

VOCALÍA DE DESARROLLO ESTRATÉGICO Y CAPTACIÓN DE SOCIOS

Plan de actuación 2022

Índice

0. Introducción

1. Bloque I: Fidelización

- a. Boletín mensual
- b. Revisión/ampliación de las ventajas para socios actuales
- c. Encuentro presencial anual
- d. Convenios con instituciones/asociaciones

2. Bloque II: Captación de nuevos socios

- a. Captación de socios estudiantes
- b. Campañas de captación de socios
- c. Material publicitario y de difusión
- d. Regala Aproha

3. Bloque III: Otros recursos económicos

- a. Subvenciones y ayudas
- b. Tienda Aproha
- c. Socios patrocinadores

0. Introducción

Aproha cuenta, a 1 de mayo de 2022, con 289 socios en activo, de los cuales 58 son socios estudiantes y 231 socios profesionales.

En el año 2021, se produjeron 71 altas de nuevos socios, frente a 41 bajas, por lo que el crecimiento real fue de 30 socios, un 11,86%, porcentaje bastante menor al de años anteriores, como puede observarse en la siguiente tabla.

Año	Altas	Bajas	Socios totales	Tasa de crecimiento
2016	24	0	24	
2017	52	3	73	204,17%
2018	74	15	132	80,82%
2019	75	19	188	42,42%
2020	65	27	253	34,57%
2021	71	41	283	11,86%

Este descenso de la tasa de crecimiento, que se puede observar desde el año 2020, año en el que por primera vez el crecimiento fue menor al año anterior, puede deberse a varios factores:

- Estabilización de número de altas tras el empuje inicial. Al partir de cero, es lógico que en los primeros años tras la creación la tasa de crecimiento sea mucho mayor que en los años posteriores, en los que la actividad de la asociación ya se ha estabilizado.
- Falta de actividad e iniciativas de la propia asociación debido a la pandemia del COVID-19 y al cambio de ciclo en la Junta Directiva.

En cualquier caso, el objetivo principal para el próximo ciclo, es decir, los próximos 3 años, debe ser el de mantener un ritmo de crecimiento estable. A continuación, se ofrece una previsión del crecimiento esperado **en los próximos 3 años**:

Años	Altas	Bajas	Socios totales	Tasa de crecimiento
2021	71	41	283	
2022	75	41	317	12,01%
2023	85	40	362	14,20%
2024	80	42	400	11%

Para ello, se propone un plan de actuación para la Vocalía de Desarrollo Estratégico y Captación de socios dividido en tres bloques:

- Bloque I: Fidelización
- Bloque II: Captación de nuevos socios
- Bloque III: Otros recursos económicos

1. Bloque I: Fidelización

Bajo el título global de fidelización se recogen una serie de medidas destinadas a mantener a los socios actuales y reducir el número de bajas lo máximo posible:

a. Boletín mensual

Envío de un boletín mensual a todos nuestros socios a través del correo electrónico. En este documento se recogerá el trabajo diario realizado tanto por la Junta Directiva de Aproha como por las Delegaciones en el último mes, así como toda la información relevante para nuestros socios, como el programa de cursos de los próximos meses, las ventajas de ser asociado, noticias y anuncios relevantes, etc. También se incluirá un apartado para que los socios puedan realizar sus propios anuncios.

Los objetivos de dicha medida son la creación de un nuevo canal de comunicación e información con todos los asociados que nos permita mantener un contacto más directo con los mismos, poner en valor el trabajo realizado desde la Junta Directiva y fomentar la transparencia.

b. Revisión/ampliación de las ventajas para socios actuales

Actualmente, las ventajas por ser miembro de Aproha son las siguientes:

1. Entrada gratuita al Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
2. Entrada gratuita al Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, MACBA.
3. Entrada reducida al 50% al Institut Valencià d'Art Modern, IVAM.
4. Información y asesoramiento sobre las posibilidades laborales de la profesión del Historiador del Arte y cualquier otra cuestión relacionada con nuestra actividad profesional.
5. Asesoramiento laboral a todos nuestros socios autónomos o profesionales libres en cualquier cuestión relacionada con su actividad profesional como Historiadores del Arte. Aproha nunca actuará o intercederá en cuestiones relacionadas con los intereses privados de cada empresa o autónomo asociado.
6. Acceso preferente y con descuentos a los cursos, seminarios y cualquier otra actividad de carácter formativo organizada por Aproha.
7. Disfrutar de reducciones o gratuidad en el acceso a los bienes o instituciones culturales que cobren una entrada por acceder y disfrutar de sus servicios, instalaciones o bienes con los que Aproha tenga convenios de colaboración.

