# ANEXO III ANÁLISIS SITUACIÓN

I.1 Introducción
I.2 Recopilación de información.
I.2.1 Macroentorno
I.2.2 Microentorno
I.3 Análisis DAFO y
I.4 Análisis CAME (5 fuerzas de Porter)

## I.1 INTRODUCCIÓN

El análisis que sigue se enmarca en la justificación anterior, ofreciendo una visión detallada del macroentorno y microentorno que condiciona la comunicación de Valponasca. Este contexto explica por qué es imprescindible una estrategia sólida que responda a los retos sociales, económicos y organizativos identificados.

Nuestra estrategia se sustenta en tres pilares:
*Motivaciones:* impulsar la autonomía y autoestima de las personas vulnerables mediante una comunicación clara y accesible; profesionalizar la comunicación para generar confianza y coherencia con los valores de la asociación; sensibilizar a la sociedad sobre situaciones de exclusión; y fortalecer redes y alianzas para ampliar el impacto social.

*Dificultades:* la dependencia de subvenciones y la falta de estabilidad financiera, que limitan la dedicación del equipo; la escasez de tiempo para formación y planificación estratégica; y la necesidad constante de justificar proyectos, lo que reduce la creatividad en las publicaciones.

*Puntos fuertes:* más de 20 años de experiencia y el respaldo de una congregación con amplio reconocimiento social; un equipo diverso y comprometido; y una sólida red de colaboraciones estratégicas que potencia el alcance y la calidad de nuestras intervenciones.

Este análisis contextualiza estas realidades y orienta la toma de decisiones para que la comunicación sea un instrumento eficaz de transformación social.

## I.2 RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN

### I.2.1 EL MACROENTORNO

Para poder analizar y contextualizar el entorno de la Asociación Valponasca consideramos que es necesario analizarlo desde un punto de vista global, situando la entidad en España y desde un punto de vista más local, es decir en cada una de las localidades en las que se encuentran situados los centros.

- **Punto de vista global**

El macroentorno social en España está influenciado por una serie de factores clave que afectan a la sociedad en su conjunto. Estos factores pueden tener un impacto significativo en diversos aspectos de la vida en España, incluyendo la economía, la política, la cultura y la sociedad en general. A continuación, se describen algunos de los aspectos más destacados del macroentorno social en España:

**1. Demografía: Una Sociedad en Transformación**

España sigue experimentando un **envejecimiento progresivo de su población**. La tasa de natalidad se mantiene baja, y la esperanza de vida es de las más altas de Europa. Esto se traduce en una pirámide poblacional cada vez más invertida, con una proporción creciente de personas mayores y un descenso en la población en edad de trabajar y en la infantil.

La **inmigración continúa siendo un factor demográfico clave**, compensando parcialmente la baja natalidad y contribuyendo a la diversidad del país. Los flujos migratorios son dinámicos, con orígenes variados (predominando América Latina, Marruecos y Rumanía, entre otros), y su impacto se percibe en la revitalización de ciertas áreas y en la configuración de un tejido social más multicultural.

**2. Estructura Familiar: Nuevos Modelos de Convivencia**

La **estructura familiar en España ha evolucionado significativamente**. Se observa una clara tendencia a la disminución del tamaño de las familias, con un aumento notable de los **hogares unipersonales** y de las familias monoparentales.

La **incorporación de la mujer al mercado laboral** se ha consolidado plenamente, transformando los roles de género tradicionales y fomentando una mayor corresponsabilidad, aunque persisten desafíos en la conciliación y la brecha salarial. Las parejas de hecho y los matrimonios entre personas del mismo sexo son realidades sociales plenamente aceptadas y reguladas.

**3. Desafíos Sociales y Económicos: Persistencia y Nuevas Grietas**

A pesar de las mejoras económicas recientes, **el desempleo sigue siendo un desafío importante**, especialmente entre los jóvenes y en ciertos grupos demográficos. Las tasas de desempleo juvenil, aunque fluctuantes, continúan siendo motivo de preocupación, apuntando a la necesidad de políticas activas de empleo y formación.

La **desigualdad económica y social persiste**, manifestándose en la polarización de ingresos y en el acceso desigual a recursos básicos como la vivienda o la educación. La inflación de los últimos años ha añadido presión sobre los hogares, especialmente aquellos con rentas más bajas, erosionando su poder adquisitivo. La precariedad laboral, a pesar de los esfuerzos normativos, sigue siendo una realidad en ciertos sectores.

**4. Cultura y Diversidad: Un Mosaico de Identidades**

España es intrínsecamente diversa, con una riqueza cultural y lingüística arraigada en sus **distintas comunidades autónomas**. El debate sobre la **identidad nacional y la autonomía regional** sigue siendo una constante en el panorama político y social, reflejando la complejidad de un estado compuesto por realidades históricas y culturales diferenciadas. La coexistencia de lenguas cooficiales y el reconocimiento de tradiciones locales enriquecen el patrimonio cultural del país.

