

## EL MARKETING NO LUCRATIVO DE LA FEDERACIÓN ANDALUCÍA ACOGE

**Paloma Cañadas Soriano** (*Universidad de Granada, España*)

**Albert Rafanell Camps**  
**Elisa Almenzar Ramírez**  
**Laura Barranco Gómez**  
**Márcio do Amor Divino Costa**  
**Pilar Joya Parejo**

### **Resumen:**

El trabajo se centra en la Federación Andalucía Acoge, una institución que desde el año 1991 trabaja exclusivamente para la inclusión social de los inmigrantes en la sociedad andaluza. El objetivo de las acciones llevadas a cabo por dicha organización es promover la interculturalidad y la justicia social para los mismos. Para lograr este propósito esta organización no lucrativa desarrolla una gran variedad de acciones y programas a los que da difusión principalmente a través de su web y que lleva a cabo en sus distintas sedes. Su principal fuente de financiación son subvenciones públicas pero también las contribuciones de empresas y particulares. Para su funcionamiento es imprescindible el voluntariado social.

### **Abstract:**

The work focuses on the Andalusia Acoge Federation, an institution since 1991, working exclusively for the social inclusion of immigrants in the Andalusian society. The aim of the activities carried out by this organization is to promote multiculturalism and social justice for them. To achieve this purpose, this non-profit organization develops a variety of activities and programs, which gives spread primarily through its website and holding in its different locations. Its main source of funding is public funding, but also the contributions of businesses and individuals. To function is essential to social volunteering.

## 1. Introducción

A partir de los años 90 España asistió a un importante flujo migratorio motivado principalmente por el desarrollo económico español y en parte también por la inestabilidad social y política de los países de origen inmigrantes. El dinamismo económico de España impulsó mayor necesidad de mano de obra orientada fundamentalmente a los sectores como la agricultura, la construcción y los servicios domésticos, donde los inmigrantes en muchos casos soportaban bajos salarios, condiciones precarias e incluso violación de derechos humanos.

El cambio de las condiciones económicas a partir del año 2008 también ha golpeado especialmente a los extranjeros. Las tendencias de fondo de la participación de la inmigración en el mercado de trabajo español, en especial la segregación ocupacional y la especialización por género, se mantienen y refuerzan en tiempos de crisis. Adicionalmente, las oportunidades en las ocupaciones de menor cualificación parecen seguir existiendo especialmente para la población extranjera (Carrasco y García, 2012).

La federación Andalucía Acoge fue fundada en el año de 1991 con el objetivo principal de promocionar la interculturalidad y favorecer la integración de los inmigrantes en la sociedad de acogida, siendo una de las instituciones pioneras en el trabajo con inmigrantes en el estado español. Lo más destacado en la visión de ésta organización es que apuesta por un modelo de trabajo orientado hacia una sociedad diversa, que pretende favorecer la inclusión, la no discriminación, la equidad de oportunidades y la busca de interés común.

Los servicios de la Federación Andalucía Acoge están presentes en todo el territorio andaluz y melillense y son prestados por nueve asociaciones que se integran en la misma. Su misión está basada en la interculturalidad, la justicia social, la incidencia política, la reivindicación de derechos, la propuesta ideológica, la sensibilización y la participación social. Los valores que integra su actuación son la asunción de la igualdad en el acceso a derechos y deberes por parte de todas las personas y el compromiso y militancia como modelo de construcción y transformación social.

Desde el principio sus acciones se centraron en el trabajo directo con los inmigrantes. Luego, y debido al conocimiento de la realidad de este colectivo que surgía del trabajo diario, se integraron las actuaciones de denuncia y de sensibilización, la cuales vertebran gran parte de su actividad actual.

Los principales servicios que llevan a cabo dicha organización están fundamentados en la acción social con servicios de acogida, empleo, psicosocial, jurídico, mediación social, prisiones, sanitario, vivienda/alojamiento y recursos específicos. Y con base en la ciudadanía intercultural podemos citar acciones como la intervención socioeducativa, comunicaciones, formación externa y actividades de participación. Estas acciones se detallan más adelante. En los últimos años la Federación ha experimentado un crecimiento importante, tanto en personas atendidas como en proyectos desarrollados.

