innovación y la equidad económica de los apoyos ofrecidos. A pesar de contar con un modelo de gestión sólido, avalado por el reconocimiento +400 EFQM, la entidad reconoce que algunas actividades transformadoras (como la accesibilidad cognitiva, los respiros familiares, las colonias, la formación o la innovación tecnológica) requieren una base económica más estable y diversificada para garantizar su continuidad y accesibilidad para todas las familias.

Este plan plantea la creación de un Sistema Estratégico de Patrocinios y Mecenazgo, entendido no como un mecanismo de captación puntual, sino como una iniciativa estructural que fortalece la sostenibilidad organizativa, refuerza la independencia ética, amplía las oportunidades para las personas con autismo y permite reducir barreras económicas para las familias asociadas.

La actuación se desarrolla a través de cuatro fases fundamentales, profundamente conectadas y alineadas con los principios del Modelo de Calidad Plena y el enfoque EFQM.

FASE 1. Diagnóstico estratégico y económico: comprender qué debe sostenerse y por qué

Esta fase constituye la base del plan, porque una organización, como Autismo Cádiz, no busca financiación sin antes clarificar qué necesita sostener, qué impacto produce, qué coste real tiene y qué riesgos enfrenta.

Durante esta fase se realizará:

- Un análisis exhaustivo de la cartera actual de servicios y programas, identificando los que presentan mayor impacto en la calidad de vida y requieren estabilidad económica: accesibilidad cognitiva, colonias, servicios de respiro, formación, proyectos de innovación digital o iniciativas comunitarias...
- Un cálculo preciso de los costes reales (directos e indirectos) de cada uno de estos servicios.
- Un análisis de riesgos derivados de la dependencia de fondos públicos.
- La elaboración de un Mapa de Necesidades Estratégicas de Financiación, priorizado por impacto, criticidad y alineación ética.

Este diagnóstico no es meramente financiero; **ES UNA REFLEXIÓN ÉTICA** y estratégica sobre qué actividades no pueden verse comprometidas sin perjudicar el bienestar o los derechos de las personas con autismo y de sus familias.

FASE 2. Construcción del Mapa Ético de Alianzas y Mecenazgo

Tras definir las necesidades, Autismo Cádiz analiza su ecosistema para identificar a qué actores sociales, empresariales, institucionales o ciudadanos puede invitar a caminar juntos en la construcción de una sociedad más inclusiva.

Utilizando el proceso “Gestión del Ecosistema”, esta fase incluye:

- La identificación de aliados naturales: empresas tecnológicas, compañías locales socialmente responsables, fundaciones empresariales, instituciones educativas, ciudadanía sensibilizada.
- El establecimiento de criterios éticos de compatibilidad, excluyendo actores cuyas actividades o intereses contradigan los valores de Autismo Cádiz (dignidad, derechos, inclusión, transparencia).
- La creación de un Mapa Ético de Alianzas, donde cada entidad se clasifica según:
 - Afinidad con el propósito institucional,
 - Capacidad de impacto,
 - Solidez y sostenibilidad potencial de la colaboración,
 - Riesgos éticos asociados.

Esta fase garantiza que el crecimiento económico no comprometa nunca la identidad ni los valores de Autismo Cádiz.

FASE 3. Diseño de la Propuesta de Valor: comunicar impacto, no necesidad

Autismo Cádiz debe presentarse ante sus potenciales colaboradores no como una organización que demanda recursos, sino como un agente social transformador, capaz de generar un impacto profundo en la vida de las personas con autismo, sus familias y el entorno comunitario.

En esta fase se desarrollará:

- Catálogo de Proyectos Financiados, con información clara sobre:
 - Objetivos,
 - Población beneficiaria,
 - Coste real,
 - Impacto esperado en calidad de vida,
 - Indicadores de seguimiento,
 - Retorno social.
- Contrapartidas éticas, que refuercen el valor de la colaboración sin comprometer la dignidad ni la independencia de la entidad:
 - Formación a empresas sobre autismo e inclusión,
 - Reconocimiento institucional moderado,
 - Menciones en informes de transparencia,

- Invitación a participar en actividades de sensibilización.
- Materiales profesionales y accesibles, que comuniquen el propósito y el impacto real de Autismo Cádiz:
 - Presentaciones institucionales,
 - Vídeos testimoniales éticos,
 - Dosieres en lectura fácil,
 - Versiones digitales accesibles.

