

PLAN ESTRATÉGICO 2015–2018 FARMACÉUTICOS MUNDI



FARMA
MUNDI
FARMACEUTICOS
MUNDI

Eugenia García
Directora General
Marzo 2015

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

Índice

- I. Introducción
- II. Misión
- III. Visión
- IV. Valores
- V. Objetivos Estratégicos
- VI. Metas Estratégicas
- VII. Líneas Estratégicas
- VIII. Estrategia General
- IX. Plan de acción

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

I. INTRODUCCIÓN

Este III Plan Estratégico surge ante la necesidad de definir y consensuar las acciones a emprender para consolidar la labor que desarrolla Farmacéuticos Mundi en el ámbito de la Cooperación, la Acción Humanitaria y la Educación para el Desarrollo así como la Incidencia social en estos ámbitos.

Obviamente este nuevo ejercicio de ordenamiento y priorización estratégica ha tratado de recoger el máximo de aportaciones de los diferentes actores con los que interactuamos para alcanzar nuestro objetivo, que nos es otro que el contribuir a asegurar que la salud sea un derecho universal para las poblaciones más vulnerables de los países empobrecidos; en un contexto que, marcado por la crisis económica que afecta directa y desproporcionadamente a los recursos destinados a AOD en su conjunto y a la que se destina a la salud en particular, podemos calificar, al menos, como de cambio, por su complejidad e incertidumbre y que nos obliga, más si cabe, a ser capaces de responder a esos retos. Por ello este nuevo Plan Estratégico, avalado por los dos anteriores, pretende enfocar sus acciones a la maximización de los recursos manteniendo la eficacia de nuestras acciones.

Un plan estratégico siempre debe de cumplir, al menos con tres premisas básicas: que sea participativo, que responda a la realidad sobre la que pretende incidir y que sea factible; más si cabe en el actual contexto. Este ha sido el esfuerzo. Para ello hemos tratado de recabar el mayor número de opiniones, ideas y conocimiento de los múltiples agentes que están comprometidos con este objetivo, que a modo de análisis de interno y del entorno, nos permitiera conocer de primera mano su visión y expectativas que tienen de y para FARMACÉUTICOS MUNDI y validar su factibilidad. Hemos desarrollado, encuestas, talleres reuniones y encuentros, además de estudiar toda una serie de bibliografía relacionada con la cooperación y el desarrollo; hemos actualizado nuestra declaración de la Misión, Visión y Valores; y se ha definido un Plan de Acción de lo posible que lo haga realidad. Este es nuestro compromiso, este es nuestro reto, y él de muchas personas y entidades, que como la nuestra, así lo entienden. Un compromiso y un reto donde las personas son lo primero y están en el centro del desarrollo.

II. MISIÓN

Contribuir a asegurar que la salud sea un derecho universal para las poblaciones más vulnerables de los países empobrecidos mediante acciones de cooperación que favorezcan procesos de desarrollo sostenible, campañas de educación para el desarrollo e Incidencia, con énfasis en el acceso a medicamentos esenciales y a través de la distribución profesional de medicamentos, materiales y equipos sanitarios, todo ello, procurando la implicación solidaria de su entorno social.

III. VISIÓN

Ser una ONGD farmacéutica de referencia y autosuficiente, para conseguir:

- que las personas y colectivos sociales más vulnerables ejerzan su derecho a la salud y dispongan de una atención sanitaria universal y equitativa,
- una importante representación en el sector farmacéutico español,
- una base de donantes y financiadores creciente y fidelizada,
- una distribución de productos farmacéuticos y material sanitario eficiente, sostenible y creciente.
- tener un rol relevante como organización farmacéutica en el sistema de establecimiento de las políticas públicas de salud, especialmente en lo referente al acceso y calidad de los medicamentos.