**5. Educación y Tecnología: Impulso Digital y Formación Continua**

La **educación sigue siendo un pilar fundamental para la competitividad y la empleabilidad**. España está inmersa en un proceso de **transformación digital**, con inversiones crecientes en tecnología educativa y en la promoción de competencias digitales desde edades tempranas. La formación a lo largo de la vida y la recualificación profesional son cada vez más importantes para adaptarse a un mercado laboral en constante cambio, impulsado por la automatización y la inteligencia artificial.

**6. Valores Sociales: Una Sociedad Más Abierta y Progresista**

La sociedad española se caracteriza por su **carácter progresista y su apertura a la diversidad**. La **aceptación de la diversidad sexual y de género, la igualdad de género y los derechos LGTBI+** son valores ampliamente arraigados y defendidos. La conciencia social sobre cuestiones medioambientales y la sostenibilidad también ha aumentado significativamente, influyendo en los hábitos de consumo y en las políticas públicas.

**7. Religión: Secularización y Multiculturalidad Religiosa**

La **secularización de la sociedad española es una tendencia consolidada**. Aunque el catolicismo sigue siendo la religión mayoritaria, la práctica religiosa ha disminuido notablemente, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

Paralelamente, la **diversidad religiosa ha aumentado**, principalmente debido a la inmigración. La comunidad musulmana es la segunda en número de fieles en España, representando aproximadamente un **4-5% de la población total** (según datos actualizados que pueden variar ligeramente por fuentes). También hay una presencia creciente de otras confesiones minoritarias.

**8. Migración y Multiculturalismo: Un Tejido Social Enriquecido**

La **migración es un motor clave del multiculturalismo en España**. La creciente población de origen migrante de diversas partes del mundo ha tenido un impacto profundo y enriquecedor en la sociedad, la gastronomía, la música y la cultura en general. Este proceso genera nuevas dinámicas de convivencia y plantea retos en términos de integración y cohesión social, que son abordados con diversas políticas y programas.

- **Punto de vista Local**

**El Macroentorno Social de León:**

El macroentorno social de León, España, se caracteriza por una compleja interacción de factores demográficos, culturales, socioeconómicos y de identidad regional. A continuación, se desglosan los elementos clave:

**1. Demografía y Mercado Laboral**

- **Población:**
  - La ciudad de León tiene una población urbana de aproximadamente **120.000-125.000 habitantes**, con un área metropolitana de unos **200.000**.
  - La provincia de León cuenta con alrededor de **446.445 habitantes** a partir de 2024, habiendo perdido cerca de **80.000 habitantes desde 1983** (de 526.000 a 446.000).
  - Experimenta una **ligera disminución anual** de la población.
- **Envejecimiento:**
  - León es la **provincia más envejecida de Castilla y León**, con una proporción significativa de residentes mayores de 65 años.
  - La esperanza de vida en la provincia fue de **83,29 años en 2022**.
- **Tasa de Actividad y Empleo:**
  - Presenta una **tasa de actividad extremadamente baja (48,2% en 2024)**, la peor de España.
  - Aunque el **paro se redujo al 14,9% en 2024**, esta mejora se atribuye más al retiro de la población activa que a un repunte real de la actividad económica.
- **Implicación Social:** La migración juvenil y el envejecimiento poblacional ejercen una presión considerable sobre los sistemas de salud y servicios sociales, al tiempo que reducen la capacidad productiva local.

**2. Sentimientos de Identidad y Movilización**

- **Leonesismo Creciente:**
  - Existe una **ola de movilizaciones** que exige autonomía para León, con concentraciones de entre **15.000 y 50.000 personas** en febrero y marzo de 2025 bajo lemas como "Más soluciones y menos cuentos".
  - El **regionalismo cuenta con un apoyo mayoritario del 81%** de los habitantes de la provincia, en contraste con el 17% en el resto de la comunidad autónoma.

- **Implicación Social:** Este fuerte sentimiento de abandono y la demanda de una mayor gestión local pueden generar presión para cambios políticos y sociales significativos.

