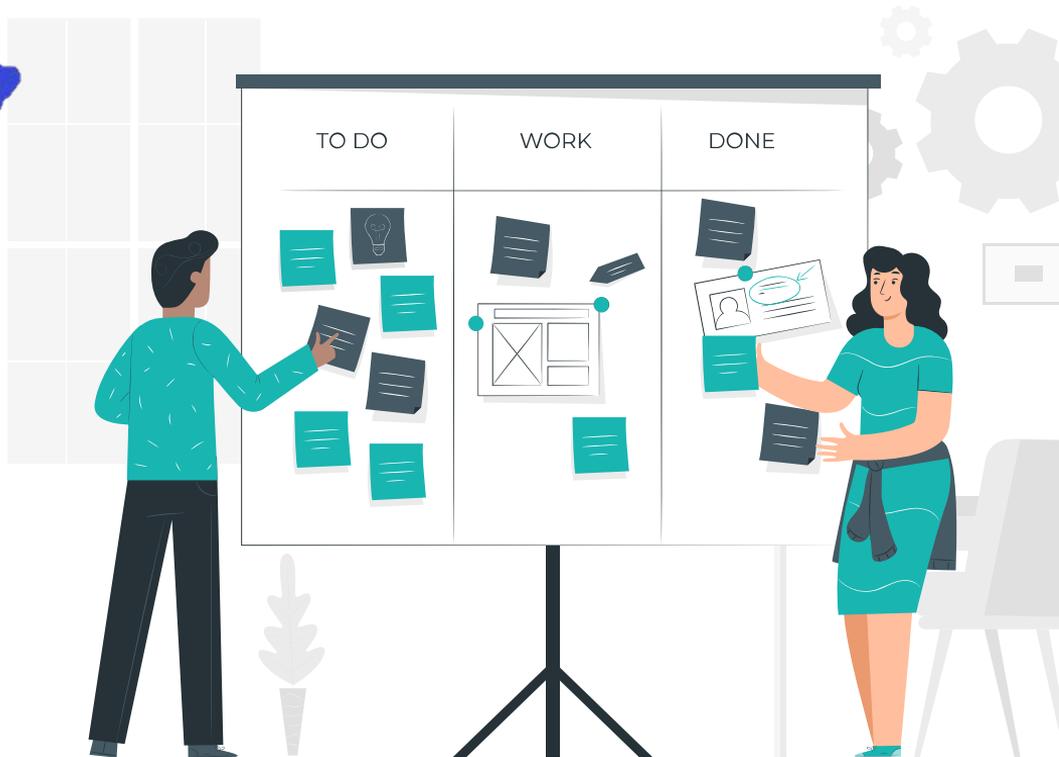


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



01 – Propuesta de Valor

“KIDSFEST” estrategia de impacto informativo y formativo que ofrece un enlace a una red de apoyo conformada por individuos, organizaciones y entes gubernamentales dispuestos a proveer de actividades lúdico creativas a niños bajo el lema: “Soy Mis derechos” con el fin de mostrarles que SI ES POSIBLE contar con un aliado para la situación actual mediante comunicación masiva en medios digitales que proporcionen información y motiven a la conexión entre todos a través de la activación de varias estrategias educativas que están experimentando aislamiento durante la crisis sanitaria causada por el COVID-19.

02 – Segmentación

Caracterización:

Niños entre 3 a 12 años

Padres de ingreso medio

Padres de Niños con acceso a la redes sociales (digitalmente activos)

Mujeres víctimas o en riesgo de violencia domestica.

Demografía:

Niños de america latina

03 – Aliados estrategicos

Nuestros aliados son todos los agentes que fungen como canales para llegar a nuestros niños beneficiarios y que publiquen (espacios estratégicos), difundan el mensaje (empresas de telecomunicaciones mediante SMS, empresas de mensajería mediante anuncios en app, empresas que proporcionen la impresión y difusión de piezas físicas) y los describimos a continuación con base a su aportación,

1. LUGARES EN DÓNDE SE PUEDEN PEGAR LOS CARTELES CON INFORMACIÓN

Se usarán las farmacias, supermercados, tiendas locales de conveniencia, panaderías, etc como lugares estratégicos para colocar carteles y comunicarnos con las posibles beneficiarias durante el confinamiento en casa.

