



Introducción a una estrategia de membresía

Paolo Salvai

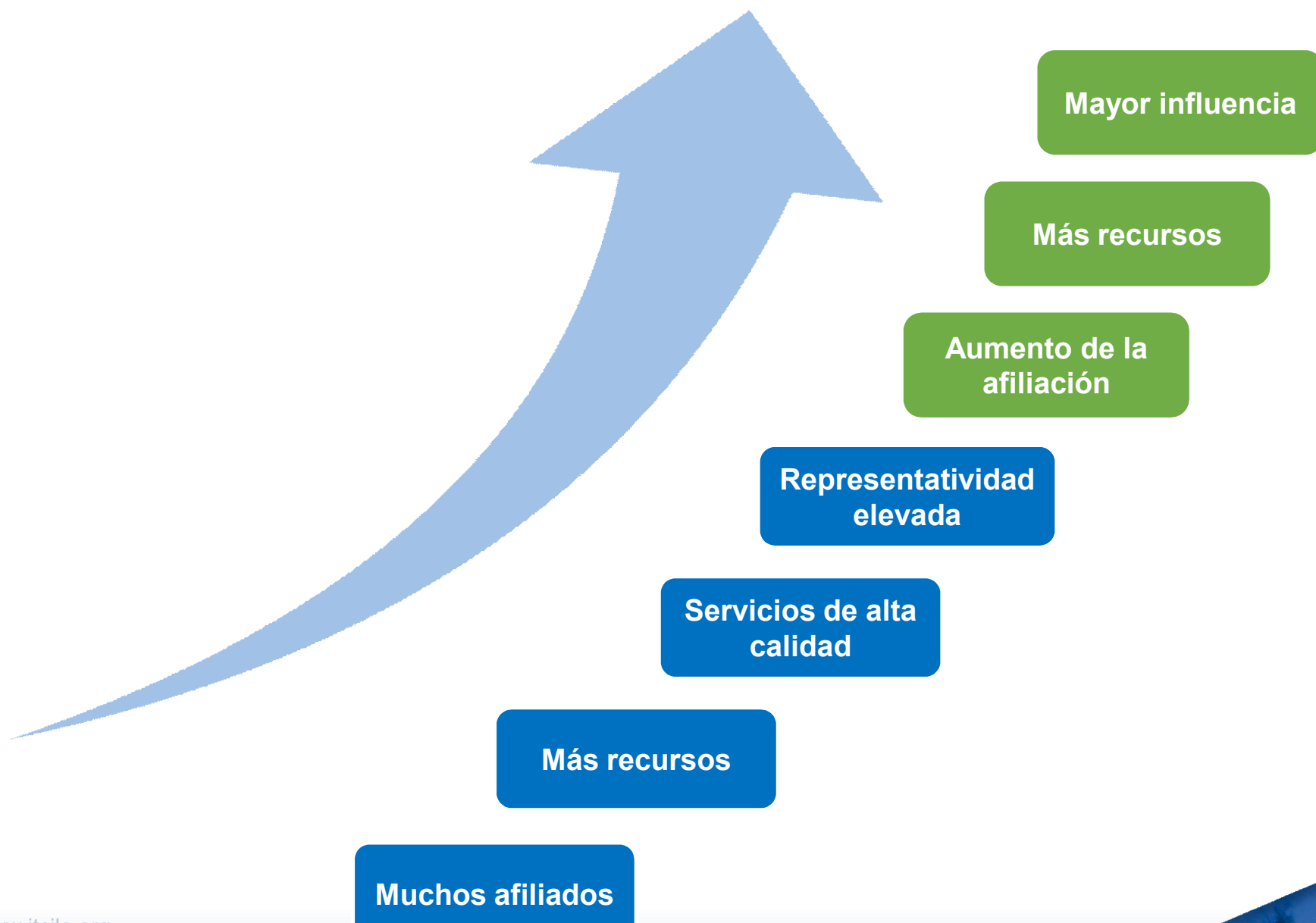
¿Por qué es tan importante?