Y que todo ello sea consecuencia directa del buen hacer de la entidad y de sus resultados.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

IV. VALORES

Nuestra actuación siempre está guiada por una serie de valores y principios rectores que podemos resumir del siguiente modo:

- **Implicación.**- Proporcionar un futuro viable a las poblaciones de los países empobrecidos, favoreciendo una mejora de sus estructuras sanitarias a medio y largo plazo
- **Servicio.**- Prestar ayuda farmacéutica eficaz y de calidad a las organizaciones que trabajan en proyectos sanitarios de cooperación al desarrollo, en crisis humanitarias y emergencia
- **Especialización** sectorial y geográfica de las intervenciones, concibiendo las mismas como instrumentos al servicio del fortalecimiento organizativo y desarrollo de las capacidades locales.
- La estrategia de asociación para el desarrollo que se fundamenta en la búsqueda de unas relaciones horizontales y estables entre Farmamundi y las organizaciones socias, sustentadas en la confianza y exigencia mutua.
- **Respeto** a la cultura y costumbres de nuestros socios locales.
- Modelo de trabajo basado en la **transparencia**, la **profesionalidad**, la **eficacia** y la evaluación permanente de la gestión
- **Calidad de servicio** y trabajo en Red
- **Equidad e igualdad** de oportunidades entre hombres y mujeres
- Defensa de los Derechos Humanos

V. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS por Áreas de Actuación de la entidad

Cuando hablamos de un objetivo estratégico se trata de un resultado que queremos alcanzar a largo plazo (más de un año) inspirados en la Visión para cumplir con la Misión.

A continuación se indican los **objetivos estratégicos** por: Áreas Misionales y de apoyo, Órganos de Gobierno y para la Organización. *

P: Proyectos Cooperación y AHE

EPDI: Educación, Sensibilización e Incidencia

ALH: Suministros farmacéuticos, médicos y sanitarios

C-MK: Comunicación Marketing

FS : Captación Fondos y Base social

1. **(P)** Contribuir a que la población en general y las personas y colectivos sociales más vulnerables en particular ejerzan su derecho a la salud y dispongan de una atención sanitaria universal y equitativa.
2. **(EPDI)** Posicionar a FM como ONG de referencia en Educación para el Desarrollo e Incidencia para temas de Salud y Medicamentos en todo el Estado.
3. **(ALH)** Consolidar a ALH como entidad suministradora de insumos médicos y sanitarios: Reforzar el servicio de suministro de medicamentos esenciales de ALH para las necesidades de países en desarrollo
4. **(FS-MK)** Asegurar la independencia y solvencia económica con el incremento de fondos propios finalistas y no finalistas para garantizar el cumplimiento de nuestra Misión.
5. **(C-MK)** Aumentar la visibilidad de la ONG entre su base social tradicional y abrirla a nuevos colectivos sociales para conseguir más apoyos e incrementar la captación de fondos no vinculados.
6. **(ÓRGANOS DE GOBIERNO)** Establecer alianzas con otras organizaciones e instituciones del campo de la salud y la solidaridad.
7. **(FARMACÉUTICOS MUNDI)** Contar en la Organización con un equipo adecuado, comprometido con el proyecto asociativo, motivado, cohesionado, organizado y capacitado para aplicar los sistemas institucionales de calidad.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