**3. Educación y Cultura**

- **Patrimonio Cultural:**
  - León presume de un **rico patrimonio cultural** y una impresionante arquitectura, destacando la Catedral Gótica ("Pulchra Leonina") y la Casa Botines de Gaudí.
  - La ciudad es conocida por su **vibrante cultura de tapas**, profundamente arraigada en su tejido social.
  - La moda tradicional leonesa, con sus colores vivos y tejidos artesanales, sigue influyendo en el diseño contemporáneo, con un enfoque creciente en la sostenibilidad.
- **Actividad Cultural:**
  - La vida cultural es activa, con **exposiciones, festivales y eventos continuos**.
  - León capital es un destino turístico atractivo, recibiendo más de **600.000 visitantes anuales** gracias a su patrimonio histórico, la Semana Santa y el Camino de Santiago.
- **Educación Superior:**
  - La **Universidad de León (**en adelante **ULE)** cuenta con más de **12.600 alumnos** y programas internacionales en crecimiento, lo que favorece el dinamismo y la retención de talento.
- **Desafíos Culturales:**
  - Un informe reciente indica que la **posición cultural de León ha perdido terreno** en los rankings nacionales de calidad e innovación, cayendo al puesto **30 de 40 ciudades**.
  - El **Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León** (en adelante **MUSAC)** ha experimentado una caída considerable en su clasificación entre las instituciones culturales de España.
- **Implicación Social:** La oferta cultural y educativa es crucial para fidelizar a la población joven y diversificar el tejido económico y social de la provincia.

**4. Inmigración e Integración**

- **Flujo Migratorio:**
  - Desde los años 90, ha habido un **flujo moderado de inmigrantes**, lo que ha contribuido a mitigar, en parte, la pérdida de población. En 2023, se registraron unos **23.400 extranjeros** en la provincia.
- **Retos:**
  - Aunque la inmigración es menor en comparación con grandes ciudades, la **integración** de estas comunidades requiere atención para fomentar la cohesión social y asegurar oportunidades laborales.

**5. Cohesión Comunitaria y Calidad de Vida**

- **Sentido de Comunidad:**
  - León se caracteriza por un **fuerte sentido de comunidad**, con movimientos sociales activos y redes participativas.
- **Calidad de Vida:**
  - Ofrece una **buena calidad de vida**, especialmente en el entorno urbano de la capital.
  - El **coste de vida es más bajo** que en las grandes ciudades, y los servicios básicos son accesibles en la mayoría de los barrios.

**En conclusión**, el macroentorno social de León se define por una provincia en **declive demográfico**, un **creciente sentimiento regionalista**, un **potencial cultural y universitario relevante**, y una **incipiente inmigración**. Las claves para revertir esta situación incluyen **atraer y retener población joven**, **mejorar la integración** y aprovechar el **fuerte sentido de comunidad** para impulsar iniciativas locales y asegurar un futuro más próspero.

**El Macroentorno Social de Madrid:**

El macroentorno social de Madrid, como capital de España y una de las ciudades más grandes de Europa, se caracteriza por una dinámica social y económica vibrante y compleja. A continuación, se presenta una visión consolidada de sus factores clave:

**1. Demografía y Migración**

- **Población y Crecimiento:**
  - La ciudad de Madrid tiene una población de casi **3,5 millones de habitantes** (2025), con una densidad de aproximadamente **5.700 habitantes/km²**.
  - Su área metropolitana es la **segunda más grande de la Unión Europea**, con aproximadamente **7 millones de habitantes**.
  - La población de Madrid ha **aumentado constantemente** desde mediados del siglo XVI, estabilizándose en torno a los 3 millones desde la década de 1970, y experimentando un **crecimiento continuo** en los últimos años (0,4% anual).
- **Diversidad y Rejuvenecimiento Poblacional:**
  - Madrid es un importante centro de atracción para **inmigrantes de todo el mundo**, especialmente de países latinoamericanos.
  - Aproximadamente el **20-24% de la población madrileña ha nacido en el extranjero**, siendo la mayoría de origen americano (alrededor del 16% del total), incluyendo importantes comunidades de colombianos, venezolanos y peruanos. También hay comunidades significativas de otros países europeos, asiáticos y africanos.
  - Casi el **84% de la población de la ciudad son españoles**, mientras que más del 16% son de otros orígenes.

- La mayoría de los residentes extranjeros tienen entre 20 y 64 años, y los hijos de inmigrantes representan un 20% de los menores, lo que contribuye al **rejuvenecimiento poblacional** y aporta dinamismo demográfico.
- Ya hay más de un millón de latinoamericanos en la región.

- **Envejecimiento y Esperanza de Vida:**
  - Aunque la Comunidad de Madrid es la región de la Unión Europea con la **esperanza de vida media al nacer más alta** (82,2 años para hombres y 87,8 para mujeres en 2016), el porcentaje de población mayor de 65 años en la Comunidad de Madrid era del **18,6% en 2023**, lo que indica un envejecimiento progresivo de la población general.
- **Implicación Social:** La diversidad demográfica y el crecimiento poblacional plantean desafíos y oportunidades en términos de integración, servicios públicos y desarrollo urbano. Madrid se beneficia de una masa laboral joven, clave para sostener el mercado laboral frente al envejecimiento nacional.

