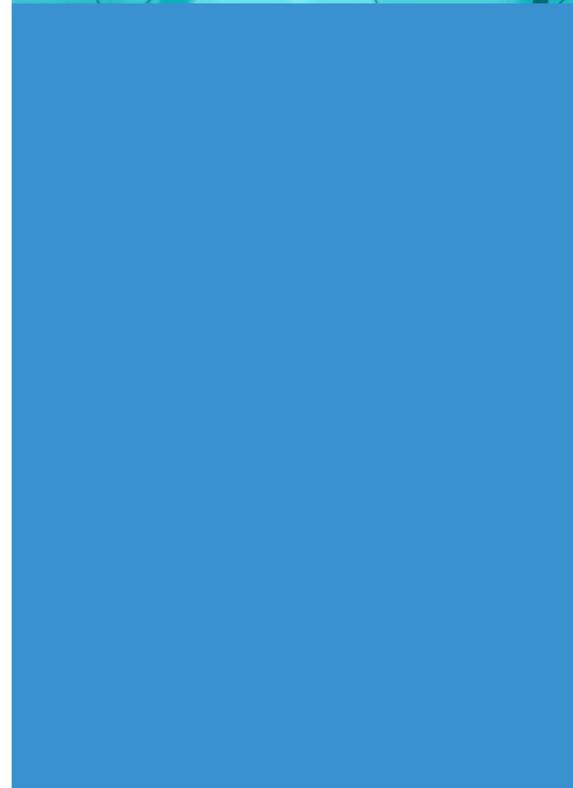


PLAN DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL 2023-2024



FUNDACIÓN
menudos corazones



- ✓ Diagnóstico Inicial
- ✓ Visión digital
- ✓ Ejes y objetivos
- ✓ Cronograma de acciones y resultados



En 2022, se diagnosticó que **Menudos Corazones se encontraba en un estadio de madurez digital de nivel medio**. Se contó con una asesoría personalizada del “Programa de Transformación Digital de la Red Talento Solidario” de Fundación Botín y de la consultora que guio la elaboración del Plan Estratégico de la entidad 2023-2025 en el que se entronca este Plan de Transformación Digital (PTD)

Se identificaron oportunidades de mejora en los siguientes aspectos:

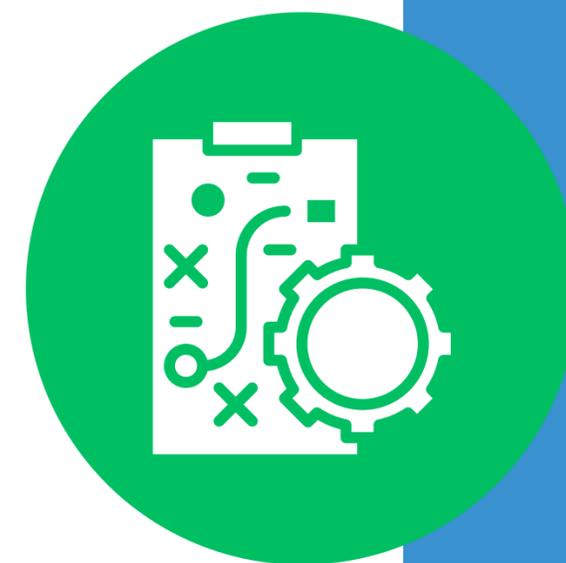
- ✔ **Estrategia para el cambio:** Conveniencia de **elaborar un plan de trabajo** compartido que guíe estratégicamente a la entidad en la transformación digital con especial énfasis en la **formación en competencias digitales** de las personas contratadas
- ✔ **Procesos:** Necesidad de **sustituir hábitos de trabajo** poco eficientes por el uso de herramientas digitales ágiles, de modo que los datos y el conocimiento se compartan en formatos confiables y se evite la duplicidad de tareas. Ampliación del uso del CRM existente a todas las áreas para garantizar datos objetivos y compartidos con seguridad, con implementación gradual de flujos de trabajo automatizados.
- ✔ **Atención al colectivo beneficiario:** Ampliación de los recursos de información y de atención **psicosocial** al colectivo de personas adultas con cardiopatías congénitas a través del sitio web. Comunicación ágil y eficaz por medios digitales con la base social de la entidad.
- ✔ **Captación de fondos:** Impulso al **marketing digital** de venta online. Gestión eficaz de donaciones online y de cuotas de personas socias.



El presente plan se vincula directamente con la Línea 5 del Plan Estratégico 2023-2025 de la entidad: “Nos comprometemos con la Transformación Digital” que plantea para 2023 y 2024 tres objetivos específicos incluidos en el PTD:

- 🎯 Mejorar el **posicionamiento de la web y el marketing digital**
- 🎯 Seguir **impulsando la implantación del CRM**
- 🎯 Mejorar la **eficiencia en los procesos de trabajo**

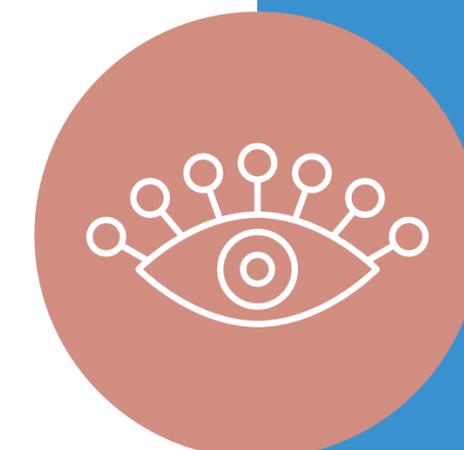
En el último trimestre de 2024, se revisarán los objetivos y acciones del PTD para evaluar sus resultados y ajustar las actividades necesarias para garantizar las metas, dar continuidad a las acciones que consoliden los objetivos en los años siguientes, y acompasarlos al Plan Estratégico 2023-2025.