VI. PLANIFICACIÓN METAS ESTRATÉGICAS

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ÁREA RESPONSABLE	METAS ESTRATÉGICAS
<p>OE 1.- (P) Contribuir a que la población en general y las personas y colectivos sociales más vulnerables en particular ejerzan su derecho a la salud y dispongan de una atención sanitaria universal y equitativa.</p>	<p>P</p>	<ul style="list-style-type: none"> • M1.1.- Gestión de programas y proyectos de cooperación para el desarrollo en los sectores y países prioritarios de intervención. • M1.2.- Gestión de proyectos y acciones de ayuda humanitaria y de emergencia, reconstrucción y prevención de desastres. • M1.3.- Establecimiento de Alianzas y Trabajo en Red • M1.4.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación
<p>OE2.- Posicionar a FM como ONG de referencia en Educación para el Desarrollo e Incidencia para temas de Salud y Acceso a Medicamentos en todo el Estado.</p>	<p>EPD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • M2.1.- Desarrollo y ejecución de una Campaña de Referencia de alcance estatal • M2.2.- Ejecución de actividades de EPD+I relacionadas con Salud y AME complementarias a la Campaña • M2.3.- Establecimiento de Alianzas y Trabajo en Red • M2.4.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación de las campañas / actividades
<p>OE3.- Consolidar a ALH como entidad suministradora de insumos médicos y sanitarios: Reforzar el servicio de suministro de medicamentos esenciales de ALH para las necesidades de países en desarrollo.</p>	<p>ALH</p>	<ul style="list-style-type: none"> • M3.1.- Incremento de las Ventas y Clientes • M3.2.- Mejora de la competitividad de la oferta de suministros y servicios • M3.3.- Conseguir y mantener la certificación en BPD y en MQAS • M3.4.- Establecimiento de Alianzas y Trabajo en Red • M3.5.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ÁREA RESPONSABLE	METAS ESTRATÉGICAS
OE4.- Asegurar la independencia y solvencia económica con el incremento de fondos propios finalistas y no finalistas para garantizar el cumplimiento de nuestra Misión.	FS-MK	<ul style="list-style-type: none"> • M4.1.- Incrementar campañas RSC con empresas no solo del sector farmacéutico desde las sedes y SC • M4.2.- Aumentar la base social y de donantes • M4.3.- Establecer convenios de mecenazgo económico con empresas y entidades privadas • M4.4.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación
OE5.- Aumentar la visibilidad de la ONG entre su base social tradicional y abrirla a nuevos colectivos sociales para conseguir más apoyos e incrementar la captación de fondos no vinculados.	C-MK	<ul style="list-style-type: none"> • M5.1.- Aumentar la comunicación externa • M5.2.- Diseño de campañas para una mayor participación de los socios y captación de nuevos apoyos • M5.3.- Fomentar una imagen única y común por parte de todos los miembros de la organización, hacia los distintos receptores del mensaje. • M5.4.- Apoyo y colaboración a todas las sedes, en especial a aquellas en las que no contamos con personal para hacer llegar la imagen de la organización.
OE6.- Establecer alianzas con otras organizaciones/instituciones del campo de la salud y la solidaridad	ÓRGANOS DE GOBIERNO	<ul style="list-style-type: none"> • M6.1.- Mayor presencia en redes e instancias públicas por parte de los órganos de gobierno. • M6.2.- Formación en portavocía y representación institucional • M6.3.- Colaboración con la Red de Farmacias y una ONG de acción social (2016 – 2018) • M6.4.- Ampliar la participación de la junta y su renovación
OE7.- Contar en la Organización con un equipo adecuado, comprometido con el proyecto asociativo, motivado, cohesionado, organizado y capacitado para aplicar los sistemas institucionales de calidad.	FARMACÉUTICOS MUNDI	<ul style="list-style-type: none"> • M7.1.- Mejora de la comunicación interna entre áreas, sedes, comités de dirección y de comunicación regulares. Otras herramientas... • M7.2.- Reforzar funcionamiento de gestión en red y sistema organizativo / informático • M7.3.- Reforzar la formación, gestión y atención de los voluntarios • M7.4.- Mejorar trabajo en equipo de acuerdo a un organigrama flexible y con metodologías participativas que fomenten el aprendizaje, la innovación y el desarrollo personal y profesional. • M7.5.- Dar participación al personal en la aplicación, revisión y mejora del sistema de calidad con el que se consiguen los resultados esperados.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

VII. LÍNEAS ESTRATÉGICAS del Plan 2015-2018

Las líneas estratégicas han surgido de un proceso natural de deducción sobre los resultados que arrojen los análisis realizados con anterioridad.

El resultado obtenido alinea los diferentes componentes de la organización, recursos, procesos y personas, así como su contribución a la dirección estratégica, corporativa y la misión marcada.