**Ingresos – Recursos
financieros**

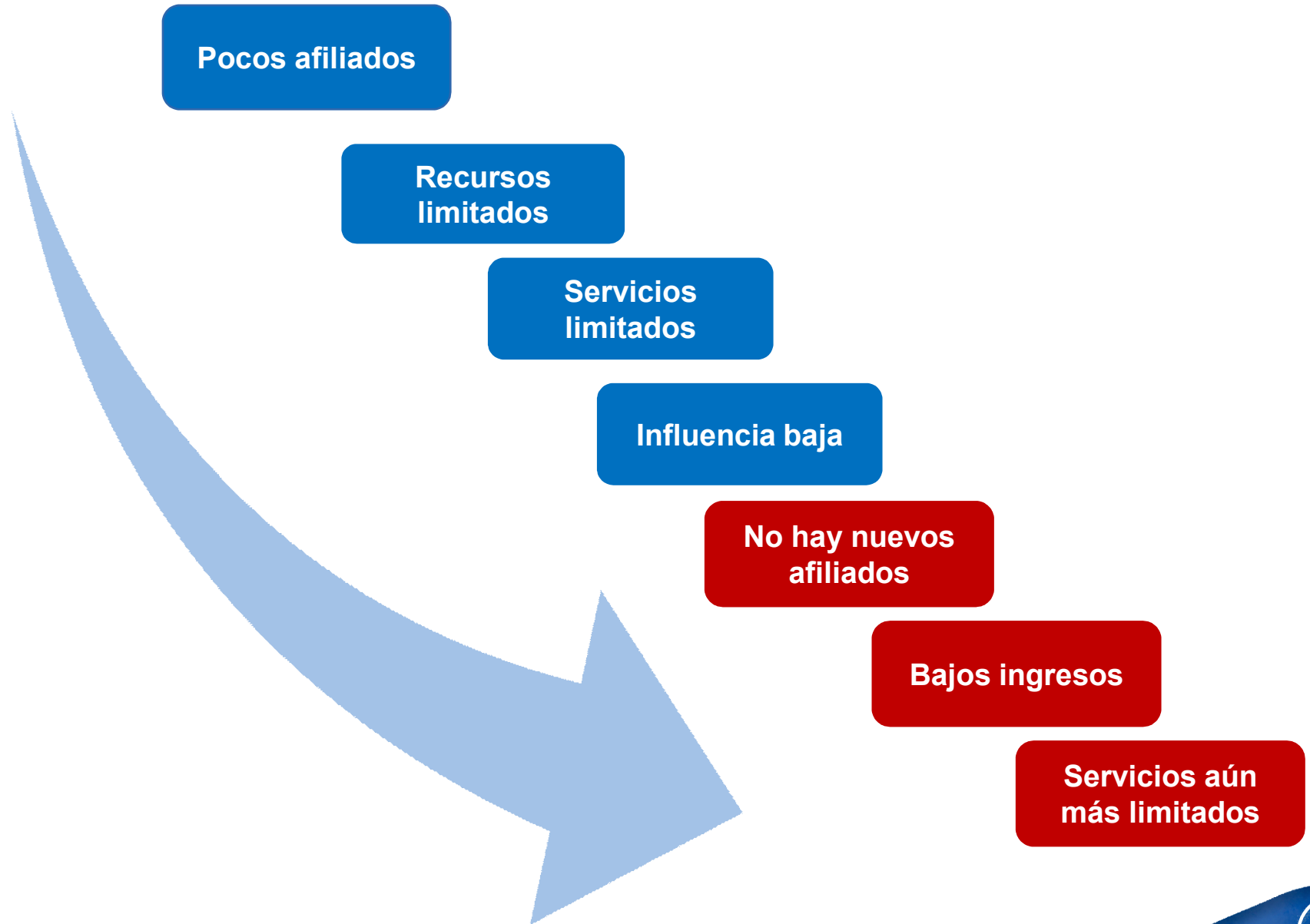
**Representatividad -
Influencia**



El desafío de la membresía



El desafío de la membresía



Reacciones de las OEs

Dos reacciones:

1) Reacción instintiva



Necesitamos más comunicación, un paquete de afiliación, lanzar nuevos servicios...

Muchos esfuerzos, pero no siempre eficientes ni efectivos (costes y esfuerzos NO maximizados) ni coherentes (NO hay estrategia)

Reacciones de las OEs

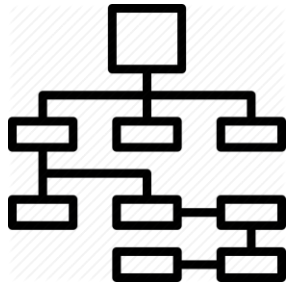
Dos reacciones:

2) Reacción profesional



La membresía es una cuestión compleja que necesita planificación, un enfoque integral, una clara estrategia, y herramientas de apoyo

Conceptos importantes



**Relacion entre
OE y afiliados**

**Membresia
directa o
indirecta**

**Quien puede ser
miembro**

¿Quiénes son los afiliados a la OE?

