

Antoni Bruel i Carreras
Coordinador General de Cruz Roja Española

TENDENCIAS DE CAMBIO ESTRATÉGICO EN EL TERCER SECTOR SOCIAL

El Tercer Sector Social se ha venido reconfigurando en repetidas ocasiones durante los últimos años. Primero para constituirse como un actor preponderante y diferenciado en el propio Tercer Sector, más tarde para lograr ser considerado por las administraciones públicas como un referente en la acción social, después para alcanzar un impacto relevante en las intervenciones que se desarrollan a través de las entradas que lo componen, posteriormente para abordar la profesionalización y en los últimos años incorporando metodologías de gestión que lo hicieran competitivo.

A ello se han sumado asimismo los retos de la transparencia, calidad, integridad y todo aquello que denominamos Buen Gobierno.

Ahora estamos en un momento clave donde hay que demostrar el valor añadido que ofrece el propio sector frente a otras alternativas para el desarrollo de los servicios que están a disposición de los ciudadanos y de las administraciones públicas, en un contexto donde el llamado Cuarto Pilar; Ley de la Autonomía Personal o comúnmente llamada de la Dependencia, cerrará el círculo de lo que serán a medio y largo plazo las coberturas sanitarias, educativas, y de pensiones en nuestro país.

Las alternativas que hoy se nos plantean son varias:

- Actuar exclusivamente bajo el paraguas de los sistemas de salud y de la atención a las personas dependientes prestando servicios relacionados.
- Buscar nuevos espacios en la atención a colectivos desfavorecidos.
- Priorizar la prestación de servicios a la creación de redes sociales o viceversa incluso intentar hacer las dos cosas.

Todo ello sin dejar de tener en cuenta un nuevo marco regulador dentro de la Unión Europea que pondrá en riesgo espacios que hasta la fecha habían sido considerados del Tercer Sector Social.

Las entidades tendremos que optar por un formato más y más asociativo donde el factor diferenciador será la capacidad de movilización de voluntariado, y la creación de redes sociales que aporten valor añadido y proximidad a lo que realicemos o crear respuestas muy especializadas que nos hagan atractivos a los intereses de las administraciones públicas.

La tentación es querer hacer las dos cosas al mismo tiempo, pero la experiencia adquirida en todos estos años nos quita la razón y nos hace intuir que habrá que optar por una u otra vía.

Las dos opciones serán válidas para un tercer sector social que quiera alcanzar una preponderancia significativa en este nuevo contexto.

No hay que creer que la crisis económica que sufrimos haga que de repente se consiga que el tercer sector social logre un espacio mucho mayor. Si ello sucediera bienvenido, pero todo hace pensar que, como de costumbre, el crecimiento y el nuevo posicionamiento deberían surgir de las propias entidades.