



Plan estratégico de marketing





01. Introducción
02. Análisis del macro-entorno
 - Político
 - Económico
 - Socio-demográfico
 - Tecnológico
 - Ecológico
 - Legal
03. Análisis del micro-entorno
 - Mercado
 - Beneficiarios
 - Competidores
04. Análisis DAFO
05. Posicionamiento en el mercado
06. Misión, Visión y Valores
 - Objetivos de la fundación
08. Estrategias
09. Acciones
10. Órganos de la fundación
11. Presupuesto económico

Fundación Dicampus nace como entidad privada de carácter voluntario, sin ánimo de lucro, que funciona de forma autónoma y solidaria. Desarrolla su actividad de forma prioritaria en el ámbito de la acción social y laboral a nivel nacional.

Trabajamos sobre el conjunto de la ciudadanía, y en especial sobre aquellos grupos y personas que presentan especiales dificultades a la hora de dar respuesta a las nuevas demandas del mercado laboral.

“Esfuerzo continuo, no fuerza o inteligencia, es la clave para liberar nuestro potencial”

Winston Churchill

2. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO



POLÍTICO



ECONÓMICO



SOCIODEMOGRÁFICO



TECNOLÓGICO



ECOLÓGICO



LEGAL



Entorno

POLÍTICO

2. MACRO ENTORNO

-  España tiene como forma de gobierno una monarquía parlamentaria. El Jefe de Estado es el Rey Felipe VI y el poder legislativo reside en las Cortes Generales que, a su vez, realizan la función de control sobre el poder ejecutivo.
-  Desde el 7 de enero de 2020 en España existe un gobierno de coalición PSOE y Unidas Podemos, presidido por Pedro Sánchez.
-  Desde mayo de 2019, en Asturias gobierna el PSOE, siendo el presidente del Principado, Adrián Barbón.



Entorno

POLÍTICO

2. MACRO ENTORNO



La Organización Mundial de la Salud elevó el 11 de marzo de 2020 la situación de emergencia de salud pública ocasionada por el COVID-19 a pandemia internacional.



España declaró, el 14 de marzo de 2020, el estado de alarma con el fin de afrontar la situación de emergencia sanitaria provocada por el coronavirus COVID-19 y proteger la salud y seguridad de la población.



Entorno

ECONÓMICO

2. MACRO ENTORNO

-  El PIB por habitante de España en 2019 alcanzó un valor de 26.420€, 690€ mayor que el de 2018, que fue de 25.730€. Por otro lado, el valor en Asturias en 2018 alcanzó los 22.789€.
-  La tasa de paro en nuestro país acumula caídas sucesivas desde el segundo trimestre de 2013. En octubre de 2019 la tasa de paro fue de un 14,2%. Tasa de paro en Asturias: 13,14%, (menores de 25 años, el grupo más afectado)
-  Previsiones de la Comisión de la Unión Europea para los dos próximos años: ralentización de la economía y elevada incertidumbre.
-  Fondos Europeos para España en el periodo 2014-2020, un 58% destinado a acción social (unos 5.300 M€).



Entorno

ECONÓMICO

2. MACRO ENTORNO

Los datos registrados por el Ministerio de Trabajo y Economía Social en marzo de 2020 reflejan el impacto en el empleo producido por la crisis sanitaria del COVID-19.

Al término del mes, la lista de personas inscritas en el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) ha sumado 302.265 nuevos demandantes respecto al mes de febrero, suponiendo un aumento del 9,31%.

El total de desempleados en España, computando esta subida, se sitúa en 3.548.312.

- Desempleo masculino: 1.528.942 (crece un 13,26%).
- Desempleo femenino: 2.019.370 (crece un 6,50%).
- 900.000 afiliados menos a las Seguridad Social.

Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) durante el mes de marzo de 2020: Implicaron a 620.000 trabajadores según datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social.



Entorno

SOCIODEMOGRÁFICO

2. MACRO ENTORNO

La situación demográfica de España se caracteriza por el envejecimiento de la población. El desempleo, otro de sus principales problemas sociales, afecta especialmente a los más jóvenes y a los mayores de 45 años, e influye en la pérdida de población.

Población de España: 47.100.396 habitantes (2019).
Población de Asturias: 1.022.293 habitantes (2019).

