

Incidència i compromís social

Un dels grans reptes de Pere Claver Grup per als propers anys és augmentar la seva **incidència pública**, el **reconeixement social**, el **posicionament** i la **notorietat de la marca**, alhora que enforteix el compromís amb l'entorn i fomenta la implicació de la societat (inclosa la captació de fons). En aquest sentit, el principi de “*saber fer i fer saber*” resumeix bé l'esperit que ha d'orientar l'estratègia: ser capaços de generar impacte real i, al mateix temps, fer-lo visible davant la societat.

Per avançar en aquest objectiu, ja s'ha posat en marxa una estratègia de **Compromís Social (Public Engagement)**, que es concreta en el concepte “**Amics de Pere Claver Grup**”. Aquest concepte engloba totes les persones i organitzacions que, de manera altruista, es vinculen a l'entitat: voluntariat, donants particulars, entitats col·laboradores, antics treballadors, entre d'altres.

El següent pas és definir **propostes de valor específiques** que incentivin una participació continuada de cada col·lectiu estratègic i grup d'interès relacionat amb l'organització.

El veritable repte és establir un **marc estructurat i un model operatiu clar** de relacions, que incorpori tant aquestes propostes de valor com **espais formals de co-creació**. L'objectiu és consolidar un ecosistema col·laboratiu que integri entitats, voluntariat, famílies, administracions públiques, responsables polítics, empreses i qualsevol altre grup d'interès. Això implica també assegurar una presència activa i constant en federacions i associacions professionals, així com en jornades i congressos de referència on l'organització pugui presentar experiències, resultats i publicacions pròpies. A més, aquesta presència ha de projectar-se més enllà de l'àmbit català, amb una vocació clara d'incidència i intercanvi també a escala estatal i europea, consolidant la posició de Pere Claver Grup en un marc ampli i compartit de coneixement i influència.

Finalment, aquesta nova estratègia ha de permetre que Pere Claver Grup esdevingui una **veu referent** davant l'administració i dins del sector, consolidant així el seu lideratge i la seva capacitat d'influència en les polítiques i temes estratègics del seu àmbit d'actuació.

Preguntes per començar a pensar abans de la trobada:

- Quins són els col·lectius prioritaris amb qui establir aliances? Veïnatge, empreses, particulars i administracions públiques?
- Quins són els principals canals a través dels quals ens hi hauríem d'acostar a aquest col·lectius? (ex: participació en fires i actes locals / de barri, enfortir la presència

Incidència i compromís social

online, campanyes publicitàries, presència a mitjans de comunicació, assistència a actes públics...) online, campanyes publicitàries, presència a mitjans de comunicació, assistència a actes públics...)

- Valorem la necessitat/importància de formar part tant de plataformes en les que ja hi som presents (La Unió, Dincat, ECAS, Coordinadora Catalana de Fundacions, BCN Salut Mental...) com d'altres en les que no. A quines associacions o federacions ha de ser-hi present Pere Claver Grup, i quin rol ha de jugar en cadascuna? Només ser-ne membre? Formar part de les seves Junes?
- Com podem fer per estar més presents en la presa decisió pública? Ex: Taules sectorials de Salut Mental, de QualityRights...
- Quin rol ha de jugar el Comitè de Direcció en aquesta estratègia? I el Patronat?
- Cal modificar l'estructura de Serveis de Suport per donar resposta a aquest repte? Ja s'ha incorporat el Voluntariat i s'ha integrat Captació de Fons dins del departament de Comunicació per donar més solidesa i coherència a l'estratègia. Creus que ca fer alguna acció més? Que necessitem incorporar algun nou perfil?