



Project Brief — Grupo Fundades

SCOPE DEL PROYECTO

Historia de la Organización:

El Grupo Fundades es una organización sin fines de lucro en Perú que busca mejorar la calidad de vida de personas vulnerables, especialmente aquellas con discapacidad, a través de proyectos sociales en áreas como salud, niñez en abandono, educación y trabajo.

La organización se financia mediante la cooperación local e internacional, programas de responsabilidad social empresarial y eventos de recaudación de fondos. Su misión es promover la conciencia ético-social en la ciudadanía, desarrollando actividades y proyectos que contribuyan al bienestar de las poblaciones más necesitadas.

A lo largo de su trayectoria, Fundades ha desarrollado diversos proyectos alineados con su misión, como: INFODIS, un sistema de información que brinda asistencia a la comunidad sobre servicios y contenidos dirigidos a personas con discapacidad; Hub Diversidad Digital Perú-Extremadura, una iniciativa que fomenta la inclusión social y laboral de jóvenes con discapacidad a través de la formación en análisis de datos; POETA DigiSpark, un programa que facilita el acceso a la tecnología y el desarrollo de competencias digitales para mejorar la empleabilidad de los participantes; e INCLUTEC PCD – Perú, un proyecto enfocado en la inclusión laboral de personas con discapacidad, especialmente mujeres, mediante educación online, gestión de redes interinstitucionales y la implementación del portal web INFODIS, entre otros.

Descripción del proyecto:

El objetivo del proyecto es diseñar estrategias de difusión a mediano plazo para fortalecer la imagen de Fundades y visibilizar el impacto de sus proyectos en sus canales digitales, compartiendo de manera efectiva sus iniciativas y logros con su comunidad.

El scope del proyecto es el siguiente:

Se propone el siguiente enfoque:

1. Análisis interno de Grupo Fundades:

- Revisión del propósito, valores y objetivos estratégicos de la organización.
- Evaluación de la estructura organizacional, incluyendo roles y responsabilidades.

2. Análisis del ecosistema digital:

- Revisión de la imagen visual y branding digital de la organización en los canales digitales.
- Análisis de mensajes clave actuales y su alineación con la identidad de la organización.
- Análisis de los canales digitales actuales de la organización (presencia, engagement, tipo de contenido, coherencia del contenido publicado con la identidad de la organización, otros)
- Revisión de menciones y percepción de la organización en medios digitales
- Definición del perfil de la audiencia en redes sociales (demográficas, intereses, nivel de interacción, tipo de contenido que consume, frecuencia de interacción, expectativas)

- Revisión de estrategias de difusión y visibilización en organizaciones similares para identificar buenas prácticas, campañas exitosas y oportunidades de innovación.
- Identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) en la comunicación digital de la organización.

3. Análisis del Plan de Comunicación:

- Revisión de la identidad de marca y tono de comunicación actual de la organización para garantizar coherencia y alineación con sus valores y objetivos.
- Revisión del contenido y estructura del plan de comunicaciones existente, con énfasis en las estrategias actuales de difusión y visibilización.
- Identificación de vacíos y oportunidades de mejora en la forma en que la organización comunica su impacto en sus canales digitales

4. Diseño de estrategias de difusión:

- Redefinición y/o ajustes de los objetivos del plan de comunicaciones.
- Diseño de campañas digitales para visibilizar la labor y logros de la organización, generando reconocimiento y confianza en su audiencia.
 - Identificación del público objetivo de la campaña
 - Definición de mensajes clave y narrativas de impacto para reforzar la imagen de la organización.
 - Selección de los formatos más efectivos para la difusión del impacto (videos, testimonios, informes visuales, storytelling digital).
 - Definición de los canales digitales más adecuados para la difusión
 - Planificación del calendario de publicaciones
- Definición de lineamientos de gestión de comunidad y engagement digital para establecer protocolos de respuesta, interacción con seguidores y construcción de relaciones en redes sociales.
- Establecimiento de indicadores de éxito (KPIs) para monitorear el impacto de las estrategias.
- Identificación de alianzas estratégicas digitales para amplificar la difusión

5. Desarrollo del Plan de Acción:

- Desarrollo de un plan de acción con pasos detallados, responsables y plazos para establecer una hoja de ruta clara que guíe la implementación efectiva de la estrategia.
- Presentación de hallazgos y recomendaciones finales a la organización.



180Degrees
CONSULTING

ENTREGABLES

Para este proyecto, 180 Degrees Consulting producirá los siguientes entregables claves:

Reporte detallado incluyendo:

1. Entregable 1: Análisis del ecosistema digital

- Informe con la evaluación del ecosistema digital actual, detallando el desempeño de los canales digitales, el perfil de la audiencia y su nivel de interacción, la percepción de la organización en redes sociales y un análisis comparativo con organizaciones similares.

2. Entregable 2: Análisis del Plan de Comunicación

- Documento con la evaluación del plan de comunicación actual, destacando sus fortalezas y vacíos en cuanto a estrategias de difusión y visibilización del impacto de la organización.

3. Entregable 3: Diseño de estrategias de difusión

- Documento con las estrategias de difusión y posicionamiento digital, con la definición de mensajes clave, formatos de contenido y lineamientos de comunicación alineados a la identidad de la organización.

4. Entregable 4: Desarrollo del Plan de Acción

- Plan de acción detallado para la implementación de la estrategia de difusión digital, con pasos, cronograma y responsables.