Así mismo, estructuran la forma de actuar que deben asumir las Áreas Misionales para desarrollar con éxito su cometido en un entorno determinado, con el objetivo y alcance global de la ONG para satisfacer las expectativas de socios, financiadores y contrapartes.

Nuestras líneas estratégicas se agrupan en:

- **Consolidación de las Áreas Misionales**, como forma de garantizar la posición de FARMACÉUTICOS MUNDI y el logro de las expectativas de nuestros grupos de interés.
- **Competencia Organizacional**, como medio de poner en valor las capacidades de las Áreas Misionales y los recursos humanos que las integran.
- **Consolidación Institucional**, para afianzar la posición alcanzada en los entornos sociales, administrativos y locales en los cuales desarrollamos nuestras actividades misionales.

VIII. ESTRATEGIA GENERAL del Plan 2015-2018

FARMACÉUTICOS MUNDI para la consecución de los objetivos estratégicos deberá emprender como estrategia general:

Disponer de unas Áreas Misionales y de Apoyo participativas en proyectos de interés común, líderes en sus campos de trabajo sobre la base de su saber hacer, disponibilidad de recursos y eficiencia en la gestión, capaces de innovar en nuevas líneas de servicios, y con un Área de Comunicación potente y actualizada que desarrolle herramientas que ayuden a reforzar el posicionamiento de la ONG en sus ámbitos de actividad, con la participación activa de una Junta Rectora implicada y participativa tanto en las actividades internas como en las institucionales.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

IX. PLAN DE ACCIÓN

ÁREA DE PROYECTOS	
META ESTRATÉGICA	RECURSOS Y ACTIVIDADES PROYECTOS COOP AHE
<ul style="list-style-type: none">• M1.1.- Gestión de programas y proyectos de cooperación para el desarrollo en los sectores y países prioritarios de intervención.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño, seguimiento y evaluación de Orientaciones Estratégicas sectoriales y por países y de Planes Operativos Anuales con la participación de organizaciones aliadas estratégicas.• Identificación, formulación y presentación de acciones adaptadas a las prioridades de las instituciones cofinanciadoras públicas y privadas.• Seguimiento técnico y económico de acciones en los plazos y condiciones establecidas por los donantes y acordadas con las socias locales.• Evaluación y auditoría externa de acciones en los plazos y condiciones establecidos por los donantes y los procedimientos de FM.• Seguimiento y control financiero y contable de acciones.• Interlocución y cabildeo con instituciones donantes.• Organización de equipos de trabajo y de espacios de información y programación participativa con los integrantes del Área.• Coordinación con la Dirección, la Presidencia y la Vocalía responsable de la Junta Directiva.• Coordinación, con oficinas sobre el terreno y delegaciones territoriales de FM.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

ÁREA DE PROYECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> • M1.2.- Gestión de acciones y Proyectos de Ayuda humanitaria y de emergencia, reconstrucción y prevención de desastres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño, seguimiento y evaluación de Orientaciones Estratégicas sectoriales y por países y de Planes Operativos Anuales con la participación de aliadas estratégicas. • Identificación, formulación y presentación de acciones adaptadas a las prioridades de las instituciones cofinanciadoras públicas y privadas. • Gestión de acciones urgentes ante emergencias humanitarias y de respuesta a crisis crónicas y/o complejas con los fondos disponibles en el FAHE. • Seguimiento técnico y económico de acciones en los plazos y condiciones establecidas por los donantes y acordadas con las socias locales. • Evaluación y auditoría externa de acciones en los plazos y condiciones establecidos por los donantes y los procedimientos de FM. • Seguimiento y control financiero y contable de acciones. • Interlocución y cabildeo con instituciones donantes. • Organización de equipos de trabajo y de espacios de información y programación participativa con los integrantes del Área. • Coordinación con la Dirección, la Presidencia y la Vocalía responsable de la Junta Directiva. • Coordinación, con oficinas sobre el terreno y delegaciones territoriales de FM.
<ul style="list-style-type: none"> • M1.3.- Establecimiento de Alianzas y Trabajo en Red 	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración técnica y estratégica continuada de las contrapartes locales con las que se mantienen relaciones de colaboración. • Misiones sobre el terreno para el fortalecimiento de la presencia y las relaciones institucionales con donantes e instituciones colaboradoras y de la planificación estratégica con las socias locales. • Prospección y mapeo de nuevas organizaciones que cumplan nuestros requisitos de elegibilidad y prioridades estratégicas. • Participación en redes de la sociedad civil que aumenten nuestra visibilidad y capacidad en los países y sectores de intervención. • Acompañamiento a la red territorial de Farmamundi en sus relaciones con donantes y coordinadoras de ONGD.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

