



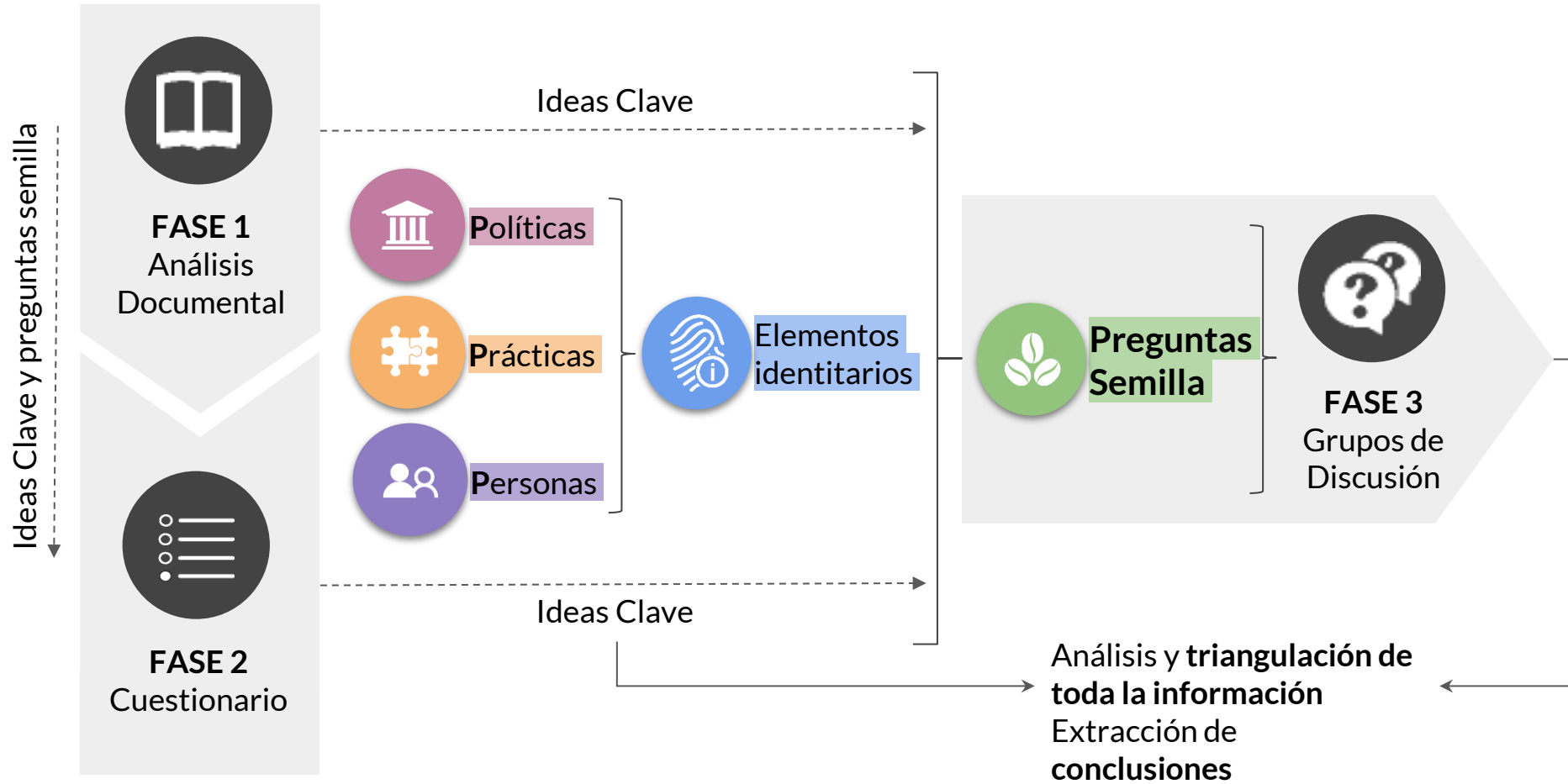
Investigación cualitativa

EL VALOR DEL TERCER SECTOR

Resultados: Cosecha Final



Mariana Ruiz de Lobera
Lorena Pajares Sánchez
Diciembre 2018





- **Valores** definidos y expresados : solidaridad, justicia social y bien común / bienestar colectivo (foco en los sectores más vulnerables)
- **Creación y acumulación de capital social y relacional**
- **Carácter social:** Enfoque de derechos y desarrollo social / Orientación a objetivos sociales
- **Provisión de «bienes relacionales»**, conexiones con comunidad y territorio; fortalecimiento de tejido social y participación ciudadana; Alianzas con otros agentes en relación a la misión.
- Búsqueda de coherencia entre los objetivos (propuesta social) y las prácticas.
- Búsqueda de integración con autonomía
- Fomento del sentimiento de pertenencia y de compromiso con la sociedad
- Transversalidad de las políticas