Esta fase dota al plan de una identidad comunicativa profesional, alineada con los estándares EFQM y la ética organizativa.

FASE 4. Captación activa, formalización ética y evaluación del impacto

Esta es la fase operativa donde el plan se integra en el funcionamiento cotidiano de la organización.

Incluye:

- Captación activa

Programación de reuniones con actores identificados, participación en foros empresariales, presentaciones institucionales, visitas guiadas a centros de Autismo Cádiz y jornadas de sensibilización.

- Negociación ética

Cada colaboración se analiza para garantizar que:

- Respetar la misión institucional,
- No condiciona decisiones sobre apoyos,
- No vulnera la privacidad de personas y familias,
- No compromete criterios profesionales ni éticos.

- Formalización documental

Los acuerdos se registran mediante convenios que incluyen:

- Compromisos económicos o en especie,
- Duración del acuerdo,
- Mecanismos de transparencia,
- Cláusulas éticas y de protección de derechos.

- Gobernanza y seguimiento

La organización utilizará herramientas como IXIS SocialGest y PowerBI para:

- Registrar alianzas,
- Evaluar su evolución,
- Analizar su impacto,
- Informar a la junta directiva y a las familias.

- Evaluación anual del impacto real

Autismo Cádiz elaborará un Informe Anual de Patrocinios y Mecenazgo, donde se expondrá:

- Qué servicios han sido financiados,
- Cuántas familias han accedido a apoyos gracias al plan,
- Qué actividades han reducido su coste,
- Qué resultados se han alcanzado en términos de calidad de vida.

Nada es más importante que mostrar qué ha cambiado gracias a la colaboración.

2. RESPONSABLE

- A Definir por la organización
- Comité Ético (imprescindible)

3. APOYOS NECESARIOS

PERSONALES

- A definir por Autismo Cádiz

TÉCNICOS

- Materiales de comunicación
- IXIS SocialGest (gestión)
- PowerBI (análisis de impacto)
- Web institucional (transparencia)

ECONÓMICOS

- Recursos para diseño gráfico y audiovisual
- Costes de eventos institucionales
- Materiales impresos y digitales

4. FACTORES DEL ENTORNO

Factores que facilitan la actuación:

- Reconocimiento EFQM +400
- Certificación Fundación Lealtad
- Reputación sólida y ética
- Experiencia en alianzas institucionales

Factores que pueden dificultar la actuación

- Cultura previa no orientada al patrocinio
- Resistencia de algunas empresas a vincularse a causas sociales por desconocimiento
- Limitaciones de tiempo del equipo directivo

5. RESULTADOS ESPERADOS

- Diversificación real de ingresos en al menos un 25% en dos años.
- Sostenibilidad asegurada de los proyectos estratégicos.
- Reducción significativa del coste para familias.
- Creación consolidada de una red de alianzas éticas y estables.
- Mayor capacidad de innovación y anticipación.

6. TEMPORALIZACIÓN

Inicio: Enero 2026

Finalización: Diciembre 2027

7. INDICADORES

Indicadores de proceso

- Grado de desarrollo del Mapa de Necesidades Estratégicas de Financiación.
- Nivel de implementación del Mapa Ético de Alianzas.
- Porcentaje de contactos estratégicos ejecutados respecto al plan anual.

Indicadores de resultado

- % de diversificación financiera alcanzada.
- Reducción del riesgo financiero asociado a dependencia pública.
- Ratio de proyectos sostenidos con financiación privada.
- Coste medio para familias antes y después del plan.

Indicadores de impacto

- Nº de familias beneficiadas gracias al plan.
- Incremento de actividades sostenidas o ampliadas.
- Estabilidad de programas esenciales (continuidad garantizada).

Indicadores de percepción

- Percepción de accesibilidad económica por parte de familias.
- Confianza de empresas colaboradoras en la transparencia de la entidad.
- Percepción de sostenibilidad futura por parte de equipos profesionales.

Indicadores de sostenibilidad

- Permanencia de alianzas durante más de dos años.
- Publicación anual del Informe de Patrocinios.