Variación en el nivel de formación de la población de 25 a 64 años en España:

- Año 2002, el 57,8% nivel de estudio inferior a la segunda etapa de la Educación Secundaria.
- Año 2018, el porcentaje se reduce al 39,9%.

Incremento de titulados superiores desde el año 2002, con una cifra de 24,9%, frente al 2018 que se alcanza el 37,3%.



Entorno

TECNOLÓGICO

2. MACRO ENTORNO



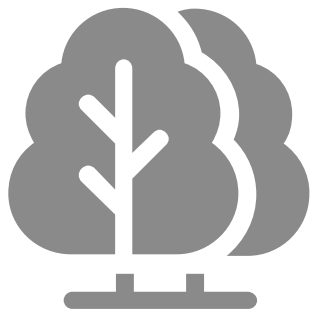
La transformación digital en entidades del tercer sector como las fundaciones y entidades sin ánimo de lucro, supone nuevos canales y formas de comunicar la labor social y solidaria que realizan.



Aprovechando las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, se pueden mejorar todos los procesos internos y externos y agilizar la gestión de proyectos sociales.



La crisis del coronavirus COVID-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de implementar soluciones de teletrabajo y de formación y educación en formato digital. Hasta ahora, sólo el 4,3% de los ocupados en España teletrabajaba en su domicilio, según la Encuesta de Población Activa.



Entorno

ECOLÓGICO

2. ENTORNO

-  Agenda 2030 Pacto Mundial de Naciones Unidas, movimiento global de empresas y organizaciones sostenibles que orientan sus acciones a la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.
-  Alinean sus estrategias en Diez Principios universales sobre derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción.
-  En la actualidad, 108 asociaciones y fundaciones del tercer sector están adheridas al pacto y se comprometen a ir implantando la responsabilidad social en base a los principios de la iniciativa.



Entorno

LEGAL

2. ENTORNO



Los procedimientos y requisitos para la constitución de una fundación y su inscripción en el Registro de Fundaciones del Ministerio de Educación y Ciencia son los siguientes:

- Certificado de denominación
- Elaboración de estatutos
- Aportación de la dotación
- Otorgamiento de escritura pública
- Liquidación del impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados
- Informe del protectorado
- Presentación el registro de fundaciones

3. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO



MERCADO



BENEFICIARIOS



COMPETIDORES

Mercado

Tercer sector en **España**

10.200

Fundaciones activas en
2020

Tercer sector en **Asturias**

287

Fundaciones activas en 2020



3. MICRO ENTORNO

Constitución y extinción de fundaciones en España Año 2019



Porcentaje de fundaciones activas del área de actividad Empleo y Formación

 13,66% en España

 8,71% en Asturias



Beneficiarios

Colectivos a los que se
dirige la Fundación

Estudiantes

Estudiantes con necesidad de orientar su carrera profesional.

Jóvenes recién titulados

Grupo de edad más afectado por la tasa de paro en nuestro país.

Desempleados de larga duración

Profesionales inscritos ininterrumpidamente en la oficina de empleo durante 12 meses o más.

Mayores de 45 años

Creciente incapacidad del mercado laboral español para dar salida profesional a este colectivo.

Mujeres víctimas de violencia de género

Victimas de violencia de género o con responsabilidades familiares no compartidas.

Personas con discapacidad

A pesar de los avances conseguidos con este colectivo siguen existiendo muestras de exclusión y diferencias en el acceso al empleo.

Inmigrantes

Con necesidad de reorientar sus perfiles profesionales y trabajar las áreas necesarias para su integración: área estructural, social, cultural e identitaria.

3. MICRO ENTORNO



Competidores

Fundaciones de referencia

3. MICRO ENTORNO



FUNDACIÓN ADECCO





DEBILIDADES

- Sin experiencia acreditada en programas de acompañamiento al empleo.
- Espacios de trabajo más amplios.
- Competidores enfocados en algunos de los colectivos de nuestro interés.