**2. Mercado Laboral y Factores Socioeconómicos**

- **Economía Central y Empleo:**
  - Madrid es el **centro político, económico y cultural de España**.
  - La Comunidad de Madrid tiene en el Producto Interior Bruto (en adelante **PIB) más alto del país**, con **42.198 € per cápita en 2023**, lo que representa el **19,6% del PIB español**. Se anticipa un crecimiento del PIB del **2,7% en 2025**.
  - Madrid genera el **23% del empleo nacional**. En 2024, alcanzó un récord de **3,56 millones de afiliados**, con una tasa de paro del **9,6%**.
- **Composición Sectorial:**
  - La economía de Madrid se distingue por la **mayor importancia relativa de los servicios profesionales y relacionados con la industria** (43,7% frente al 29,7% de la media española).
  - Las actividades agrícolas (0,1%) y manufactureras (5,6%) tienen una participación mucho menor en comparación con la media nacional.

- **Inmigración y Empleo:**
  - El **90% de los nuevos puestos de trabajo** creados en 2024 fueron ocupados por inmigrantes o personas con doble nacionalidad.
  - Colectivos extranjeros impulsan pequeñas y medianas empresas (en adelante **PYMES)** en sectores como la gastronomía, el comercio y el transporte, enriqueciendo el tejido empresarial.
- **Implicación Social:** La fortaleza económica de Madrid genera oportunidades de empleo y desarrollo. La inmigración es esencial para mantener la actividad económica, aunque puede generar tensiones por sobrecualificación y precariedad laboral.

**3. Vivienda y Gentrificación**

- **Escasez Habitacional:**
  - La demanda de vivienda supera ampliamente la oferta. Los precios de la vivienda han subido un **44% en 10 años**, y los alquileres casi se han duplicado.
- **Expulsión de Nativos y Desigualdad Espacial:**
  - El aumento de los costes ha provocado la **salida de madrileños nativos**, mientras que los inmigrantes ocupan esos espacios.
  - Existe una creciente **segregación socioeconómica entre distritos**, acentuando la brecha entre el noroeste (más rico) y el sureste (más vulnerable).
- **Implicación Social:** Estas dinámicas agravan las tensiones sociales, aumentan el riesgo de gentrificación y pueden llevar a una fractura territorial.

**4. Cultura e Identidad**

- **Riqueza y Variedad Cultural:**
  - Madrid es un **centro cultural vibrante** y diverso, reconocido por su amplia oferta en **teatros** (Teatro Real, Teatro Español, Teatro de la Zarzuela, Matadero Madrid), **musicales** (Teatro Nuevo Apolo, Teatro Coliseum) y **festivales de música** (Mad Cool Festival).
  - La ciudad alberga importantes **ferias y eventos culturales** como la Feria del Libro en el Parque del Retiro, la Feria de Arte Contemporáneo ARCO y la Feria de San Isidro.
  - La **cultura de tapas** es una parte fundamental de la vida social madrileña.
- **Fusión Cultural y Tendencias:**
  - Se observa una **fusión cultural** con festivales étnicos (Año Nuevo Chino, cultura peruana) y programas interculturales en las escuelas que enriquecen el paisaje local.
  - Existe una creciente escena creativa en el sur de Madrid, con áreas como Carabanchel emergiendo como puntos de encuentro para artistas y nuevos negocios.
- **Marca Madrid y Percepción Internacional:**
  - Madrid combina su espíritu contracultural (la "Movida madrileña") con una creciente industria cultural. Sin embargo, la inversión per cápita en cultura aún está por debajo de la media nacional.
  - Madrid proyecta una imagen culturalmente rica a nivel internacional, aunque muchos visitantes no distinguen sus singularidades.
- **Implicación Social:** La vasta oferta cultural atrae a turistas y residentes, fomenta la creatividad y contribuye a la identidad y el dinamismo de la ciudad. La diversidad fortalece la identidad colectiva, pero requiere una mejora en la inversión cultural y en la consolidación de un relato diferenciador.

**5. Cohesión Social y Calidad de Vida**

- **Dinamismo Urbano y Servicios:**
  - Madrid es una ciudad con un **alto nivel de dinamismo urbano**, que ofrece una amplia gama de opciones de ocio, servicios y actividades.

  - El coste de vida en Madrid puede variar significativamente entre distritos. Sin embargo, en comparación con otras grandes capitales, puede ser percibido como más accesible.

- **Retos de Cohesión:**
  - A pesar de las políticas de integración, persisten **actitudes excluyentes y explotación laboral** (xenofobia).
  - Existe una notable **brecha de ingresos y oportunidades** entre el noroeste (rico) y el sureste (más vulnerable), lo que acentúa la desigualdad creciente.
- **Iniciativas Positivas:**
  - Programas como "mentores interculturales", foros participativos y comunidades organizadas favorecen la cohesión social.
- **Implicación Social:** La calidad de vida en Madrid se ve influenciada por su infraestructura, servicios, oportunidades laborales y la vitalidad de su vida social y cultural. Sin embargo, es fundamental abordar la xenofobia, la precariedad laboral y la desigualdad para fortalecer el capital social.