## 2. Desarrollo del caso

### El funcionamiento y las acciones de Andalucía Acoge

Tomando como base la clasificación de las organizaciones no empresariales propuesta por MESTRE (2012) y atendiendo a su finalidad, la Federación Andalucía Acoge se categoriza dentro de las organizaciones que prestan servicios de defensa, seguridad, justicia, sanidad, enseñanza, cultura, beneficencia, transporte y comunicaciones. Las principales acciones que desarrolla Andalucía Acoge confirmarían las características de una organización no lucrativa y social.

La mayoría de los servicios de la Fundación se prestan personalmente a los interesados en sus 21 sedes localizadas en puntos clave de la geografía andaluza. En los servicios de carácter personal, en ningún caso media precio o contraprestación alguna a realizar por el inmigrante a quienes se prestan dichos servicios. Su actividad se presta en gran parte gracias al trabajo del voluntariado que actualmente es de unas cuatrocientas personas. Además hay unas setenta personas contratadas. Juntas vienen atendiendo una media de unas 26.000 personas al año.

**Tabla 1.** Servicios de Fomento de la ciudadanía.

Área de trabajo	Servicio	Objetivo principal
<b>Fomento de la ciudadanía</b>	Incidencia	Garantizar el acceso a los derechos y deberes de las personas inmigrantes a través de la sensibilización y la movilización social para conseguir que la demanda de cambio llegue directamente desde los ciudadanos hasta los políticos.
	Mujer	Proyectos dirigidos a trabajar específicamente con mujeres migrantes dado al rápido crecimiento de su participación en la sociedad.
	Intervención socioeducativa	Impulsar procesos participativos, diseñar estrategias para trabajar la convivencia, coordinar y crear redes entre instituciones y organizaciones de trabajo vinculadas al ámbito socio educativo, y promover acciones de cara a las transformaciones de las estructuras educativas.
	Formación	Ofrecer formación para el voluntariado con el objetivo de que estos estén preparados para atender a los inmigrantes. Estos también reciben cursos, como el idioma castellano, con el fin de sentirse integrados en la sociedad.
	Voluntariado	Prestar servicio con el objetivo de mejorar las condiciones sociales de los inmigrantes.
	Comunicación	Transmitir un mensaje claro sobre el trabajo realizado, y tratar que los medios de comunicación ofrezcan mensajes que procedan del contacto directo con la realidad.

Fuente: Elaboración propia en base a la web [www.acoge.org], a fecha 20/11/13

**Tabla 2.** Servicios de Acción Social.

	Servicio	Objetivo principal
<b>Acción Social</b>	Acogida	Recibir a la persona inmigrante con la intención de analizar sus demandas. Se le informa sobre los recursos sociales existentes, internos en la asociación y externos a ella. Trabaja desde intervenciones más específicas aunque puntuales y por ámbitos.

Empleo	Insertar al inmigrante en el mercado laboral a través del banco de datos por medio de oportunidades de empleo ofrecidas por empresas registradas en esa organización.
Jurídico	Orientar decididamente a las personas inmigrantes, procurando la regularización de su situación administrativa y la defensa y reivindicación de sus derechos, garantías y libertades.
Mediación social	Ofrecer una gama de cursos formativos a voluntarios, contratados y entidades como herramienta de intervención en el ámbito de las inmigraciones.
Prisiones	Facilitar la integración de las personas de origen extranjero privadas de libertad, atendiendo aquellas necesidades que no quedan cubiertas desde la propia institución penitenciaria.
CIE	Buscar promover el bienestar de los inmigrantes en los Centros de Internamiento de Extranjeros.
CETI	De la misma manera que el CIE, trabaja con el objetivo garantizar el bienestar de los inmigrantes en los Centros de Estancia Temporal de Inmigrantes.
Sanitario	Informar sobre los recursos socio-sanitarios existentes en la comunidad andaluza y orientar para la obtención del mismo.
Vivienda alojamiento	Orientar sobre los derechos y obligaciones que hay que llevar a cabo al alquilar una vivienda haciendo mediación entre la parte propietaria y arrendataria en caso de necesidad.
Trata	Disminuir la vulnerabilidad de índole social, económica, política, cultural que sufren las mujeres que se encuentran en un contexto de prostitución y específicamente de aquellas que son víctimas de trata.

Fuente: Elaboración propia en base a la web [[www.acoge.org](http://www.acoge.org)], a fecha 20/11/13

La organización tiene además un fuerte compromiso con la calidad de sus servicios apostando por la mejora continua e innovación para, como citan expresamente en su web: “lograr la satisfacción de necesidades y expectativas de nuestros usuarios y grupos de interés, con la finalidad de conseguir el grado

de satisfacción esperado por los mismos”. Además ha desarrollado programas para conseguirlo y para apoyar su actuación con la certificación correspondiente (en concreto el Certificado EFQM<sup>1</sup>).

