

uno
entre
cienmil
.org

Fundación
Unoentrecienmil
TALENTO SOLIDARIO

1. TÍTULO DEL PROYECTO



PROYECTO CORRE 2.0



2. FUNDAMENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DEL PROYECTO

La Fundación

Nace en el 2012 con:

- Un fin muy claro: crear proyectos sociales innovadores cuyos fondos vayan dirigidos a la investigación contra la leucemia infantil.
- Un compromiso muy concreto: lanzar todos los años una beca de investigación en esta enfermedad.
- Una visión diferente: sensibilizar y llevar la conciencia sobre el problema desde la energía positiva. Haciendo que colaborar sea algo fácil, lúdico y con lo que la gente se sienta bien.

La Leucemia Infantil

- La Leucemia infantil representa el 30% del cáncer en edad pediátrica.
- Afecta a más de 300 niños al año en España.
- Dos de cada 10 niños siguen falleciendo a día de hoy.

La única solución para estos niños es seguir investigando.

Los recursos económicos destinados a la investigación en España se derivan a las patologías más prevalentes en la población, no siendo la LLA una de ellas. En España, desde 2008 al 2013, no ha habido ningún proyecto de apoyo a la investigación de la leucemia infantil que llegase a los 75.000 euros de inversión.

El Tercer Sector

Disminuye a un ritmo del 13% anual* debido a la falta de apoyo público. El porcentaje de españoles que dona dinero a organizaciones sin ánimo de lucro es del 19%, muy por debajo de la media europea del 33%.

Es importante y urgente cambiar esta tendencia y conseguir mayor compromiso de la sociedad civil y del sector privado. Para ello, es vital que el tercer sector desarrolle iniciativas vinculadas a la innovación, a las nuevas tecnologías y a la forma de comunicación actual, utilizando las herramientas contemporáneas y apoyando sus acciones de una forma sostenida en el tiempo con el objetivo de fidelizar.

Como Actor Social afectado nos sentimos responsables y comprometidos a crear proyectos desde la innovación que trabajen en la dinámica de cambiar esta tendencia.

Proyecto Corre

La Fundación arranca con el Proyecto Corre con la intención de cambiar el concepto tradicional de “donación”.

La idea es que por solo 1€ cualquier persona puede contribuir a la lucha contra la leucemia infantil comprando un dorsal solidario.

El dorsal es un símbolo, un objeto mágico al que la sociedad ha ido otorgando todo tipo de usos. Grupos de patinadores, de nadadores, de ciclistas, de gimnastas... han conseguido su dorsal y lo han mostrado orgullosos en sus reuniones, en sus entrenamientos, en sus competiciones.

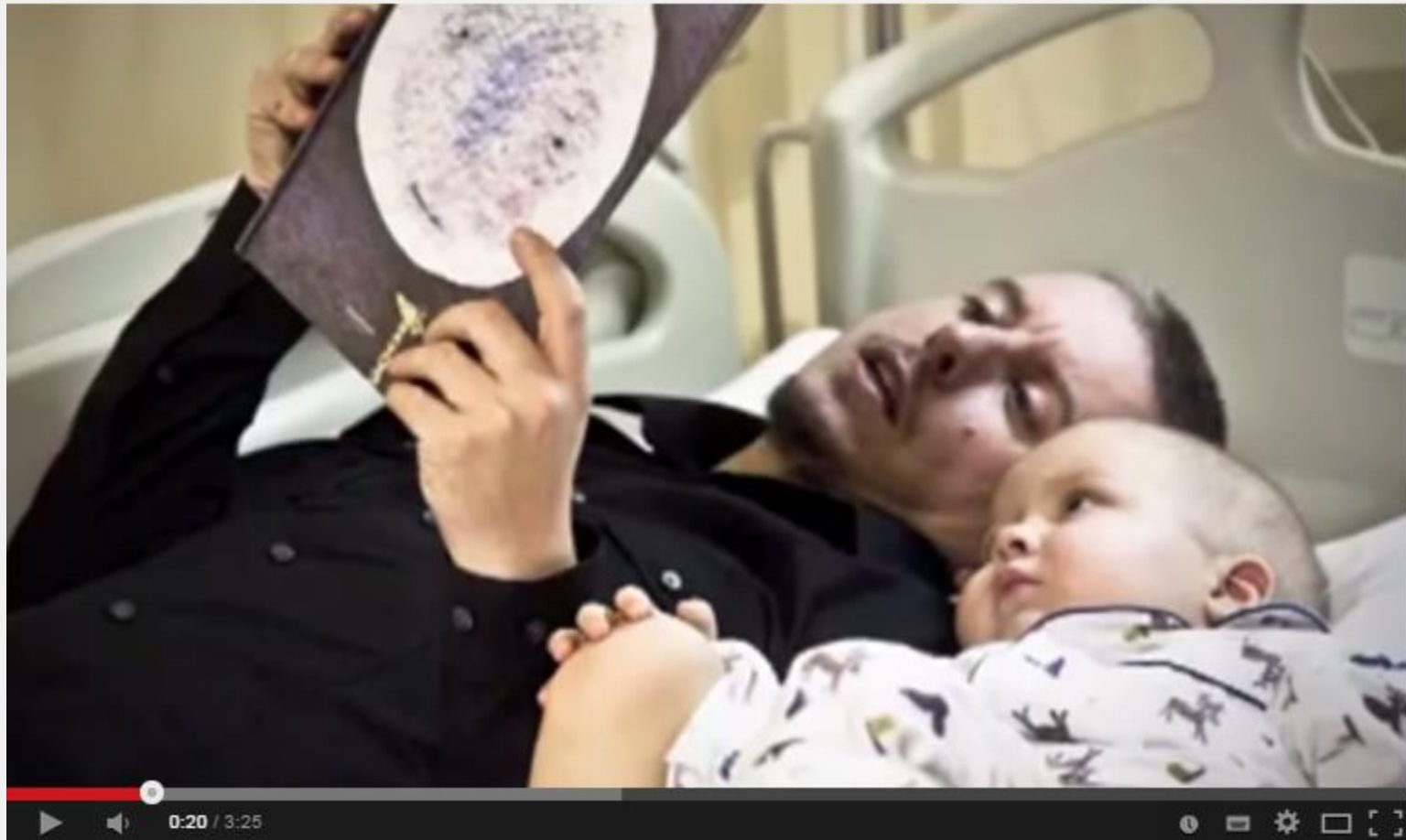
El Proyecto Corre ha supuesto 50.000€ de investigación en el año 1 y 73.000€ en el año 2.