Clientes

Usuarios de
servicios

Patrocinadores

Propietarios

Tomadores de
decisiones

Deudores

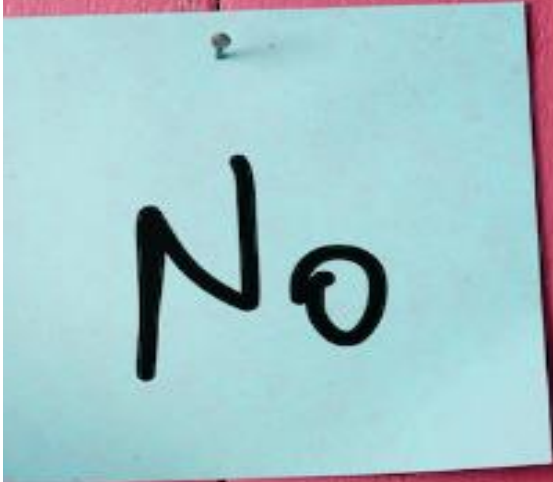
Una mezcla de todos ellos: una relacion particular - la OE es un «negocio» extraño

¿Quién puede ser miembro?



Yes

- Asociaciones empresariales
- Empresas privadas
- Empresas paraestatales o públicas?
- Empresas informales?
- ONG?
- Embajadas?
- Trabajadores autonomos /freelance?



No

Membresia directa o indirecta

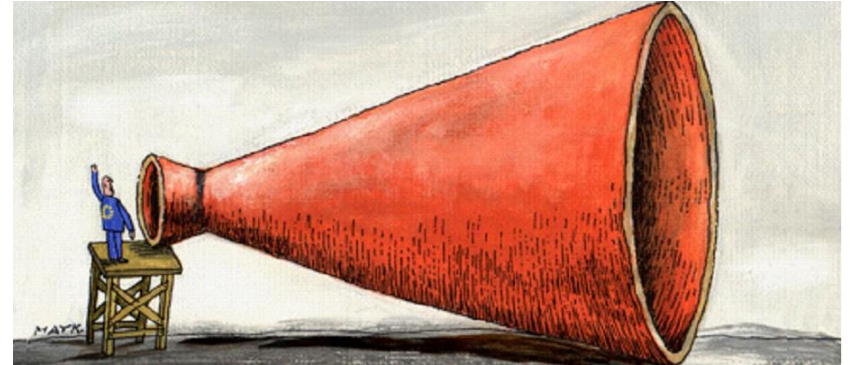


Ahora exploremos los tres desafíos más importantes en sus organizaciones...

- Dividiremos la sala en breakout rooms.
- En cada breakout room, los participantes deberán conversar y compartir con el resto los tres desafíos más importantes en materia de membresía en sus organizaciones.
- Deberán llegar a un acuerdo de cuáles son las **TOP TRES**.
- Cada grupo deberá designar a un vocero para compartir la información con el resto del grupo.

Objetivos claves de una estrategia de desarrollo de la membresía

Ganar representatividad



Aumentar recursos financieros



Pilares de estrategia de membresía

Objetivos claves:

Más Representatividad y Más Recursos financieros

Cómo?

Mejorar la
retención de
afiliados

Atraer nuevos
afiliados

Garantizar el
compromiso de
los miembros

Factores habilitadores: involucramiento
de la Junta directiva, Preparación del
Secretariado y Sistemas de TI

¿Qué significa representatividad?