8. Participar activamente en la Asociación, acudiendo a las Asambleas generales y promoviendo tu candidatura para cualquier cargo de la Junta Directiva según lo establecido en los Estatutos.
9. Participación en las actividades e iniciativas de información, divulgación, concienciación, reclamación o reivindicación que realice Aproha sobre nuestra condición y situación profesional dirigidas tanto a las administraciones e instituciones públicas o privadas como a la sociedad en su conjunto.
10. Acceso y participación a los estudios, informes y propuestas sobre la situación profesional de la Historia del Arte de cara a su reconocimiento social, legal e institucional que realice, impulse o apoye la Asociación.
11. Acceso exclusivo a las ofertas de empleo que se tramiten a través de Aproha.
12. Ventajas obtenidas gracias al convenio con el CENTRE D'ART D'ÈPOCA MODERNA (CAEM):

De cara a mejorar las ventajas que se ofrecen a nuestros socios, se propone lo siguiente:

- Corto plazo:
 - o Realización de un estudio y una revisión de las ventajas que se ofrecen actualmente a los socios, la utilidad de cada una de ellas y la forma de mejorarlas.
 - o Revisión del apartado dedicado en la página web a las “ventajas de ser socio Aproha”, ya que en la actualidad la descripción de las ventajas es muy generalista y poco visual.
- Medio/largo plazo:
 - o Ampliación de ventajas. Entre otras, pueden tenerse en cuenta las siguientes:
 - Entrada gratuita a todos los Museos Estatales (firma de convenio con la SG de Museos Estatales).
 - Entrada gratuita al Museo del Prado
 - Desarrollo de un portal de empleo propio
 - Inclusión de la realización de un curso de formación gratuito para aquellos socios que lleven afiliados más de 3 años.
 - Realización de sorteos para socios

c. Encuentro presencial anual

Aprovechando la celebración de la Asamblea General de Aproha, que tendrá lugar previsiblemente, en el mes de marzo de 2023, se propone la realización de un encuentro presencial de 2 días, preferiblemente en fin de semana, en el que además de la Asamblea General, se organicen otra serie de actividades en las que los socios que así lo deseen puedan participar. Dichas actividades se organizarán desde la Junta Directiva y las distintas Delegaciones y podrán consistir en la

celebración de congresos/ seminarios, visitas y actividades culturales, reuniones, eventos de carácter social...

Aproha se encargaría como todos los años de la organización y el espacio físico, pudiendo tener la asistencia al resto de actividades un coste mínimo que permitiera cubrir costes en función del número de socios interesados en asistir. El objetivo no será en ningún caso la obtención de beneficios.

Debido a su accesibilidad y situación geográfica, se propone para el primer encuentro en marzo de 2023, la ciudad de Madrid. A largo plazo, dicho encuentro puede convertirse en un evento anual, celebrado cada año en una delegación distinta.

d. Convenios con instituciones/asociaciones

Uno de los objetivos de Aproha es el de favorecer e impulsar la colaboración con otros colectivos o asociaciones profesionales cuya actividad está directamente relacionada con la Historia del Arte. En los últimos años, se han firmado convenios de colaboración con distintas instituciones para la realización de proyectos concretos, no obstante, existen otras muchas asociaciones e instituciones que, si bien su actividad no está relacionada directamente con la Historia del Arte, sí comparten muchos de los fines y objetivos de Aproha.

Por ello, se propone la realización de una lista de posibles asociaciones, instituciones y proyectos afines con los que colaborar para llevar a cabo nuestros objetivos. Una vez estudiada la propuesta y seleccionadas las organizaciones que más nos interesen, se solicitará una ronda de reuniones con los responsables de las mismas para explorar posibles vías de colaboración.

2. Bloque II. Captación de nuevos socios

En este segundo bloque, se proponen una serie de medidas enfocadas principalmente a la captación de nuevos socios.

a. Captación de socios estudiantes

Actualmente, los socios estudiantes suponen solamente un 20% de los socios totales de Aproha. Puesto que la cuota depositada es notablemente inferior a la de los socios profesionales y pueden disfrutar de prácticamente las mismas ventajas, los estudiantes son el segmento que presenta más posibilidades de crecimiento.

Con este objetivo, se plantean varias propuestas:

- Asistencia a todas las jornadas profesiones y charlas en universidades a las que seamos invitados. Asimismo, sería conveniente solicitar nuestra participación en dichas jornadas a todos los departamentos de Historia del Arte de las distintas universidades

(especialmente en aquellas en las que el departamento sea socio institucional y en aquellas comunidades en las que exista delegación territorial). Esta labor podría llevarse a cabo por los representantes de las delegaciones territoriales.