**Figura 1.** Localización de la organización Andalucía Acoge



Fuente: [www.acoge.org], a fecha 20/11/13

### Financiación y proyectos

Como ya sabemos Andalucía Acoge se trata de una empresa no lucrativa que no obtiene beneficio económico por ofrecer sus servicios, sino un beneficio social. Pero como toda empresa, ésta también necesita financiarse para desarrollar y ofrecer estos servicios. Para ello cuenta con la ayuda de la Unión Europea y de la Administración central y autonómica. A nivel Europeo sus actividades cuentan con el apoyo del Programa de Aprendizaje Permanente y del Fondo Europeo para la Integración. A nivel central, con el apoyo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (a través de la Secretaría General de Inmigración y Emigración) y del Ministerio de Sanidad, Asuntos Sociales e Igualdad. Y a nivel autonómico cuenta con el apoyo de de las Consejerías de Justicia e Interior y de Educación, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, acogiéndose a subvenciones para programas destinados a la inserción y la promoción social de personas inmigrantes en Andalucía.

También la organización se acoge al mecenazgo de empresas privadas. Estas pueden obtener una reputación social positiva por empatizar con organizaciones como Andalucía Acoge y con la situación real de los inmigrantes. Actualmente la Federación recibe prestaciones únicamente de la La Caixa, mediante el programa “Obra Social La Caixa” que tiene entre sus cometidos el desarrollo de proyectos de acción social y de fomento de la convivencia ciudadana intercultural.

Conviene destacar que el apoyo de los organismos públicos o privados se obtiene para programas concretos que desarrolla la Federación Andalucía Acoge. A continuación citamos algunos de estos programas y el origen de su financiación para el año 2013:

- Programas para la integración de los inmigrantes: por ejemplo el GLOBALEMPLEA, destinado a la inserción y promoción sociolaboral de los inmigrantes (subvencionado por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social).
- Programas como la VIVIENDA, destinado a facilitar el acceso a la vivienda y el alojamiento (subvencionados por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad).
- Programas como el PREVEN-AB, destinado a la prevención del absentismo escolar del alumnado inmigrante (subvencionados por la Junta de Andalucía).
- Proyectos como el de “Tejiendo Espacios de Encuentro en el barrio” (financiado por “La Caixa”).

<sup>1</sup>El esquema de reconocimiento a la excelencia europea ha sido creado para distinguir a aquellas organizaciones que siguen una estrategia orientada hacia la Excelencia y que han logrado alcanzar los objetivos marcados. Este sistema aporta: Prestigio y confianza frente a la Sociedad y el reconocimiento europeo de la European Foundation for Quality Management (EFQM). [http://www.aenor.es, a 22/11/13]

Por otra parte, como otras organizaciones sin fines de lucro, busca el apoyo de particulares que pueden realizar sus contribuciones a la Federación. En la página web de dicha organización se puede encontrar un espacio específico para realizar donaciones de forma voluntaria.

Además de la financiación otro factor muy importante para el desarrollo de la actividad de Andalucía Acoge es el capital humano. Así otra forma de colaborar con la organización y contribuir a su actividad es a través del voluntariado y la militancia social, que son piezas clave de su actuación. El 75% de la Federación está realizada por personas que de manera altruista dedican su tiempo, su conocimiento y su esfuerzo a trabajar por construir una sociedad intercultural.

## Comunicación

Andalucía Acoge recurre a varios instrumentos para comunicarse con sus públicos. Uno de ellos es su página web, además de redes sociales como twitter y facebook, y del programa de vídeos y música más conocido internacionalmente: youtube.

Realmente la organización ha apostado de forma muy fuerte por las TIC. Como ellos mismos detallan en su memoria para el 2011. Su número de seguidores de facebook a esa fecha era de un millar.

Además difunden noticias a través de su Boletín Semanal que se envía a unos 3.000 suscriptores aunque la cifra crece día a día.

Figura 2. Pagina web de Andalucía Acoge



Fuente: [www.acoge.org], a fecha 20/11/13

Otro de los recursos que emplea para darse a conocer es a través de la realización de campañas con el fin de sensibilizar y denunciar los aspectos en los que las personas inmigrantes puedan notar cualquier tipo de discriminación.

