

PROYECTO DE DIRECCIÓN PRESIDENCIAL CEPER

Formalización de la candidatura a la Presidencia de CEPER

El socio numerario D. Sergio Fernández García, de 46 años de edad, con DNI nº 25085898M, creyendo reunir los requisitos establecidos por los Estatutos vigentes de la Asociación Malagueña en favor de las Personas con Discapacidad Intelectual, denominada CEPER, solicita a la Junta Directiva que dé por presentada esta candidatura y se sirva admitirla, rogándoles faciliten su exposición ante la Asamblea General Extraordinaria convocada al efecto el próximo viernes día 21 de junio de 2013, con objeto de que pueda ser conocida y valorada por todos y todas los socios de CEPER.

Justificación Estatutaria

Dando cumplida cuenta de lo establecido en el art. 25, respecto del nombramiento y condiciones para ser miembro de la Junta Directiva, la presente candidatura queda sometida al art. 5 respecto de la Misión de CEPER, al art. 6 respecto de sus Valores, y al art. 7 respecto de sus Fines. Por consiguiente, todas las actuaciones girarán en primer lugar hacia cada una de las Personas con Discapacidad Intelectual que desarrollen su vida o parte de ella en la Asociación y en segundo lugar en torno a su Familia, encaminando sus fines hacia:

- a) La defensa de la dignidad y los derechos de las personas con Discapacidad Intelectual.
- b) Al apoyo de sus familias para conseguir mejorar sus condiciones de vida.
- c) A promover una imagen positiva de la Discapacidad Intelectual basada en la inclusión social.
- d) Será fiel con la Misión fidelizando sus Valores sociales: la democracia interna, la transparencia en su actuación, la corresponsabilidad entre sus miembros y sus Valores Éticos recogidos en su Código Ético.

EJES VERTEBRADORES EN POLÍTICA SOCIAL

1ª. Potenciar la complicidad social

Las Organizaciones existimos porque debemos ser capaces de generar complicidad social en el trabajo por las causas en las que trabajamos. Da igual el tipo de organización que se trate: su existencia solamente tiene sentido si hay una complicidad social formada por personas y otros colectivos capaces de comprometerse con la actuación de la nuestra entidad. Ya pasaron los tiempos en que los proyectos se podían llevar a cabo únicamente porque a alguien de la Administración Pública le gustaba lo que hacíamos y nos apoyaba con una subvención. Las organizaciones del siglo XXI son capaces de movilizar personas comprometidas con su Misión, que apoyan con dedicación de tiempo y recursos económicos para hacer realidad los sueños de la Organización. La clave es conseguir y gestionar esa complicidad para ser la fuente que aporte energías, ilusiones, capacidades y recursos para la transformación social.

2ª Desarrollar nuevas competencias en los equipos de trabajo

Estamos en una nueva época que exige nuevas competencias y mejores capacidades a la gente que forma parte de las Organizaciones, da igual que sean personas voluntarias o remuneradas. Durante años hemos aprendido a gestionar proyectos, a presentarnos a convocatorias, a visitar las Administraciones, a llegar a fin de mes, a pagar la nóminas de nuestros trabajadores y de nuestros proveedores, y a enfadarnos lo necesario por la incomprensión obtenida. Durante muchos años esto ha sido lo importante y era lo necesario para hacer realidad nuestra Misión.

Pero esto por sí sólo ya no es suficiente. Desde siempre nos ha caracterizado la endogamia, es decir, hemos trabajado hacia nosotros mismos, por eso nos encanta hablar de "expertos-para-expertos". Sin embargo no es una metodología fiable para generar complicidad y compromiso, *vgr.* con el barrio, con la ciudad, o con la gente normal de la calle a la que hemos de ser capaces de comprometerla con nuestro trabajo en favor de una sociedad mejor. Nos hacen falta competencias relacionales, "comerciales", y competencias en los nuevos lenguajes virtuales; debemos estar altamente cualificados en la gestión de las redes sociales, infos, webs... ya que han cobrado especial relevancia en el mundo de hoy. La presencia electrónica se ha convertido en el mundo empresarial en la más poderosa herramienta de cambio e intercambio de ideas y mercados, ya lo sean en bienes de consumo o en servicios.