**En conclusión**, Madrid presenta un macroentorno social dinámico y diverso, con una población en constante evolución, un tejido económico robusto y una cultura vibrante. No obstante, esto va acompañado de desafíos significativos: vivienda inaccesible, una creciente brecha social y la necesidad de reforzar la integración. El mapa de acción incluye políticas de vivienda, inversión cultural, cohesión territorial y lucha contra la exclusión para asegurar una calidad de vida equitativa y un desarrollo sostenible para todos sus habitantes.

## I.2.2 EL MICROENTORNO

Es importante analizar el microentorno de la asociación de cara a conocer las fuerzas y factores que tienen un impacto directo y cercano en la operación y funcionamiento de la propia asociación. Estos factores son controlables en cierta medida por la asociación y pueden influir en su éxito y sostenibilidad a corto y largo plazo.

Elementos clave del microentorno de la entidad:

- **Equipo humano y voluntariado**: La entidad cuenta con 23 personas en su plantilla, con la titulación necesaria para realizar las funciones para la gestión de los diferentes proyectos. Su compromiso, participación y contribuciones es parte fundamental para el desarrollo de los programas y para la buena acogida por parte de las personas beneficiarias. El equipo de voluntarios es fundamental para el apoyo en la ejecución de los proyectos en el año 2024 hemos contado con 77 personas voluntarias (28 hombres y 49 mujeres).

- **Perfil de las personas beneficiarias y usuarias:** La intervención de la Asociación Valponasca se dirige principalmente a personas migrantes, aunque también atiende a otros colectivos en situación de vulnerabilidad. La población objetivo de la entidad son personas en situación de vulnerabilidad. Presentan el siguiente perfil: en cuanto a la distribución por sexo de las personas beneficiarias, el **59% son mujeres**, con edades entre los 18 y los 65 años. La edad media de las personas beneficiarias se sitúa en torno a los **45 años**. En **León**, la mayoría de las personas beneficiarias provienen de Marruecos,

seguidos por países de origen latino, mientras que en **Madrid**, la población es principalmente de origen latino.

El objetivo principal es dotar a estas personas de los conocimientos y herramientas necesarios para que puedan ejercer sus derechos y tomar decisiones informadas sobre su futuro. Para ello, se promueve la creación de redes de apoyo y acompañamiento, siguiendo una metodología participativa y activa que garantiza un seguimiento individualizado, respetando los distintos niveles de conocimiento de cada persona.
A través de sus programas, la asociación trabaja con varios colectivos, cada uno con sus propias características y necesidades:

- **NNA y sus familias:** Este colectivo participa en los programas socioeducativos de la asociación. Durante el año 2024, en el área socioeducativa, se han atendido a **167 NNA (90 niños y 77 niñas)** con edades entre 6 y 17 años en los proyectos Desván y Casa.

En estos proyectos, también se extiende el apoyo directo a **123 familias**, reconociendo su papel fundamental. En el proyecto Chimenea, se ha trabajado con **20 jóvenes (12 hombres y 8 mujeres)** de entre 17 y 23 años, proporcionándoles acompañamiento en una etapa crucial de su desarrollo.
Un aspecto importante a tener en cuenta es que, en ocasiones, son los abuelos quienes asumen parte de la responsabilidad en la crianza y educación, lo que establece lazos intergeneracionales que enriquecen la convivencia familiar.
La situación de las familias de los NNA a menudo es de inestabilidad sociolaboral. Sus empleos no ofrecen estabilidad ni oportunidades de mejora profesional o salarial. Esta precariedad laboral se debe a diversas razones, como la falta de cualificación profesional, dificultades en la homologación de titulaciones, la ausencia de experiencia laboral en el país de acogida, y barreras lingüísticas y culturales que dificultan su adaptación e integración.
Además, en muchos casos, son las mujeres y madres quienes asumen la mayor parte de la tarea educativa y de acompañamiento de sus hijos. Esto se suma a que las mujeres, en su mayoría migrantes, experimentan más barreras culturales que los hombres, tanto en el ámbito comunitario como en el acceso y participación en los recursos.
La perspectiva de intervención integral de la asociación se justifica en la noción de **transformar al entorno del menor en la medida de lo posible para que las influencias que reciba sean positivas**. Desde la participación de los menores hasta la implicación de las familias, cada paso se engloba de una forma individualizada.

- **Personas en búsqueda de empleo:** Este colectivo se engloba en el **área de inserción sociolaboral y socio-comunitaria** de la asociación, durante el año 2024, en estas áreas se ha atendido a **699 personas (478 mujeres y 221 hombres)**.

Los proyectos se centran en el acompañamiento para la inserción, promoción e integración en el mercado laboral desde una perspectiva de derechos. La asociación tiene en cuenta todos los factores de vulnerabilidad que complican su plena integración.

- **Recursos financieros**: La disponibilidad de fondos y recursos financieros impacta directamente en nuestra capacidad para financiar actividades y proyectos. Actualmente, la entidad mantiene su gasto anual gracias a una diversificación de fuentes de financiación.