Algunas de las campañas realizadas actualmente son:

- Empleada, ni sirvienta, ni criada: tiene el objetivo de eliminar todas las discriminaciones en el mercado laboral por razón de sexo, etnia, nacionalidad o religión mediante actos de información, sensibilización y denuncia, talleres...

- Aquí vivo, aquí voto: trata de posibilitar a los residentes extranjeros en España que puedan votar y presentarse como candidatos en las elecciones.

Por último, cabría citar la forma que tienen de darse a conocer indirectamente que es mediante el boca a boca, es decir, las personas que ya conocen y han recibido los servicios ofrecidos por la organización hablan con los demás inmigrantes que se encuentran en la misma situación y les transmiten información

de la organización, de cómo acceder a sus servicios y su percepción individual desde sus distintos puntos de vista.

### 3. Preguntas/cuestiones para la discusión

Cuestión 1. ¿Qué tipo de organización es? ¿Cuáles es su misión? ¿Las acciones de Andalucía Acoge se inscriben dentro del Marketing Social o con Causa?

Andalucía Acoge es un tipo de organización que intenta llevar a la práctica, de manera organizada, una idea de solidaridad y de justicia universal. Es una asociación formada por mini-asociaciones distribuidas por toda la Comunidad Andaluza. El objetivo-misión general de dicha organización es favorecer la integración cívica de los inmigrantes en la sociedad de acogida, entendida ésta como un proceso de garantía de acceso y disfrute de derechos fundamentales, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales. De esa manera podemos afirmar que el objetivo de esta organización es utilizar un marketing social en el que la preocupación central está basada en el bien común a largo plazo de los inmigrantes.

Según uno de los grandes pensadores del marketing social BLOMM (1995), el marketing social o con causa es una iniciativa en la cual el personal de marketing trabaja con devoción y esfuerzo con el fin de persuadir a la persona de que adopte un comportamiento en beneficio propio y de la sociedad. Por lo tanto, según la definición utilizada por este autor, Andalucía Acoge sería un claro ejemplo de corporación social ya que los ayudas financieras de parte pública y por voluntarios no poseen un fin lucrativo si no el auxilio a la integración social de los inmigrantes en ésta sociedad.

Cuestión 2. ¿Cuál es el mercado meta y cuál es la demanda social de Andalucía Acoge?

Esta pregunta es la que se debe plantear cualquier empresa o asociación antes de poner en práctica su programa de marketing ya que resulta esencial para introducirnos y posicionarnos en una determinada posición. Según PÉREZ ROMERO (2004), la principal tarea del marketing social es identificar la necesidad social, perfilar y segmentar la demanda social y definir el perfil y el comportamiento de la población objetivo o mercado meta. Así, ha quedado claro que el mercado meta de Andalucía Acoge son las personas inmigrantes, al margen de su edad, género, condición social, cultural o religiosa, que necesiten integrarse o reintegrarse en nuestra sociedad facilitando su acceso a los servicios, promoviendo asociaciones, dando a conocer a la opinión pública la situación de la inmigración. Por tanto, la demanda social de Andalucía Acoge consiste en favorecer la integración de los inmigrantes en la sociedad de acogida y la promoción de la interculturalidad.

Cuestión 3. ¿Cuál es el valor entregado por dicha organización?

El valor que entrega esta empresa es intangible e incalculable, aunque existente. Se entrega valor a los inmigrantes que acuden a la organización, a los voluntarios que participan en la misma, a las empresas privadas que la financian, a la administración pública, y a la sociedad en general. Según KOTLER y ROBERTO (1992), los voluntarios participan en este tipo de organizaciones debido a un interés personal y una necesidad que satisfacen a través de la campaña social, una creencia de que una campaña social beneficiará a la sociedad y sus deseos de ayudar a otras personas y la satisfacción que obtienes con ello. Así pues, los voluntarios, debido a las razones expuestas, obtienen un valor al participar en la organización.

Cuestión 4. ¿Está bien definida la actuación de marketing de la Fundación? ¿Realizaría alguna sugerencia?

Aunque en la web no hemos encontrado que en su estructura existe un área de Marketing sí que encontramos una orientación al marketing en su actuación. Se guían por una filosofía de orientación a su público objetivo (los inmigrantes) y sus necesidades. Y definen bien su producto (sus servicios), que intentan mejorar y aportar con calidad, su distribución es adecuada (a través de la correcta localización de sus sedes) y su comunicación, con una fuerte integración de las TIC también. Tal vez serían deseables otras actuaciones para captar a sus otros públicos (empresas o particulares que aportan financiación).