En CEPER tenemos gente valiosa y comprometida con la Misión, ya sean personas voluntarias o remuneradas. CEPER en el siglo XXI ha de favorecer el proceso acelerado de desarrollar estas competencias entre su gente con el objetivo de comprometer a personas ajenas a nuestra Organización, (a gente normal de la calle).

3. Comprensión del nuevo rol de la Administración Pública.

Durante años la Administración Pública ha sido el motor que impulsaba nuestros proyectos porque creía en su utilidad social, si les gustaba lo que hacíamos, podíamos conseguir recursos económicos para arrancar los proyectos con la administración como financiador único o casi único. CEPER sido un socio de largo recorrido para una Administración Pública que aprovechaba la utilidad social de lo que hacíamos, la ilusión que poníamos y la austeridad de los recursos con la que funcionamos. Pero ahora nos encontramos ante una Administración Pública, desacreditada, quebrada y desorientada, y que aunque en ocasiones quiere, casi nunca puede, y como botón de muestra hilvanamos los recortes y los retrasos en los pagos.

Y a nuestro pesar, lo hace en temas directamente relacionados con nuestra Misión: lo que para nosotros es vital, para ellos es solamente un problema más. Pero aunque la Administración Pública tenga dificultades, no desaparece. Está ahí, y sigue valorando las cosas que son de utilidad social, pero no nos equivoquemos, también valora la rentabilidad electoral lo que a su vez le sirve de salvavidas existencial; lo que motiva su cambio de rol: antes tenía un rol principal, financiador único/casi único, y progresivamente su rol será más complementario en nuestros proyectos.

Las Organizaciones del Tercer Sector Social del siglo XXI, como la nuestra, a través de sus redes de complicidad social y su capacidad de emprendimiento, podrá arrancar proyectos y mostrar utilidad social de los mismos para animar la participación de la Administración Pública, pero seguramente tendrá un rol diferente: un rol colaborador, pero ya no podrá ser el financiador único o principal.

4. Ahorrar costes siendo más eficientes.

Es simple. Hay que ahorrar. Pero el significado de ahorro no es el de gastar menos, sino el que relaciona el ahorro con la inversión.

Nuestro concepto de ahorro está basado en el significado de la eficiencia, entendida ésta como "la eficacia con el menor coste de tiempo y recursos". Vayamos por parte. Las estructuras muy pequeñas tienen muchas ineficiencias que acaban generando unos costes altos de funcionamiento. No nos lo podemos permitir, por tanto colaborar, compartir, repartir, coordinar, fusionar, reutilizar,... serán verbos que guiarán con fuerza nuestras actuaciones durante los próximos cuatro años.

Ya lo estamos viendo: organizaciones que comparten estructuras, que son capaces de colaborar y diseñar procedimientos conjuntos ahorran costes. Sólo el resultado del ahorro podrá llevarnos a la inversión, que no al gasto, y la inversión nos llevará al crecimiento. En palabras de D. Juan de la Rosa, fundador de la extinta Caja de Ahorros de Ronda: "*Sin ahorro no hay inversión, y sin inversión no hay desarrollo*" (1901).-

5. Mostrar el impacto social y económico de nuestra actividad.

CEPER está plenamente convencida de su utilidad social. Pero no es suficiente con estar convencidos: hemos de ser capaces de mostrarlo, de medirlo y reivindicar nuestra aportación social y económica a la sociedad.

La confianza no es ciega: se construye a partir de los datos, a partir de organizaciones transparentes que nos esforzamos por mostrar lo que estamos haciendo y aportando a la sociedad. Hace años podía ser hasta un acto de fe, pero hoy en día ya existen metodologías y maneras de mostrar lo que aportamos a la sociedad: tanto en mejoras como en valor social. Los datos ayudan a construir confianza, y la confianza día a día se refuerza y motiva el compromiso con la Organización. Ya no es un tema únicamente de calidad en la actuación, sino que los esfuerzos de medida de impacto social y económico vayan más allá. CEPER tendrá que saber explicar a la sociedad el valor social y económico que es capaz de aportar. Sólo así será conocida y reconocida como un verdadero Agente de Cambio Social.

CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN Y GESTIÓN DEL PRESUPUESTO ANUAL (Política económica)

A) Criterios generales

1º. **Criterio de Universalidad**, entendido como que el presupuesto debe contener todos los ingresos y todos los gastos que se pretendan realizar.

2º. **Criterio de Unidad y Claridad**, el presupuesto se presenta en un único documento para que sea más fácil su conocimiento y comprensión por parte de todos los grupos de interés y por los órganos de control de la Administración competente.

3º. **Criterio de Especialidad**, entendido como el respeto de y a las partidas presupuestarias, es decir, se trata de evitar que las asignaciones según partidas se puedan destinar a otros conceptos.

4º. **Criterio de Publicidad**, entendido como la cualidad que tiene el presupuesto de que sea público y pueda ser conocido por todos los grupos de interés.

B) Criterios Económicos y Contables

1º. **Criterio de Equilibrio Anual**, entendido como que la suma de los ingresos debe ser suficiente para atender los gastos totales.

2º. **Criterio de Presupuesto Bruto**: entendido como que en el presupuesto debe consignarse todas las partidas de ingresos y gastos.

3º. **Criterio de Unidad de Caja**, entendido como que todos los ingresos que se cobran deben consignarse en una única cuenta, con objeto de que puedan ser conocidos por todos los grupos de interés y por los órganos de control de la Administración competente.

4º. **Criterio de Especificación**, entendido como la prohibición de transferencias de fondos de unas partidas a otras.

5º. **Criterio de Cuenta Mancomunada**: entendido como la virtud de la imposibilidad de que una sola persona tenga acceso a la cuenta de CEPER.

MEJORAS Y ACTUACIONES QUE DEBERÁN IMPLEMENTARSE EN LOS PRÓXIMOS CUATRO AÑOS (2013/2017)

* La segunda planificación estratégica (II Plan Estratégico) que contemplará:

1º. La formación interna (trabajadores, voluntarios y familias con base en la política social expuesta). Clave para comprender la orientación de CEPER y como ésta cristaliza en la atención directa diaria a las Personas con DI.

2º. La formación cualificada con las personas claves identificadas con la Misión y con la Planificación Estratégica.

3º. La reorientación de la Junta Directiva, de la Dirección Técnica y de los nuevos roles que espera CEPER de sus Profesionales.

4º. Externalizaremos a la sociedad lo que hacemos para que conozca y reconozca a CEPER como un referente Agente de Cambio Social en materia de Discapacidad Intelectual. Diseñaremos un modelo de comunicación con el exterior así como la consolidación del club Dinamia.

5º. Impulsaremos los ocho indicadores de Calidad de Vida, con especial incidencia en el indicador de Ocio y tiempo libre y en el de la Salud. Se diseñará un modelo propio para uno y otro.

6º. Consolidaremos el nivel de Excelencia en la Calidad FEAPS y el modelo de Calidad propuesto por la Dirección General de la Discapacidad de la Junta de Andalucía.

7º. Impulsaremos los canales de distribución de nuestros productos (captación

externa de recursos).

CANDIDATURA QUE SE PRESENTA

Presidente	D. Sergio Fernández García
Vicepresidente	D. Eduardo Moya de Torres
Secretario	D. Juan Manuel Cuesta Antón
Tesorero	D. Rafael Delgado
Vocales	D. Sebastián Fernández Rodríguez
	D. Lázaro González Gambero
	D. Alfonso Núñez Agudo
	D ^a Amalia Ruiz Palomo
	D. José Coronado Millán
	D. Rubén Cuesta Medina
	D ^a Trinidad Fernández (autogestora)

Todo lo propuesto requiere en primer lugar, un esquema de pensamiento compartido que encuentre raíz filosófica en la importancia que adquiere la concepción honesta de la Persona con Discapacidad Intelectual como ser con necesidades de apoyo individuales; en segundo lugar, personas que revitalicen el sueño de hacer posible que cada Persona con Discapacidad Intelectual pueda soñar una vida plena, y en tercer lugar, personas que libremente estén dispuestas a querer seguir dejándose la piel en el camino. Yo seré el primero.

Málaga, junio 2013