Contamos con el apoyo de múltiples financiadores que contribuyen a través de convenios, donaciones,

ayudas y subvenciones. Provienen tanto del sector público como del privado, a nivel europeo, nacional, autonómico (comunidades autónomas) y local (ayuntamientos y otras entidades locales). Esta variedad de fuentes asegura la sostenibilidad de nuestras operaciones y proyectos.

- **Recursos materiales**: La infraestructura material, tecnológica y los sistemas de gestión de datos facilitan las funciones y la eficiencia de la asociación. Los locales alquilados tanto en León como en Madrid están acondicionados para la ejecución de los programas tanto socioeducativos como sociolaborales, cuentan con espacios para la atención de los usuarios/as y aulas donde se imparten las formaciones y talleres. Además, ambos locales disponen de todo lo necesario para el funcionamiento de la entidad, conexión a internet (tato por cable como por WIFI), pizarras, proyectores, material didáctico, juegos, ordenadores y tablets, etc.

- **Alianzas y Colaboraciones Estratégicas**: La Asociación Valponasca interactúa dentro de una sólida red de alianzas y colaboraciones, fundamentales para potenciar el alcance y la calidad de su intervención con personas en situación de vulnerabilidad. Estas relaciones, tanto formales como informales, son vitales para ofrecer una atención integral y adaptada a las necesidades de las personas beneficiarias.

En León y Madrid, Valponasca mantiene una estrecha coordinación con diversas entidades del tercer sector especializadas en la intervención con poblaciones vulnerables, como ACCEM, Cruz Roja o Cáritas. Este trabajo conjunto permite optimizar recursos y esfuerzos, asegurando que las personas beneficiarias puedan compatibilizar sus circunstancias personales con el acceso a servicios esenciales como el aprendizaje de idiomas, cualificación profesional, asesoramiento legal y laboral, y la creación de redes de apoyo.

Asimismo, se establece una cooperación activa con los **Centros de Acción Social (CEAS)** y **servicios sociales específicos, como Programas de intervención familiar,** tanto del Ayuntamiento de León como del Ayuntamiento de Madrid, y con la **Gerencia de Servicios Sociales de León y unidad de intervención educativa de León (Junta de Castilla y León), y Junta Municipal de los Distritos de Moncloa Aravaca y Tetuán, del Ayuntamiento de Madrid, así como la D.G. Infancia y Familia de la Comunidad de Madrid, Ayuntamiento de Majadahonda, Servicios sociales.** Esta colaboración se materializa en derivaciones mutuas, recepción de casos y la realización de acciones conjuntas adaptadas a cada situación o perfil de las personas beneficiarias.

Valponasca forma parte y participa activamente en diversas redes y plataformas que refuerzan su impacto y visibilidad:

- **Coordinadora Estatal de Plataformas Sociales Salesianas (**en adelante **CEPSS):** Reflejando su entidad promotora (Federación María Auxiliadora Salesianas), esta pertenencia consolida su marco de valores y acción.

- Valponasca es **Centro Integral de Inmigración inscrito** y **reconocido** por la Junta de Castilla y León, y pertenece a la Red de Atención a personas migrantes Junta Castilla y León.

- Estamos presente en órganos consultivos clave: **Consejo de Inmigración, Ayuntamiento de León, Consejo Mujer Ayuntamiento de León, Consejo Infancia Ayuntamiento de León, Consejo de Infancia y Adolescencia Junta Moncloa - Ayuntamiento de Madrid (Aravaca).**

- Además de los Ayuntamientos de León y Madrid, Valponasca colabora activamente con diversos municipios donde tiene presencia o donde residen las personas beneficiarias:

    - **Ayuntamiento de Majadahonda.**
    - **Ayuntamiento de Algadefe.**
    - **Ayuntamiento de Valencia de Don Juan.**
    - **Ayuntamiento de Mansilla de las Mulas.**
    - **Ayuntamiento de Onzonilla.**
    - **Ayuntamiento de Villaquilambre.**

- En el **Barrio de Tetuán (Madrid)**, Valponasca es un actor clave en el **Proceso de Desarrollo Comunitario (PDC)**, una iniciativa donde participan diversas entidades, colectivos y vecinos del barrio en comisiones, encuentros y actividades conjuntas para el beneficio de la comunidad.
- Servicios de salud, coordinación con salud mental infanto juvenil en las intervenciones que se realizan con los/as NNA.

- **Grupo Incorpora de la Fundación Bancaria La Caixa, Grupo Castilla y León,** en donde Valponasca es entidad.

- **Red Tetuán de CaixaProinfancia**, donde colabora con entidades como Cáritas, Fundación Amoverse, Pinardi y Fundación Valsé, entre otras.

- **Red + Infancia Forjando Sueños** de León.