¿Cómo la medimos? Línea de base - KPI

1. N ° de miembros

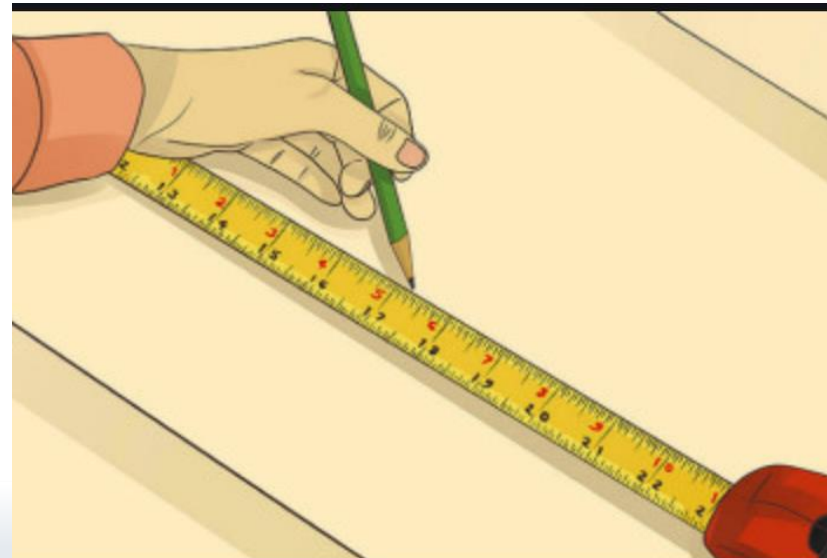
Numero absoluto o en % de numero de empresas privadas registradas

2. N ° de trabajadores empleados por sus miembros directos e indirectos

Numero absoluto o en % de numero de numero de trabajadores formales empleados por el sector privado

3. Valor agregado generado por sus miembros directos e indirectos

Valor absoluto o en % del PIB



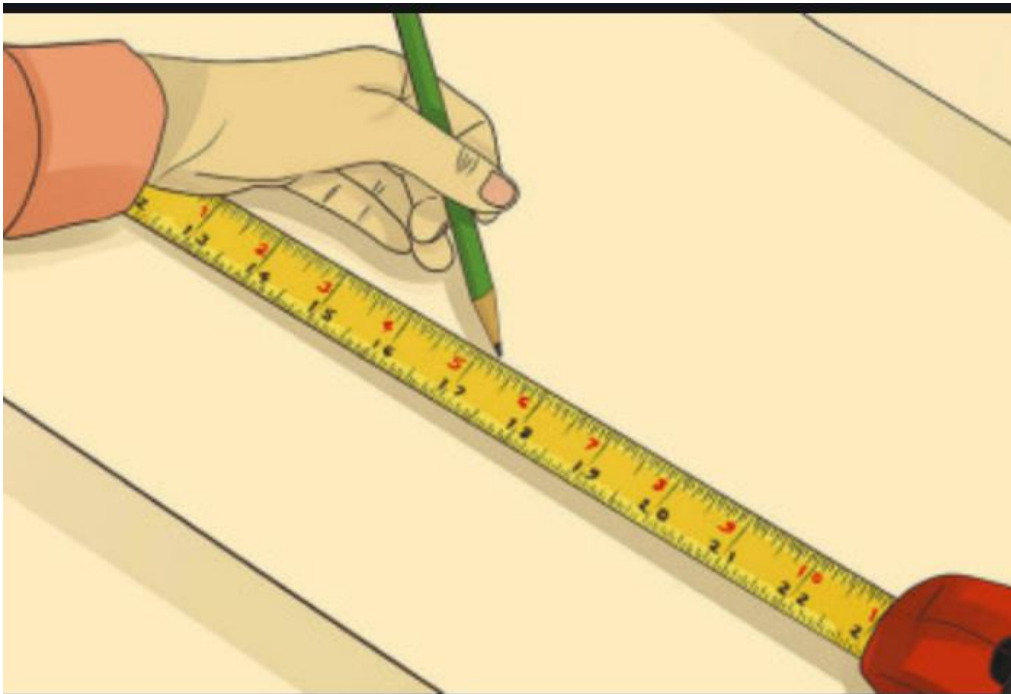
Recursos financieros.

Línea de base ¿Cómo la medimos?

1. Ingresos generados con las cuotas de membresía (y servicios)

Valor absoluto

% sobre recursos totales generados por la organización



A nivel global las cuotas de membresía representan cerca del 60%-65% de los ingresos totales de una OE.

Tu linea de base

- N° de afiliados (directos + indirectos)
- N° de empleados de sus afiliados directos e indirectos
- Valor añadido generado por sus afiliados directos e indirectos

- Ingresos generados por las cuotas de afiliación
- Ingresos generados por servicios de pago (si los hay)
- Número de profesionales permanentes en su Secretaría

START