ÁREA DE PROYECTOS

- **M1.4.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación del Área de Proyectos Cooperación y AHE**

- Coordinación de los procesos y procedimientos necesarios para que FM acceda y mantenga la condición de ONGD calificada por la AECID.
- Coordinación del proceso para el cumplimiento de los criterios técnicos para ser socios de Comisión Europea para Asuntos Humanitarios (ECHO, por sus siglas en inglés)
- Mapeo permanente de nuevas oportunidades de financiación complementaria en sede y sobre el terreno. Diseño de planes de acción para su aprovechamiento.
- Establecimiento de acuerdos de agrupación y colaboración con otras ONGD y entidades para la gestión en consorcio de propuestas conjuntas.
- Apoyo a la extensión territorial de FM y la apertura de nuevas delegaciones.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

ÁREA PARA LA EDUCACIÓN, SENSIBILIZACIÓN E INCIDENCIA	
META ESTRATÉGICA	RECURSOS Y ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • M2.1.- Desarrollo y ejecución de una Campaña de Referencia de alcance estatal 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de Proyectos EPD / campañas Esenciales para la vida.
<ul style="list-style-type: none"> • M2.2.- Ejecución de actividades de EPD+I relacionadas con Salud y AME complementarias a la Campaña 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades fuera de campaña en educación formal • Actividades fuera de campaña en educación no formal • Definición, desarrollo y planificación de un plan de sensibilización de la ciudadanía
<ul style="list-style-type: none"> • M2.3.- Establecimiento de Alianzas y Trabajo en Red 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de personal para sedes • Conseguir nuevamente la admisión en Health Action International Europa • Programación de un ciclo de visitas del Equipo Directivo a las Sedes
<ul style="list-style-type: none"> • M2.4.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar subvenciones de carácter internacional. • Búsqueda de financiación pública, • Firma de acuerdos de colaboración con donantes privados • Consecución de fondos FAHE • Acuerdos de colaboración y financiación con distintos actores.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

ÁREA LOGÍSTICA HUMANITARIA	
META ESTRATÉGICA	RECURSOS Y ACTIVIDADES Proyectos EPDI
<ul style="list-style-type: none"> • M3.1.- Consolidación del Área Logística Humanitaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación de un procedimiento de compras eficaz, flexible y adaptado a la idiosincrasia de ALH. • Rediseño de la página Web incluyendo certificados de calidad, nueva oferta de productos y sus soportes de información • Edición de un nuevo catálogo • Difusión del nuevo catálogo • Diseño de fichas de productos • Identificar, valorar y priorizar posibles socios / clientes • Actividad comercial con clientes: entidades de ayuda humanitaria nacionales e internacionales • Actividad comercial con socios ECHO • Difusión del trabajo en momentos de emergencia y de los agradecimientos que llegan por parte de los destinatarios.
<ul style="list-style-type: none"> • M3.2.- Mejora de la competitividad de la oferta de suministros y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un Listado de proveedores homologados según MQAS • Implantación de un procedimiento de compras eficaz, flexible y adaptado a la idiosincrasia de ALH. • Incorporación de productos de precio accesible al sistema de gestión compras
<ul style="list-style-type: none"> • M3.3.- Conseguir y mantener la certificación en BPD y en MQAS 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación de los Sistemas MQAS y BDP
<ul style="list-style-type: none"> • M3.4.- Establecimiento de Alianzas y Trabajo en Red 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer contactos con laboratorios y otras empresas donantes
<ul style="list-style-type: none"> • M3.5.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de viabilidad del servicio de Asesoramiento en Distribución Farmacéutica • Análisis de viabilidad del servicio de Asesoramiento en BPD a otros almacenes de distribución farmacéutica