AMENAZAS

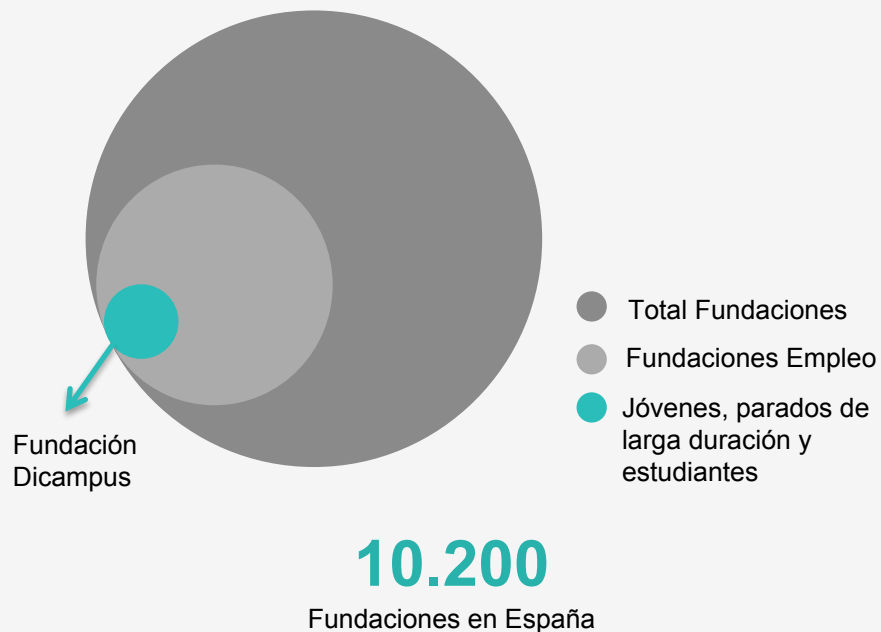
- Previsible desaceleración económica que puede conllevar a una reducción de los fondos destinados a fundaciones.
- Fuga de talento joven provocado por las escasez de oportunidades laborales.

FORTALEZAS

- Experiencia de Dicampus como centro de formación.
- Acceso a un gran número de usuarios interesados en nuestros servicios.
- Pocas fundaciones enfocadas a jóvenes titulados y mayores de 45 años.
- Capacidad tecnológica
- Metodologías innovadoras

OPORTUNIDADES

- Elevada tasa de paro en nuestro país.
- Jóvenes, grupo más afectado de la población.
- Bajo porcentaje de fundaciones en Asturias de Empleo y Formación.
- Carencia de soluciones de teletrabajo y educación y formación online.
- Crisis del COVID-19.



Ser líderes en el tercer sector como fundación comprometida con la inserción laboral, prestando especial interés a los perfiles profesionales que más dificultades presentan a la hora de incorporarse al mercado laboral.

Pondremos el foco en las personas desempleadas, parados de larga duración que necesitan reinventar su perfil profesional para acceder al mercado de trabajo, jóvenes titulados que por falta de experiencia no les llega la oportunidad laboral que buscan, así como estudiantes con necesidad de orientar sus carreras profesionales desde la base.

Nuestro diferencial tecnológico y metodológico nos permitirá dotarles de las herramientas de trabajo más innovadoras para mejorar el desarrollo de sus competencias.

6. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



MISIÓN



VISIÓN



VALORES



Facilitar la empleabilidad de las personas en búsqueda activa de empleo que acceden a nuestros cursos y al colectivo de desempleados en general, ofreciendo formación de calidad, innovadora y disruptiva en herramientas y habilidades que les permitan completar el círculo y acceder al mercado laboral.

Mejorar las competencias transversales de los profesionales, sus capacidades y habilidades a través de programas individualizados de formación con el objetivo de potenciar su perfil y adecuarlo al mercado laboral en continuo cambio.



Ser la **Fundación de referencia** en el ámbito laboral, de la empleabilidad, en innovación educativa y consultoría con metodologías disruptivas aplicadas a la mejora de las competencias profesionales.

Ser el **recurso de referencia para los profesionales** interesados en ampliar sus conocimientos y mejorar sus habilidades.

Promover nuestra identidad corporativa como Fundación sin ánimo de lucro **comprometida con la igualdad de género, la alfabetización y transformación digital y con un enfoque de transparencia** hacia los beneficiarios y hacia la sociedad en general.



Mejora continua

Sabemos que solo a través de la mejora continua conseguiremos nuestros objetivos. El deseo y la acción de mejorar nuestros servicios nos obligan a identificar todos los procesos y estudiar de forma detallada cada paso que damos.



Excelencia

Visualizamos un horizonte amplio, en busca de la excelencia y la innovación. Potenciamos el talento humano ya que la excelencia solo puede alcanzarse con la participación activa y el trabajo en equipo de todas las personas.