- **Plataforma de Entidades de Voluntariado de León (PEVL):** Impulsa la acción voluntaria en la provincia.

- **Grupo de Observación de la Inmigración de León (Grupo GOL):** La asociación establece sinergias con el ámbito académico para enriquecer sus programas y fomentar el desarrollo de futuros profesionales:

- **Universidad de León.**

- **Universidad Francisco de Vitoria (UFV Madrid)**

- **Centro Universitario CES Don Bosco**.

- **Centros educativos de la zona:** Manteniendo una coordinación fluida con tutores y orientadores para el seguimiento de los/as NNA

Esta extensa red de alianzas y colaboraciones es un pilar fundamental del microentorno de la Asociación Valponasca, garantizando la eficacia de su misión y su capacidad de adaptación a las necesidades cambiantes de las personas a las que sirve.

## I.3 ANÁLISIS DAFO

### Debilidades:

1. Dependencia de subvenciones como fuente principal de financiamiento
2. La falta de recursos estables afecta: a la dedicación del equipo de comunicación, al desarrollo de competencias comunicativas y compromete la efectividad de las estrategias de comunicación interna y externa.
3. Las demandas del día a día y la optimización de recursos: dificultan la formación continua, la capacidad de mantenerse al día con novedades y tendencias y reduce la efectividad en el desarrollo de estrategias y capacidad de respuesta en un entorno cambiante.
4. La necesidad de cumplir con los requisitos de las subvenciones limita la creatividad y atractivo en las publicaciones, dificulta la exploración de enfoques innovadores en comunicación y Limita la capacidad de captar la atención del público y destacar la esencia del trabajo. En ocasiones se busca más mostrar lo que hacemos de cara a los financiadores que contenido más interesante o necesario.
5. La comunicación en los equipos de trabajo a veces se ve afectada por la carga de trabajo, lo que dificulta que se le otorgue la importancia y relevancia que merece. Poca concienciación de la importancia de la comunicación.
6. La limitada participación del equipo en la difusión de la propia entidad reduce su visibilidad tanto dentro como fuera del entorno de las Salesianas.
7. El enfoque actual en la comunicación a menudo se centra en las redes sociales, descuidando otros contextos importantes que también influyen en lo que decimos y cómo lo perciben los demás.

Amenazas

- La falta de tiempo dedicado a la creación de publicaciones limita nuestra capacidad para ser innovadores y creativos, lo que podría hacer que la organización pierda relevancia frente a otros actores más dinámicos en el campo.
- El enfoque rígido en justificar proyectos puede provocar una desconexión con la audiencia, afectando a la percepción pública y el apoyo
- La existencia de otras entidades que implementan proyectos similares.
- La competencia dispone de recursos económicos con los que nosotras no contamos.
- La imposibilidad de dedicar tiempo a la formación puede dejar a la organización rezagada frente a competidores que sí se mantienen actualizados.

Fortalezas

- Pertenecer a una congregación religiosa con amplio reconocimiento social y experiencia.
- Equipo comprometido: Contamos con un equipo plural, con muchas ganas de aprender e involucrado, que trabaja de forma incansable por la entidad.
- Experiencia acumulada: La organización posee una sólida trayectoria en el ámbito de la comunicación, lo que le permite desarrollar estrategias efectivas.
- Trabajo en equipo y autonomía en el desarrollo de funciones.

- Red de contactos: La Asociación Valponasca ha establecido relaciones con diversas organizaciones y entidades, lo que facilita la colaboración y el intercambio de recursos
- La intervención es integral, trabajando con los usuarios competencias a nivel educativo, laboral y social.
- La calidad en la intervención, la facilidad de comunicación y el equipo humano como elementos más valorados por las personas beneficiarias.
- A través de la página web y de las redes sociales muchas personas se ponen en contacto con nosotras.
- El equipo de comunicación tiene muchas ganas de innovar, aprender y buscar fórmulas para una mayor difusión y mejora en la participación.

Oportunidades

- Elaborar y difundir campaña de captación de socios y posibles financiadores.
- Tener mayor visibilidad y estar presentes en eventos de la comunidad
- Trabajar más la difusión en los medios de comunicación tradicionales
- Ser parte de la CEPSS nos aumenta nuestra visibilidad
- La creciente preocupación por temas sociales y comunitarios (aumento de la conciencia social) ofrece una plataforma para destacar el trabajo de la Asociación Valponasca.
- La adopción de herramientas digitales y plataformas de comunicación innovadoras puede potenciar la difusión del mensaje de la Asociación.

- Existen oportunidades para formar alianzas con otras organizaciones, lo que podría ampliar el alcance y el impacto de las iniciativas de la Asociación Valponasca.