A partir del diagnóstico inicial y tras la implementación del PTD para conseguir los cambios deseados, la situación de la entidad será la siguiente:



Se habrá alcanzado un nivel de madurez digital alto al contar con datos objetivos registrados en un CRM al que accede un equipo profesional, con formación en competencias digitales, que ha incorporado recursos tecnológicos compartidos que hacen sus procesos de trabajo más eficientes. **Se habrán mejorado los servicios al colectivo** atendido mediante formatos ágiles de comunicación y retroalimentación y **se habrá consolidado la base social** con formatos renovados de captación de fondos, de gestión económica y de difusión de la misión de la entidad.





1

OBJETIVO: Activar un grupo de trabajo impulsor del cambio, integrado por 3 o 4 personas de diferentes áreas, que guía el proceso de transformación señalando prioridades claras que comparte con el equipo de la entidad para que las haga suyas.

Acciones:

1. Elaboración del Plan de Transformación Digital (PTD), seguimiento de acciones y reajustes.
2. Seguimiento del proceso de formación del equipo de la entidad.
3. Implementación de un Plan de Comunicación interna para dar a conocer el PTD.

2

OBJETIVO: Lograr la adaptación del equipo de la entidad al cambio

Acciones:

1. Formación al equipo para el registro de información en el CRM y explotación de datos, a cargo de técnicos de Sinergia TIC y de la administradora del CRM en la entidad.
2. Formación continua individualizada a las personas del equipo por parte de la administradora del CRM según los ritmos de aprendizaje para la incorporación habitual de la herramienta en los procesos de trabajo
3. Formación continua en el uso de herramientas digitales que automaticen procesos, eviten tareas duplicadas y faciliten la comunicación interna, con seguimiento para detectar dificultades y resistencias que frenen el proceso y desarrollo de intervenciones oportunas de ajuste.



1

OBJETIVO: Integrar el uso de recursos tecnológicos en la información y la comunicación con las personas beneficiarias.

Acciones:

- 1. Formularios online** desde sitio web de Menudos Corazones para enviar consultas directamente a cada profesional de la entidad según el programa o servicio.
- 2. Formularios de satisfacción online** anónimos enviados a las personas usuarias de cada programa de atención y evaluación periódica de resultados.
- 3. Acceso a través de un área privada** para que cada persona registrada en el CRM como base social de la entidad pueda actualizar datos personales, inscribirse en actividades, descargar certificado de donación y aportar firma digital en documentos de autorización.
- 4. Actualización de recursos informativos** en el sitio web con énfasis en el colectivo en crecimiento de personas mayores de edad con cardiopatías congénitas.

OBJETIVO: Cuidar la calidad del dato para actuar a partir de decisiones informadas en la mejora de los programas.

Acciones:

- 1. Registro en el CRM** de datos objetivos y relevantes de las intervenciones realizadas en cada programa con las personas beneficiarias y elaborar informes con información cruzada entre los programas y servicios.

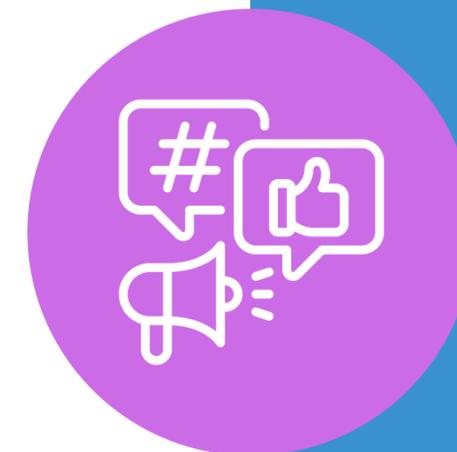


1

OBJETIVO: Desarrollar acciones que influyan en la **ampliación y consolidación de los grupos de interés de la entidad.**

Acciones:

- 1. Optimizar motores de búsqueda** y consolidar posicionamiento SEO del sitio web de la entidad.
- 2. Diseñar y difundir campañas de sensibilización** a través de las redes sociales de Menudos Corazones.



1

OBJETIVO: Consolidar el marketing digital para la venta de productos corporativos.

Acciones:

1. Desarrollo y consolidación de la **tienda online**.
2. Campañas en redes sociales de **promoción de los productos corporativos**.

2

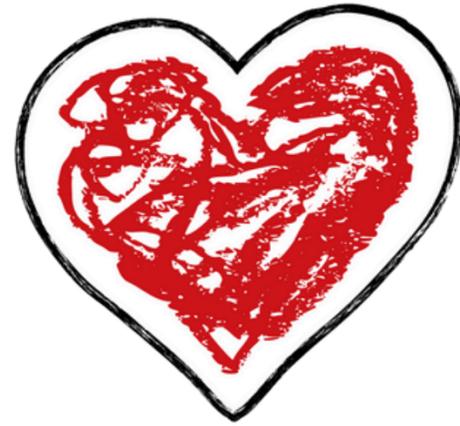
OBJETIVO: Hacer eficientes los procesos administrativos y financieros.

Acciones:

1. **Gestión en el CRM** de cuotas de personas socias y donaciones con implementación de automatismos y flujos de trabajo.
2. Actualización continua de datos de la base social para asegurar el **envío correcto de boletines e información** que fidelice a personas socias y a donantes.
3. Ampliación de medios y **formatos digitales de captación de fondos**.







F U N D A C I Ó N
menudos corazones

www.menudoscrazones.org