Agilidad

Apostamos por servicios flexibles, creativos y siempre con un toque de innovación a través del uso de metodologías ágiles de trabajo que nos permiten adaptarnos a las necesidades de cada persona.



Compromiso social

Hacemos uso de nuestros recursos y responsabilidades por una causa común, la mejora de la empleabilidad de los beneficiarios de la Fundación.



Igualdad

Promover la aplicación efectiva del principio de igualdad entre mujeres y hombres, garantizando en el ámbito laboral las mismas oportunidades de desarrollo profesional a todos los niveles.



OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y ACCIONES



OBJETIVOS



ESTRATEGIAS



ACCIONES



7. OBJETIVOS

Los objetivos y actividades de la Fundación son:

- Hacer de Fundación Dicampus una entidad de referencia regional y nacional en el ámbito de la empleabilidad.
- Facilitar el acceso al mercado laboral de los beneficiarios de los cursos de formación para el empleo de Dicampus, respondiendo tanto a las necesidades individuales de cada usuario como a las necesidades demandadas por el mercado de trabajo actual.
- Constituir una fundación socialmente responsable y comprometida con la igualdad de género. Fundación Dicampus encaminará sus acciones a la igualdad de trato y de oportunidades y a la no discriminación en el empleo.

Alianzas

Establecer alianzas con las entidades de referencia regional y nacional para la promoción y mejora del empleo de los colectivos con mayores dificultades de acceso al mercado laboral.

**Plan de
comunicación**

Elaborar un plan de comunicación en el que se recojan las acciones que se llevarán a cabo para dar a conocer la Fundación e incrementar su notoriedad.

**Plan de
responsabilidad
social**

Consolidar un plan de Responsabilidad Social que integre las medidas de incidencia en el ámbito medioambiental, social, de transparencia y buen gobierno, con el fin de gestionar el impacto que las actividades de la Fundación tiene sobre la sociedad en su conjunto.

Alianzas

Agencia de
colocación

Conectar Talentos

Formación a medida

Universidades

Convenios prácticas
no laborales

Voluntariado
corporativo

Training intensivo

**Plan de
comunicación**

Manual de identidad
corporativa

Medios digitales

Creación de
contenido

Comunicación online

Eventos

**Plan de
responsabilidad
social**

Normas de calidad y
certificaciones

Colaboración y
compromiso





AGENCIA DE COLOCACIÓN

Hacer constar a Fundación Dicampus en el Sistema Nacional de Empleo como Agencia de colocación autorizada para que actúe como intermediara entre los demandantes de empleo y las empresas que ofrecen alguna vacante en su plantilla.

Actuar como Agencia de colocación es uno de los requisitos que se solicitan en las diferentes convocatorias a las subvenciones para programas de acompañamiento para el empleo.

En virtud de la modificación operada por el Real Decreto-ley 8/2014, de 4 de julio, antes de iniciar su actividad como Agencia de colocación se deberá presentar una declaración responsable al Servicio Público de Empleo competente.



CONVENIOS DE PRÁCTICAS

Formalizar convenios de prácticas no laborales con empresas colaboradoras del Principado de Asturias.

Fundación Dicampus desarrollará acciones de trabajo para que los participantes puedan mejorar sus competencias, conocer nuevas herramientas y ofrecerles el acompañamiento necesario para resolver los retos planteados.



CONECTAR TALENTOS

Conectar el talento de los profesionales en búsqueda de empleo con el mercado laboral a través de Workshops formativos liderados por representantes de las grandes empresas de la región.

Agendar formaciones breves en las que los participantes tengan la oportunidad de acercarse a grandes empresas, conocer qué perfiles se están demandando actualmente y presentar su perfil profesional a los responsables de Recursos Humanos de las compañías.



VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Establecer alianzas con empresas socialmente responsables que quieran involucrar a jóvenes voluntarios en una acción solidaria concreta durante un tiempo limitado, con el fin de que conozcan el mundo de la empresa desde dentro, ayudarles a descubrir su vocación y motivarles a seguir con su formación.