2. ONGS de niños

ONGs y entidades expertas en el tema para brindar actividades en línea

No son los canales normalmente usados para la celebración del día del niño,, pero que la situación que se atraviesa actualmente los trae a colación por la efectividad que tienen al ser medios de acceso inmediato en lugares coyunturales.

Se plantean 2 tipos de actividades Digital (comunicación tecnológica)

No se identifican restricciones comerciales pero se trabajara con autorizaciones de propiedad intelectual respecto a diseños gráficos y audiovisuales. De los talleres.

04 – Relación con beneficiarios

La relación será mediante terceros (aliados) que a su vez tendrán una comunicación automatizada (mensajes de texto, piezas digitales gráficas y audiovisuales) y finalmente directa y por afinidad (red de entidades)

Beneficios.

- Pertenencia a una red de apoyo formada por especialistas, entidades gubernamentales y territoriales como organizaciones locales, expertas en el tema.
- Formación e información sobre derechos de los niños.
- Confianza y seguridad para vincularse a la celebración
- Empatía entre la comunidad infantil (entre todos lo celebramos).
- Transformación digital.
-

05 – Fuentes de ingreso

Mediante alianzas estratégicas con actores importantes en la crisis mundial del COVID-19 como instituciones educativas , fundaciones , empresas etc. Se propondrá una campaña de impacto con la temática de derechos de los niños con artes elaborados por artistas nacionales o internacionales con mensajes y estructuras de redes de apoyo mediante retos/concursos y actividades virtuales; donde fuera de sus establecimientos se colocaran para llegar a nuestra población objetivo

Los ingresos estarán constituidos por donaciones con su correspondiente certificado de donación con beneficios tributarios para los aliados como Empresas Socialmente Responsable.

Difusion y promocion del arte de manera masiva para los artistas gráficos ganadores de los retos/concursos

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Objetivo: niños 3 y 12 años de edad
- Empresa privada: Empresas que estén brindando servicios donde acudan nuestras personas objetivos y permanezcan determinado tiempo y/o brinden servicios de telefonía móvil
- Creadores de diseño visual.
- Redes de entidades Organizaciones comunitarias, ONGs, Iglesias, Centros de Salud, Gobierno, colectivos.

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Papel
- Tinta
- Computadoras
- Celulares

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Red de entidades

07 – Actividades clave

¿Cuales son las actividades claves que requiere la propuesta de valor? ¿Qué roles y funciones desempeñamos claves para la ejecución de nuestra propuesta?

Actividad 1.

1.1. Mapeo de actores (redes de apoyo y alianzas estratégicas)

1.1.1. Socialización con actores para la creación de Red de Apoyo

Actividad 2

2.1 Promoción de reto/concurso de creación de artes conceptos relacionados a la problemática planteada, escenarios/situaciones/ejemplos de la problemática, evidenciar la existencia de la red de apoyo, números telefónicos, páginas de lugares claves donde acudir si se sufre la problemática.

2.2. Evaluación por parte de la Red de entidades de los artes

Actividad 3

3.1 Socialización con entidades

3.2. Formación por parte de la Red de entidades al personal de la empresa en temáticas relacionadas con los derechos de los niños

Actividad 4

4.1. difusión de los artes en las empresas

4.2. Envío de mensajes SMS/ whaap con contenido instructivo y de formación

4.3. Activación de la Red de entidades

08 – Red de entidades

La red es conformada por distintos individuos, especialistas, ONGs, agentes gubernamentales, colectivos locales que atiendan a los llamados digitales a la acción local (usuarios de redes sociales que acepten PARTICIPAR EN ACTIVIDADES, Entes territoriales dispuestos a ayudar a las mujeres bajo el lema “no te sientas sola, está bien pedir ayuda” con el fin de mostrarles que SOY MIS DERECHOS.

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Generación de contenidos (diseño de piezas gráficas y audiovisuales ey difusión de las mismas)
- Publicidad en redes sociales

¿Recursos y actividades más costosas?

- Publicidad en redes sociales
- Distribución de la información
- Mensajería instantánea

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- *Sujetos a cambio en cada localidad, dependiendo de los precios de pauta.