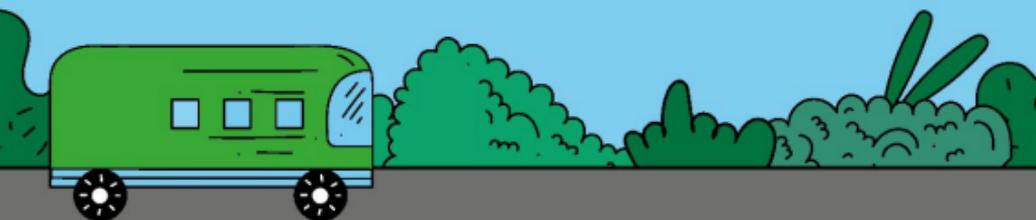




BRIEF CREATIVO

2024





Marca: FUNOF

Proyecto: Segundas oportunidades.

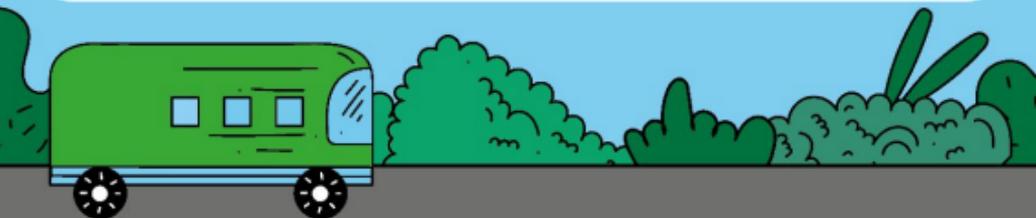
Campaña: Plan padrinos

Contexto

FUNOF, es una entidad sin fines de lucro, creada en el año de 1969, con el propósito de contribuir a la transformación social de comunidades a través del fortalecimiento de capacidades individuales y colectivas y de la gestión innovadora de proyectos que aportan a la equidad, a la promoción de derechos y al desarrollo sostenible del país.

Proyecto

El proyecto **“Segundas oportunidades”** complementa atención psicosocial para adolescentes y jóvenes - AJ que ingresan al Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes-SRPA en los programas del ICBF, operados por FUNOF: Libertad Vigilada/Asistida-LV/A y Restablecimiento en Administración de Justicia-RAJ. LV/A es una medida de concesión de la libertad que da la autoridad judicial al AJ declarado penalmente responsable, estos reciben acompañamiento psicosocial individual, familiar y comunitario, con enfoque restaurativo, que motiva a los AJ a reconocer que han ocasionada daño a la sociedad y deben reparar las víctimas y no reincidir.





EL PROBLEMA

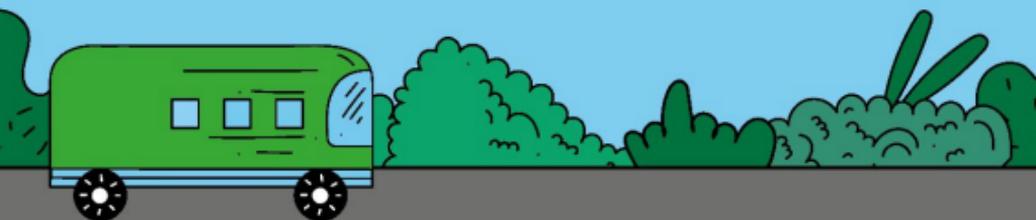
El proyecto aunque cuenta con inversión del ICBF, no es suficiente para garantizar todos los elementos que se requieren para hacer un acompañamiento más cercano y profundo a los AJ que pertenecen al programa. Lo que no permite tener diferentes talleristas y docentes, al igual que recursos y materiales para actividades pedagógicas, entre otros.

LA SOLUCIÓN

Se ha creado un plan padrinos, con el objetivo de recaudar fondos con el apoyo de otras empresas o personas naturales que deseen invertir en el proyecto a través de donaciones o aportes, sean económico o inmaterial, sin embargo el plan no ha contado con la difusión y conocimiento suficiente.

EL RETO

Desarrollar una campaña publicitaria en los entornos digitales que permita mejorar la difusión del programa y generar un espacio virtual para el plan padrinos, con la finalidad de aumentar el conocimiento del proyecto e incentivar a las personas y empresas en dar aportes económicos o inmateriales que le permitan al proyecto garantizar una experiencia integral a los AJ.





MANDATORIOS

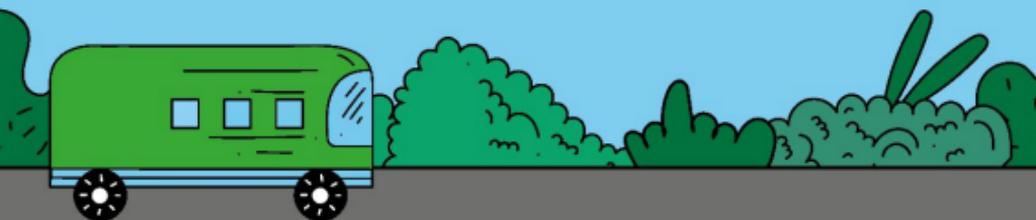
Mandatorios Usa un lenguaje respetuoso y preciso. Evita términos que pueden estigmatizar o deshumanizar a los AJ, según el marco legal internacional. Citar la fuente de cifras o datos duros que se incluyen en tu mensaje. Incluir logotipo de Funof. **Opcional:** Incluir uno o varios de los íconos de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) relacionados con el mensaje que propones. **Campaña 100% digital**

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Objetivos de comunicación Incluye una llamada a la acción en tu(s) propuesta(s). Esto podría ser algo tan simple como pedir al público que se informe más sobre el tema, o algo más concreto como realizar una donación al proyecto. Capta la atención e interés del público a través de un mensaje gráfico o audiovisual, así como generar una reflexión o una acción.

TARGET

Grupo objetivo o target: Público en general, colombianos o extranjeros que se sientan sensibles frente a las diferentes situaciones que puede atravesar un AJ por el contexto en el que viven y que tenga la voluntad de hacer aportes económicos o inmateriales a proyectos sociales con enfoque restaurativo.





INSIGHTER

FECHA LÍMITE DE ENTREGA:

14 DE JUNIO 2024

CONDICIONES PARA PARTICIPAR:

SER ESTUDIANTE DE LA UAO Y/ O RECIÉN EGRESADO.

FORMATO DE ENTREGA:

VIDEO CASO Y PDF.

CANAL DE ENTREGA:

FORMULARIO [LINK DE ENTREGA](#)