## I.4 ANÁLISIS CAME

Corregir

- Diversificar las fuentes de financiación mediante la búsqueda activa de donaciones, patrocinios, eventos y campañas a través de plataformas específicas.
- Realizar una evaluación de necesidades para identificar áreas clave que requieran formación y recursos, priorizando aquellos que tengan un impacto directo en la comunicación
- Establecer un calendario de formación regular que considere tiempos específicos para el desarrollo profesional del equipo.
- Dedicar tiempo específico para sesiones de brainstorming donde el equipo pueda explorar ideas innovadoras sin la presión de cumplir con requisitos de subvenciones.
- Implementar talleres y charlas sobre la relevancia de la comunicación efectiva dentro de la organización.
- Desarrollar un plan de comunicación integral que contemple múltiples canales y contextos, no solo redes sociales.
- Definir y asignar tareas específicas relacionadas con la difusión de la Asociación Valponasca a cada miembro del equipo, asegurando que todos participen activamente en la promoción de su trabajo.

Afrontar

- Buscar maneras de optimizar el flujo de trabajo para liberar tiempo que permita al equipo centrarse en la innovación y la creatividad de las comunicaciones y las publicaciones en redes sociales.
- Incluir en las justificaciones elementos que muestren el impacto y la relevancia del trabajo, no solo el cumplimiento de requisitos.
- Establecer colaboraciones con otras entidades para complementar esfuerzos en lugar de competir, potenciando el impacto conjunto.
- Buscar financiación adicional a través de donaciones, crowdfunding o patrocinios para igualar en parte la disparidad de recursos.
- Buscar alternativas de formación en línea o módulos autoguiados que se adapten a la carga de trabajo del equipo.

Mantener

- Continuar promoviendo la identidad y los valores de la congregación en todas las actividades y comunicados de la Asociación.
- Continuar promoviendo el aprendizaje y la involucración, incentivando la participación en proyectos y decisiones.
- Seguir desarrollando y refinando las estrategias de comunicación basadas en la experiencia previa.
- Continuar promoviendo la confianza y la comunicación abierta entre los miembros del equipo.
- Seguir participando en eventos y redes de colaboración que fortalezcan la presencia de la Asociación.
- Continuar la evaluación de la calidad de la intervención para asegurar su eficacia y relevancia.
- Seguir priorizando la calidad en todas las intervenciones y la atención a las personas beneficiarias.
- Continuar promoviendo la presencia en línea como un canal de comunicación clave.
- Fomentar un ambiente que celebre la innovación y la experimentación en la comunicación.

Explorar

- Desarrollar una estrategia de marketing que incluya la creación de materiales atractivos (folletos, vídeos, publicaciones en redes sociales) para la campaña de captación.
- Investigar diferentes métodos de captación de socios, como eventos, reuniones informativas o jornadas de puertas abiertas, para atraer a posibles interesados.
- Utilizar testimonios de las personas beneficiarias y socios actuales para mostrar el impacto positivo de la Asociación en la comunidad.
- Participar activamente en ferias, exposiciones y eventos locales para presentar el trabajo de la Asociación y conectar con la comunidad.
- Organizar eventos propios, como charlas o talleres, para aumentar el reconocimiento de la Asociación y atraer la atención de nuevos socios y financiadores.
- Colaborar con otros eventos comunitarios para estar presentes y dar a conocer la Asociación Valponasca.
- Desarrollar relaciones con periodistas y medios de comunicación locales para que cubran las actividades y logros de la Asociación.

- Crear comunicados de prensa atractivos y enviar información periódica a medios de comunicación, aumentando así la cobertura de la Asociación.
- Ofrecer entrevistas y reportajes sobre temas relevantes que conecten el trabajo de la Asociación con las inquietudes de la comunidad.
- Aprovechar la red de la CEPSS para compartir recursos, mejores prácticas y experiencias con otras entidades, aumentando la efectividad de la Asociación.
- Colaborar en iniciativas conjuntas con otras organizaciones dentro de la plataforma para amplificar el impacto del trabajo realizado.
- Participar activamente en reuniones y actividades de la CEPSS para fortalecer la presencia y el reconocimiento de la Asociación Valponasca.
- Desarrollar campañas y programas que se alineen con las tendencias sociales actuales, destacando el trabajo de la Asociación en estos temas.
- Organizar foros y debates sobre problemáticas sociales relevantes, posicionando a la Asociación como un referente en la comunidad.
- Colaborar con otras organizaciones para abordar estos temas de manera conjunta, ampliando el alcance y la visibilidad del trabajo de la Asociación.
- Investigar y seleccionar nuevas herramientas digitales que faciliten la comunicación interna y externa, así como la gestión de proyectos.
- Implementar campañas de marketing digital que utilicen redes sociales, newsletters y otras plataformas online para alcanzar a un público más amplio.
- Capacitar al equipo en el uso de herramientas digitales y de comunicación para maximizar su eficacia y creatividad en las publicaciones.
- Identificar y contactar a organizaciones que compartan objetivos similares para explorar posibles colaboraciones en proyectos o iniciativas.