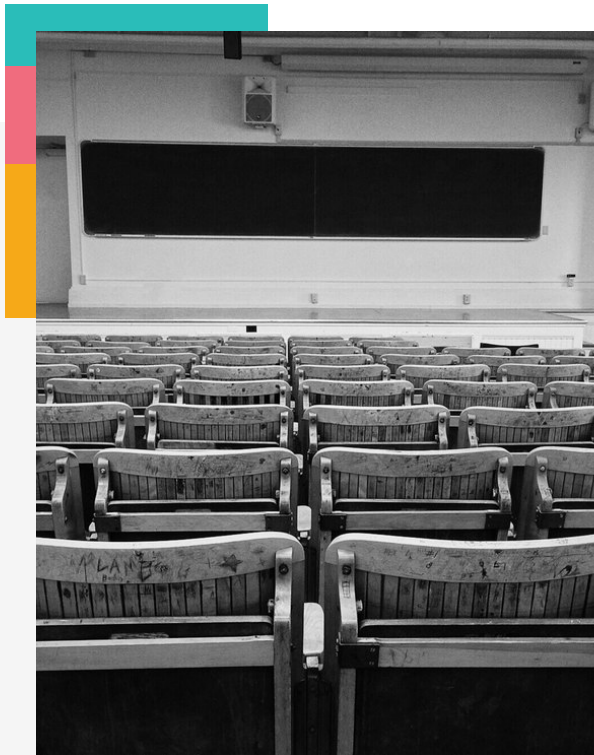
FORMACIÓN A MEDIDA

Diseñar formaciones conjuntamente con una empresa con el fin de que estén perfectamente alineadas con las necesidades del mercado, maximizando así las posibilidades de contratación posterior de los participantes.



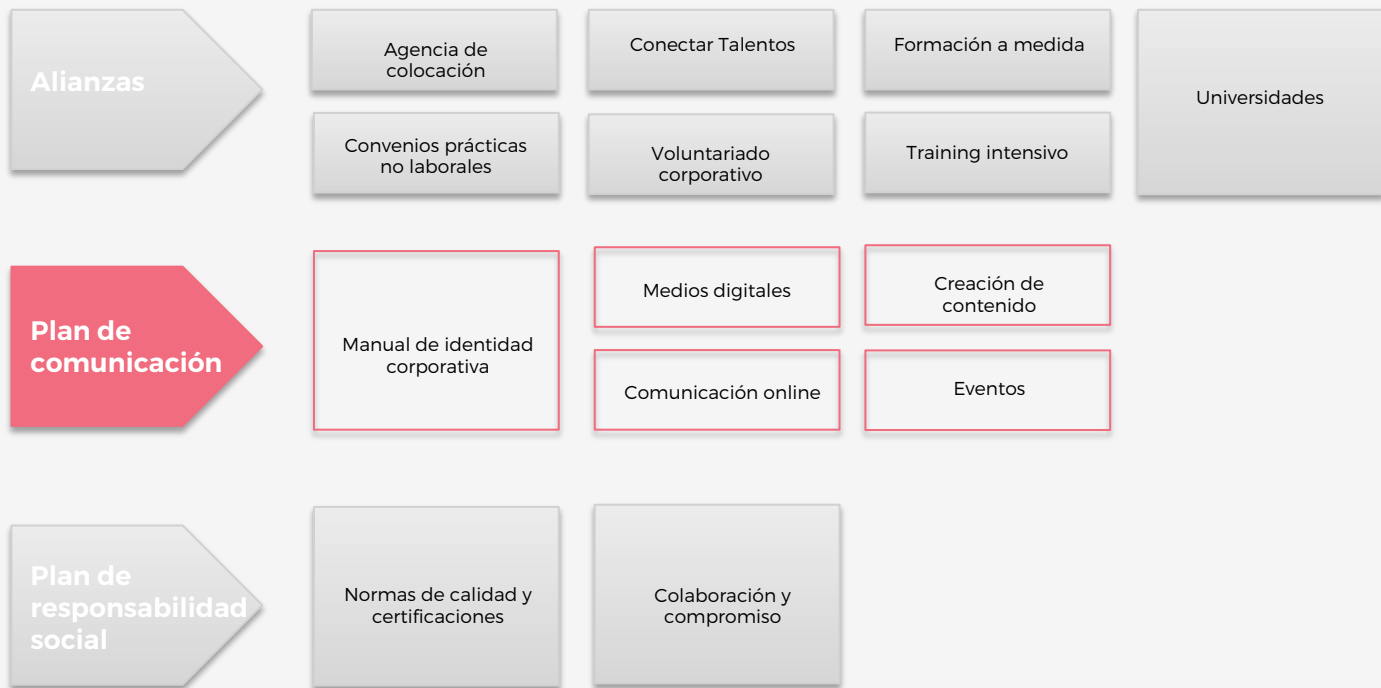
TRAINING INTENSIVO

Entrenamientos intensivos para que los participantes aprendan a posicionar sus candidaturas en los procesos de selección, mediante actividades de identificación de competencias, creación de marca personal y speednetworking, que les ayuden a desarrollar competencias más allá de su curriculum profesional.