- La **participación** es un nudo crítico:
 - Cuidar los procesos participativos, asegurar siempre una devolución sobre resultados, extraer aprendizajes y generar nuevas iniciativas de forma colaborativa.
 - Falta de liderazgos participativos.
 - La participación abierta, directa, escasea tanto dentro de las organizaciones como en general en la sociedad.
- La provisión de servicios sólo adquiere valor cuando se une a determinados valores (vinculados a prácticas centradas en las personas y la defensa de derechos) y objetivos políticos (vinculados a la sensibilización y la transformación social).
- El valor añadido no está en una(s) práctica(s) concreta(s), sino en la unión de metodología con valores y objetivos de transformación.
- La capacidad de **capilarización del TS** es un valor añadido. “Lo público son venas y arterias pero el TS son capilares, llegamos a situaciones concretas y a otros lugares con más facilidad que otro sector”.
- Generar **espacios de confianza** para que las personas que están sufriendo vulneración de derechos, puedan recibir una asistencia pero a la vez se fortalezcan (no caer en el asistencialismo) y a la vez podamos escucharles en una relación horizontal y luego poder **ser portavoces de su voz. Concienciación y difusión**



- Nuestro valor en la atención es que sentimos empatía con las personas usuarias, nos identificamos con ellas.
- El valor añadido vinculado a las personas está en el **activismo**: Todas las personas de las organizaciones del TS deben concebirse como activistas, sean parte del voluntariado, equipo técnico, directivo, familiares, etc.
- Barreras: Juntas Directivas con unos líderes que no se renuevan. Necesidad de evolución y renovación de los equipos → Resistencias personales a modificar el statu quo.



- La misión más importante y con más dificultades ahora mismo es **promover la participación y el ejercicio democrático**. Tanto dentro de las organizaciones del TS como fuera en la sociedad.
- Necesitamos espacios de reunión para unirnos y sentirnos conectados y conectadas. Saber quiénes somos, qué queremos, tener claridad sobre el futuro que queremos construir → Co-crear la **visión colectiva** del TS
- La necesidad económica puede desvirtuar nuestra función.
- La **coordinación en plataformas, y el trabajo en red** es fundamental para tener voz propia como TS.

“El tema de la identidad es clave, porque no es solo para los de fuera, es para ser consciente de lo que eres y cómo eres. Uno de los puntos débiles del TS es crisis de identidad, no sabemos lo que somos, hemos trabajado mucho para parecernos a la empresa. También nos queremos parecer a lo público porque concertamos muchos servicios, al final la identidad queda muy mermada. Hay que proyectar una imagen y una identidad clara para poder sobrevivir y ser transformadores”.



Algunas ideas sostenidas a lo largo de todo el proceso...

El valor añadido del TSAS está en la **unión de tres tipos de funciones**: **provisión de servicios** con metodologías orientadas a las personas + **sensibilización**, generación de conciencia crítica y denuncia social + cohesión social, **participación ciudadana** y fortalecimiento democrático → Ninguna puede quedar desvinculada de la intención transformadora.

La **Creación de capital social** es un elemento clave para esto, basado en la formación y participación de personas **activistas**, más allá del voluntariado.

TS como “**Escuelas de Ciudadanía**”: aprendizajes intangibles centrados en los valores, los procesos y sus participantes.

No nos sabemos vender: No nos creemos nuestro valor y lo que hacemos bien. “Nos sentimos muy cutres y nos da vergüenza enseñarlo”.



...y otras ideas emergentes

Cada organización construye su discurso respecto a su visión y misión, pero hace falta construir colectivamente un **discurso común sobre la visión del TS**

Necesidad de profundizar en la reflexión en torno al **contexto actual y cómo afecta a la identidad del TS** → Si no, no podremos identificar el valor añadido

No es la estructura o la forma jurídica lo que define al TS ni su valor: hay un gran espectro, desde personas motivadas/apeladas por la realidad, a grandes estructuras no gubernamentales con gestión muy empresarial.

En la aproximación a la empresa se produce un doble juego de espejos:

Se copia o anhela la forma de organización de las empresas, bien estructuradas, con departamentos, buen marketing, pero en ese acercamiento se desdibuja el rostro específico del TS.

Cuando la empresa toma del TS fórmulas de gestión con valores, se perciben como competidoras en el “mercado de lo social”.



...y otras ideas emergentes

Lo que aporta valor es la **mirada**: desde qué mirada se trabaja, desde dónde, desde qué conciencia, Desde dónde se interviene, se participa y se reivindica → Hay que elaborar, definir esa mirada para que sea integral y transformadora.

Hemos vivido con mucho foco en buscar resultados tangibles (servicios, apoyos, plazas...) pero no habrá valor añadido sin generar capital social adecuado → foco en el proceso: crear convivencia, coherencia, diálogo, ciudadanía, proyectar valores. **Elementos intangibles** que no podemos perder de vista.