- Reparto de folletos e información en las facultades en las que contemos con socios institucionales y/o delegación territorial.
- Realización de una sesión de orientación en abierto para estudiantes (on-line) para que conozcan Aproha y las ventajas de ser socio.

b. Campañas de captación de socios

Junto con la Vocalía de Comunicación, se proponen las siguientes medidas:

- Realización de campañas periódicas en redes sociales (puede ser cada 3/6 meses) con el lema “¡Asóciate!”, en las que aparezcan las ventajas y la información práctica sobre el modo de asociarse.
- Estudio de la posibilidad de contratar publicidad de pago en redes sociales para dicha campaña.
- Publicidad en medios especializados sobre Arte/Historia del Arte.

c. Material publicitario y de difusión

Para llevar a cabo todas las acciones descritas hasta el momento, es conveniente en primer lugar la recopilación y actualización del material de difusión con el que contamos en la actualidad.

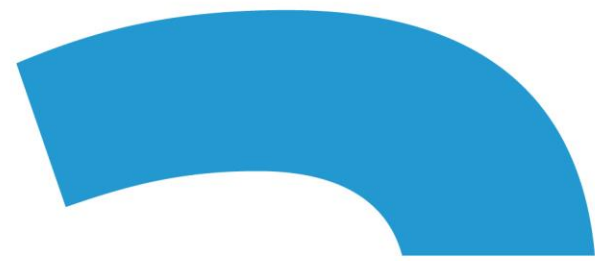
En caso necesario, se propone también la realización de un dossier/tríptico/folleto de presentación de Aproha. Dicho folleto tendría tanto versión online como física, debiendo estudiarse la viabilidad de realizar una tirada física de ejemplares para su distribución entre las distintas delegaciones territoriales.

d. Regala Aproha

Aprovechando la celebración de eventos especiales como Navidad, San Valentín, cumpleaños, aniversarios, etc., se propone la creación de una tarjeta regalo especial.

La Tarjeta llevará un diseño especial y un mensaje que podrá personalizarse por la persona que adquiere el regalo. Podrá adquirirse tanto la modalidad estudiante como la de socio profesional.

La promoción de esta tarjeta se llevará a cabo de forma periódica tanto en ocasiones especiales como a lo largo del resto del año y contará además con un apartado específico en nuestra página web.



3. Bloque III. Otros recursos económicos

a. Subvenciones y ayudas

En la actualidad, Aproha se autofinancia exclusivamente con las cuotas aportadas por los socios.

Aunque dichas cuotas deben suponer la principal vía de financiación, se propone la exploración de otras vías alternativas, que permitan desarrollar proyectos concretos, así como la mejora de algunos aspectos como la página web o la realización de actividades.

En este sentido, el primer paso es la elaboración de un listado de posibles ayudas y subvenciones, tanto a nivel estatal como autonómico, a las que Aproha podría optar como asociación, así como un calendario en el que aparezcan las fechas probables de convocatoria.

A modo de ejemplo, y de cara a la convocatoria de abril de 2023, se sugiere la realización de una propuesta o proyecto para la convocatoria de [Ayudas a la Acción y Promoción Cultural](#), convocadas por el Ministerio de Cultura y Deporte.

Dichas ayudas están destinadas a asociaciones sin ánimo de lucro y se basan en la realización el de “Incrementar la profesionalización de las industrias culturales y creativas y su capacidad para generar empleo potenciando la formación, la integración, la vertebración, las asociaciones sectoriales y las redes dentro del sector cultural, así como mejorar la igualdad de género en las Industrias Creativas y Culturales.”.

b. Tienda Aproha

La tienda de Aproha, que se puso en marcha en el año 2020, cuenta solamente con 4 artículos en su stock.

Para reactivar su uso, es necesario incluir productos nuevos, comenzando por todos los carteles del 1 de junio disponibles hasta la actualidad. También pueden encargarse nuevos diseños para productos de merchandising tales como nuevas camisetas, elementos de papelería (libretas, cuadernos, bolígrafos...), tazas, chapas, etc., estudiando en todo caso en primer lugar la viabilidad económica del diseño y producción de cada producto.

c. Socios patrocinadores

Los Estatutos de Aproha prevén en su artículo 25 la existencia de los socios patrocinadores, definiéndolos de la siguiente forma: “serán las personas, entidades, instituciones o asociaciones comprometidas con los fines de Aproha que aporten recursos de cualquier naturaleza para el desarrollo de las actividades de la Asociación.”.

Hasta el momento, Aproha no cuenta con ningún socio patrocinador. Aunque no debe ser una vía de financiación prioritaria, se propone:

- Exploración y recopilación de entidades que pudieran ser candidatas a formar parte de Aproha como socios patrocinadores.
- Junto a la Vocalía de Organización de Eventos y Gestión de Proyectos, propuesta y desarrollo de proyectos atractivos para presentar a dichas empresas.
- Estudio de posibles contraprestaciones en caso de que de llegue a una fase de negociación con dichas entidades.