### 4. Conclusiones

Hemos escogido La Federación Andalucía Acoge por nuestra consciencia de la problemática de la inmigración en España y, en particular, por el trabajo de uno de los autores de este texto como voluntario

en la misma. Son muchas las personas que vienen a nuestro país en busca de un cambio de vida o de una nueva experiencia y el saber que hay una organización en Granada que les promueve un acercamiento hacia sus objetivos es de suma importancia. Todos podemos solidarizarnos con las personas que no tienen la vida tan fácil por diferentes circunstancias; el idioma, busca de empleo, integración social y cultural, etc.

Andalucía Acoge además ser una organización que busca construir una sociedad responsable, es una empresa sin ánimo de lucro que tiene como objetivo principal la búsqueda del interés común cuanto a la inserción de los inmigrantes en la sociedad. Para PEREZ ROMERO (2004) las organizaciones no lucrativas hacen a un lado la generación de ingresos económicos y se concentran en el impacto social y en la mejora de las condiciones de vida de la comunidad. Así, hemos podido verificar que las acciones realizadas por dicha organización persiguen la búsqueda de la equidad como argumento para la construcción de un nuevo modelo de sociedad.

Esta organización busca la creación de valor no tan solo para la sociedad y los inmigrantes, sino también para los que participan como voluntarios y aportan financiación a la organización. En este último caso, las organizaciones que aportan esta financiación van más allá del mecenazgo o las buenas obras, lo que realmente buscan es dar una imagen de responsabilidad social a sus consumidores, obteniendo así un valor para ellas que muy difícilmente obtendrían de otra forma.

Cabría destacar la excelente labor que realizan todos los voluntarios de Andalucía Acoge, que a pesar de no recibir ninguna compensación económica, se esfuerzan en la medida de lo posible por lograr la aceptación de todas las personas inmigrantes como miembros propios de nuestra sociedad, eliminando cualquier elemento que pueda dar lugar a discriminaciones, rechazos... con una única recompensa emocional pero que merece la pena. Este tipo de asociaciones son poco conocida y por ello, poco valoradas por la sociedad, a pesar de la ingente labor realizada. Por ello una propuesta para mejorar su efectividad es darse más a conocer. Además de la revista electrónica que ésta posee, podría realizar más campañas de publicidad y mostrar su labor a los medios de comunicación de masas que, según KOTLER y ROBERTO (1992), son los canales primarios para el marketing y la distribución de productos sociales intangibles.

### *Agradecimientos*

El proyecto que se presenta en esta comunicación supone la continuación de un trabajo previo realizado durante el curso 2010-2011 y que fue galardonado con el Premio Proyecto de Mejora Educativa de la Universitat Jaume I en el año 2013

### **Referencias**

- Gary, A. (2011) Introducción al marketing. 3ª ed. Pearson Education, S.A. Madrid, pp 401.
- Mestre, M.S. (2012) Marketing: concepto y estrategias. 6º ed. Ediciones Pirámide. Grupo Anaya. Madrid, pp. 913.
- Kotler, P. y Roberto E.L. (1992) Marketing Social: estrategia para cambiar la conducta pública. 1ª ed. Ediciones Diaz de Santos S.A.. Madrid. pp 208,214.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008) Principios de Marketing. 12º ed. Pearson Educación. Madrid, pp 732-733.
- Pérez Romero, L.A. (2004) Marketing Social: teoría y práctica. Pearson Educación. México, pp 10 y 108.
- Webgrafía:
- Andalucía Acoge (2013): página web oficial de la Federación Andalucía Acoge [http://www.acoge.org/index.php/es/]. Consultada a fecha 17/10/2013.
- Aenor (2013): página web oficial de la Asociación Española de Normalización y Certificación [http://aenor.es]. Consultada a fecha 22/11/13.
- Carrasco Carpio, C. y García Serrano, C. (2012): Inmigración y Mercado de trabajo. Informe 2011. Ministerio de Empleo y Seguridad Social. [http://extranjeros.empleo.gob.es/es/ObservatorioPermanenteInmigracion/Publicaciones/archivos/OPI\_28\_Inmigracion\_y\_Mercado\_de\_trabajo-Informe2011.pdf]. Consultada a fecha 22/11/13.