UNIVERSIDADES

Establecer alianzas con diferentes Universidades con el fin de fomentar el potencial académico del alumnado y la innovación, así como programas que favorezcan el impulso del empleo y el acercamiento de los estudiantes al tejido empresarial.





MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Creación de manual de identidad corporativa:

- Identidad visual.
- Composición del Logotipo.
- Tamaño mínimo de reproducción y especificaciones para tamaños especiales.
- Colores corporativos.
- Tipografías corporativas.
- Uso de la imagen corporativa en diferentes aplicaciones.
- Material y recursos corporativos.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES

Desarrollo de medios de comunicación digitales corporativos.

Dominio disponible: www.fundaciondicampus.org

Creación de las redes sociales más enfocadas a nuestro público objetivo:





ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ONLINE

Elaborar una estrategia de comunicación online, a través de la que cuál nos vamos a dirigir a nuestro público objetivo:

- Creación de contenido.
- Gestión de redes sociales.
- Publicidad online.
- Campañas de mailing.
- Posicionamiento orgánico.



CREACIÓN DE CONTENIDO

Producción, publicación y divulgación de materiales y contenidos relacionados con los fines de la Fundación.

- Elaboración de un blog con artículos relacionados con la actividad de la Fundación.
- Notas de prensa.
- Colaboraciones en revistas y foros de interés.
- Actualización de nuestras redes de comunicación con datos sobre la actualidad del sector.



EVENTOS

Promover la participación de Fundación Dicampus en eventos relacionados con empleo y formación:

- Participación en eventos de empleo a nivel regional y/o nacional.
- Organización y colaboración en jornadas.
- Fomentar la organización de congresos relacionados con empleabilidad en nuestra región.



NORMAS DE CALIDAD Y CERTIFICACIONES

Ámbito de Igualdad

- Elaboración de un Código Ético y de Conducta en el que se establecen los criterios fundamentales del ser y hacer éticos de la Fundación.
- Elaboración de un Plan de Igualdad en el que pongamos de manifiesto nuestro compromiso ante la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- Adhesión al Pacto social contra la violencia sobre las mujeres del Principado de Asturias.



NORMAS DE CALIDAD Y CERTIFICACIONES

Sellos de calidad

- Normas de calidad ISO9001, norma de calidad por excelencia.
- Norma de calidad ISO14001, para la protección del medio ambiente.
- Norma de calidad ISO27001, para los sistemas de gestión de seguridad de la información.
- Modelo de excelencia EFQM, una vez superado el proceso de auditoría la organización obtiene un nivel de excelencia 200+, 300+, 400+ ó 500+.
- Objetivos Desarrollo Sostenible (ODS) Agenda 2030.



RESPONSABILIDAD SOCIAL

Fundación Dicampus busca adquirir un compromiso con las personas, con la sociedad y con el entorno, basándose en tres valores fundamentales: **la responsabilidad, el compromiso y la solidaridad.**

- Responsabilidad respecto a las acciones que lleva a cabo, generando un entorno de colaboración y cooperación entre los distintos colectivos con los que trabaja. Apoyar y conocer las demandas provenientes de colectivos u organizaciones comprometidas con la defensa de las personas más vulnerables.
- Compromiso con la sostenibilidad medioambiental. Actuar como agentes activos de cambio, promoviendo la innovación social para ofrecer soluciones novedosas en mejora de las condiciones de vida de las personas y los colectivos vulnerables.
- Solidaridad para el desarrollo de políticas de colaboración, cooperación e intercambio entre los organismos que componen el tercer sector.



10. ÓRGANOS DE LA FUNDACIÓN

El órgano de gobierno de Fundación Dicampus conoce las normas y procedimientos de la entidad y su función principal es que la entidad funcione correctamente, con transparencia, responsabilidad y con independencia de las personas que en cada momento desempeñan la función o funciones de gobierno y representación de la misma.

Presidente/a

Patronato

Vicepresidente/a

Secretario/a