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

ÁREA DE CAPTACIÓN DE FONDOS Y MARKETING	
META ESTRATÉGICA	RECURSOS Y ACTIVIDADES MKTG COM
<ul style="list-style-type: none"> • M4.1.- Incrementar campañas RSC con empresas o entidades no solo del sector farmacéutico desde las Sedes y Sede Central. 	<ul style="list-style-type: none"> • Notas de prensa del trabajo de las áreas misionales. • Potenciar y mejorar los artículos de posicionamiento, tanto internos como con colaboradores externos para convertirnos en fuente especializada. • Boletines digitales y especiales mensuales para nuestra base social, con reclamo informativo y de captación de fondos. • Memoria anual 2014, grande para instituciones y reducida para socios y donantes • Firma de convenio con el Consejo Superior de Colegios Farmacéuticos para aumentar la difusión de nuestras actividades. • Incrementar las aportaciones de contenidos noticiables por parte de todas las Áreas Misionales.
<ul style="list-style-type: none"> • M4.2.- Aumentar la base social y de donantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo en el desarrollo de un protocolo de Comunicación interna realizado por todas las áreas misionales donde se definan pautas de funcionamiento de todos los implicados, nombramiento de portavoces, actividades de sensibilización, etc. • Impulsar y cumplir un plan de reuniones mensuales informativas inter-áreas.
<ul style="list-style-type: none"> • M4.3.- Establecer convenios de mecenazgo económico con empresas y entidades privadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuidad, constancia y cercanía en la comunicación con el socio: atención personalizada, información constante con boletines digitales, campaña de desgravación fiscal, campaña lotería, etc. • Gestión de la campaña de captación de socios y fidelización 'Nuevos Héroes' • Plan de formación en nuevas herramientas de comunicación. • Activación del bazar con productos nuevos y atractivos. • Actualización constante y mejora de la página web y redes sociales.
<ul style="list-style-type: none"> • M4.4.- Consolidación, ampliación y diversificación de la financiación 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforzar y mejorar campañas actuales: De desgravación fiscal, hucha solidaria, lotería, postales, aceite solidario y microdonaciones. • Analizar y reducir las incidencias y devoluciones de la campaña de Lotería. • Desarrollar un producto promocional para venta en farmacias que involucre y promocióne a la Oficina de Farmacia, reforzando el sentimiento de pertenencia a una organización de su sector.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