Los nuevos modelos y paradigmas sociales y personales añaden complejidad a la tarea del TS.
Los procesos puramente asistenciales son mucho más sencillos, pero el valor añadido está en abordar la **gestión de la complejidad**.

La interdependencia, entre el Estado y el Mercado sin perder el foco hacia una transformación por el bien común.

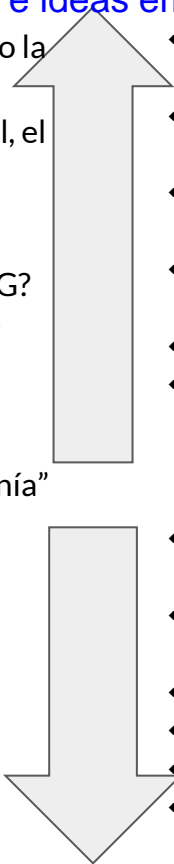


Aporta valor

- Dejar que nos lidere un propósito fuerte y compartido, no la búsqueda de resultados.
- Repensarnos en relación con el contexto histórico global, el mundo cada vez más complejo e incierto.
- Pasar del discurso de la independencia al de la interdependencia
- ¿El Emprendimiento social una fórmula Innovada de ONG?
- Regenerar toda una práctica y condiciones diferentes de trabajo que potencie resiliencia y creatividad
- Nuevos espacios genuinos de participación y acción
- Conexiones comunidad y territorio: Capilarización
- Formarnos en Participación. ONG “Escuelas de Ciudadanía”
- El valor está en los Intangibles: capital social y relacional

- IP y participación vinculada a la atención directa
- Promover valores, solidaridad
- Conocer la realidad de primera mano
- Personal con sensibilidad y compromiso
- Llegar donde otros no llegan

Discursos e ideas emergentes



Barreras y dificultades

- ❖ No hay claridad sobre: ¿Qué tenemos que soltar y qué tenemos que aprender para impulsarnos con sentido?
- ❖ Los nuevos modelos y paradigmas sociales y personales añaden complejidad a la tarea del TS
- ❖ Entre el Estado y el Mercado, ¿Quiénes somos y a quién nos tenemos que parecer?
- ❖ Nuevo activismo que funciona fuera de las organizaciones existentes
- ❖ ¿Quiénes son nuestros aliados?
- ❖ El voluntariado es característico pero sin conciencia crítica no aporta valor. Todas las personas de las organizaciones deben concebirse como activistas

- ❖ Falta coordinación entre organizaciones del TS, organizaciones 2º nivel, plataformas, trabajo en Red.
- ❖ Discursos cristalizados tipo: “el propósito del TS es llegar a desaparecer”
- ❖ Falta incorporar expertos que nos ayuden a “vendernos”
- ❖ Mejorar indicadores, evaluaciones
- ❖ Dependencia económica
- ❖ Las JD no se renuevan

Discursos e ideas más cristalizadas




Este trabajo de investigación concluye aportando unos frutos que se convierten a su vez en abono para un siguiente ciclo reflexivo necesario. *Grosso modo* podemos resumir este proceso en tres fases:

Partimos con la intención de extraer los elementos más característicos del Tercer Sector Social que aportan valor a la sociedad, para encontrar los pilares de su identidad y poder fortalecerlo. En el **análisis documental** recogemos claves y características concretas vinculadas con Prácticas, Personas y Funciones. Ninguna de ellas exclusivas, ni que puedan garantizar mayor efectividad.

El **cuestionario** nos devuelve una constatación de estas características pero también cómo muchos de los rasgos más característicos no son los que se considera que aportan más valor.

Una de las conclusiones claras: **El valor añadido del TSAS está en la unión de tres tipos de funciones: provisión de servicios con metodologías orientadas a las personas + sensibilización, generación de conciencia crítica y denuncia social + cohesión social, participación ciudadana y fortalecimiento democrático → Ninguna puede quedar desvinculada de la intención transformadora.**

En los **grupos de discusión**, profundizamos sobre algunas de las paradojas que nos llevan a la constatación de una necesidad grande de redefinición sobre las principales cuestiones identitarias del Tercer Sector: Quiénes somos, en qué mundo estamos, y a dónde queremos ir? concluimos con un análisis de los discursos que hemos encontrado, en relación a discursos más cristalizados / discursos más emergentes. Y la constatación de una necesidad: seguir construyendo una visión colectiva del Tercer Sector, donde quepa la diversidad de puntos de vista que nos permita más que nunca ser agentes de transformación en este tiempo de cambio constante e incierto.



Diciembre 2018

Mariana Ruiz de Lobera

marianaruizdelobera@gmail.com

Tel. +34 686 927 119

Lorena Pajares Sánchez

lorena.pajares@gmail.com

Tel. +34 678 458 900