ÁREA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING	
META ESTRATÉGICA	RECURSOS Y ACTIVIDADES MKTG COM
<ul style="list-style-type: none"> • M5.1.- Aumentar la comunicación externa 	<ul style="list-style-type: none"> • Notas de prensa del trabajo de las áreas misionales. • Potenciar y mejorar los artículos de posicionamiento, tanto internos como con colaboradores externos para convertirnos en fuente especializada. • Boletines digitales y especiales mensuales para nuestra base social, con reclamo informativo y de captación de fondos. • Memoria anual 2014, grande para instituciones y reducida para socios y donantes • Firma de convenio con el Consejo Superior de Colegios Farmacéuticos para aumentar la difusión de nuestras actividades. • Incrementar las aportaciones de contenidos noticiables por parte de todas las Áreas Misionales.
<ul style="list-style-type: none"> • M5.2.- Diseño de campañas para una mayor participación de los socios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo en el desarrollo de un protocolo de Comunicación interna realizado por todas las áreas misionales donde se definan pautas de funcionamiento de todos los implicados, nombramiento de portavoces, actividades de sensibilización, etc. • Impulsar y cumplir un plan de reuniones mensuales informativas inter-áreas.
<ul style="list-style-type: none"> • M5.3.- Fomentar una imagen única y común por parte de todos los miembros de la organización, hacia los distintos receptores del mensaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Continuidad, constancia y cercanía en la comunicación con el socio: atención personalizada, información constante con boletines digitales, campaña de desgravación fiscal, campaña lotería, etc. • Gestión de la campaña de captación de socios y fidelización 'Nuevos Héroes' • Plan de formación en nuevas herramientas de comunicación. • Activación del bazar con productos nuevos y atractivos. • Actualización constante y mejora de la página web y redes sociales.
<ul style="list-style-type: none"> • M5.4.- Apoyo y colaboración a todas las sedes, en especial a aquellas en las que no contamos con personal para hacer llegar la imagen de la organización 	<ul style="list-style-type: none"> • Reforzar y mejorar campañas actuales: De desgravación fiscal, hucha solidaria, lotería, postales, aceite solidario y microdonaciones. • Analizar y reducir las incidencias y devoluciones de la campaña de Lotería. • Desarrollar un producto promocional para venta en farmacias que involucre y promocióne a la Oficina de Farmacia, reforzando el sentimiento de pertenencia a una organización de su sector.

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

ÓRGANOS DE GOBIERNO	
META ESTRATÉGICA	RECURSOS Y ACTIVIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • M6.1.- Mayor presencia en redes e instancias públicas por parte de los órganos de gobierno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombramiento de miembros de Junta como representante de cada Área Misional • Elaboración de un plan de trabajo Miembro de la Junta / Director Área Misional
<ul style="list-style-type: none"> • M6.2.- Formación en portavocía y representación institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de formación específico para la Junta de Gobierno
<ul style="list-style-type: none"> • M6.3.- Colaboración con la Red de Farmacias y una ONG de acción social (2016 – 2018) 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de viabilidad del proyecto • Análisis de la apertura de FM al público en general como base social
<ul style="list-style-type: none"> • M6.4.- Ampliar la participación de la junta y su renovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción del número de miembros de la Junta de Gobierno • Plan de dinamización e implicación de la Junta de Gobierno

RESUMEN EJECUTIVO III PE DE FARMACÉUTICOS MUNDI 2015-2018

FARMACÉUTICOS MUNDI	
META ESTRATÉGICA	RECURSOS Y ACTIVIDADES ORGANIZACION
<ul style="list-style-type: none"> • M7.1.- Mejora de la comunicación interna entre áreas, sedes, comités de dirección y de comunicación regulares. Otras herramientas... 	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en marcha de los Comités de Dirección • Liderazgo en el desarrollo de un protocolo de Comunicación interna realizado por todas las áreas misionales donde se definan pautas de funcionamiento de todos los implicados, nombramiento de portavoces, actividades de sensibilización, etc. • Impulsar y cumplir un plan de reuniones mensuales informativas inter-áreas. • Programación de un ciclo de visitas del Equipo Directivo a las Sedes
<ul style="list-style-type: none"> • M7.2.- Reforzar funcionamiento de gestión en red y sistema organizativo / informático 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la infraestructuras informáticas para una mejora de la comunicación Sedes / Central
<ul style="list-style-type: none"> • M7.3.- Reforzar la formación, gestión y atención de los voluntarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un Plan de Voluntariado
<ul style="list-style-type: none"> • M7.4.- Mejorar trabajo en equipo de acuerdo a un organigrama flexible y con metodologías participativas que fomenten el aprendizaje, la innovación y el desarrollo personal y profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de formación en trabajo en equipo • Realización de encuestas de clima laboral
<ul style="list-style-type: none"> • M7.5.- Dar participación al personal en la aplicación, revisión y mejora del sistema de calidad con el que se consiguen los resultados esperados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de formación / sensibilización en Mejora Continua y Calidad Total