Vídeo Primer Aniversario Fundación



[Enlace a vídeo](#)



Necesidad del Proyecto 2.0

Tres años después, es el momento de llevar a un nuevo nivel y dar una nueva dimensión al Proyecto Corre. Es el momento de adaptarse a una sociedad conectada tecnológicamente y acostumbrada cada vez más a formatos y proyectos colaborativos.

Es el momento de dar respuesta a todas esas empresas que quieren colaborar de alguna forma no siempre monetaria, sino a través de productos o servicios.

Vídeo Proyecto Corre 2.0

[Enlace a vídeo](#) (Password: 1entre100mil)



Necesidad del Proyecto 2.0

Por todo lo anterior, la Fundación UnoentreCienmil quiere desarrollar una APP del Proyecto Corre que sea:

- Única porque se establecerán retos en los que los kilómetros en movimiento sumen en la lucha contra la leucemia infantil.
- Solidaria desde el acceso (vía dorsal en la primera fase).
- Competitiva y complementaria con otras Apps de running.
- Con carácter y vertiente social a través de grupos y geolocalización.
- Sostenible por la naturaleza de la plataforma y por el factor colaborativo de toda la sociedad. Que sea una herramienta VIVA.

Problemas que ayudamos a solventar

La App Proyecto Corre 2.0, resuelve problemas y necesidades existentes a nivel social:

- Ausencia de fondos para la investigación.
- Invisibilidad del problema de la leucemia infantil.
- Ausencia de vinculación profunda, sostenible y real entre marcas-ciudadanos-usuarios.
- La integración de lo social en tu agenda cotidiana.
- Minimiza al máximo la exigencia en la colaboración para un fin social (“ayudar puede ser lúdico”).
- Hace sentir a todos protagonistas del cambio. Del proyecto.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO



App colaborativa usuarios-marcas-leucemia



A grandes rasgos, se trata de una aplicación con la que los usuarios podrán correr con su dorsal del Proyecto Corre de Unoentrecienmil (sincronizando sus propias App's de running o nativamente en la App), podrán crear grupos, consultar la agenda... y participar en retos. Retos lanzados por marcas que, o bien incentivarán la participación para conseguir una donación económica por parte de la marca, o bien incentivarán el correr por regalos directos a los usuarios.

La primera app **nativamente colaborativa** une ciudadanos y marcas en la co-creación y consecución de retos que generan fondos para la lucha contra la leucemia infantil.

La primera plataforma que ayuda a sensibilizar y captar fondos desde el **sentirse bien: física, ética y emocionalmente**

Una APP, Proyecto Corre 2.0, con los siguientes apartados:

- CORRER: con contador de kilómetros y sincronización con otras Apps de running para que todos los kms que se corran, sumen. Gracias a la geolocalización en todo momento los usuarios podrán ver qué otros dorsales corren cerca de ellos.
- AGENDA: los usuarios podrán ver la información relacionada con carreras organizadas por propios (partners) o terceros (organizaciones como la San Silvestre).
- GRUPOS: los usuarios podrán crear grupos para interactuar.
- RETOS: cualquier entidad podrá crear un reto con un objetivo cuantificado en dinero, productos o servicios para los usuarios y la Fundación.

La App recoge varias ideas de aplicaciones y plataformas existentes con éxito en el mercado y las junta en una sola, ayudando a avalar así la sostenibilidad del proyecto:

Apps de running (Endomondo...) +
Apps de comunidad (Whatsapp...) +
Apps de afinidad vía geolocalización (Tinder...) +
Apps descuentos, promociones de marcas (Groupon...).



Introduce tu nombre de usuario (correo
o teléfono) y tu número de dorsal para
empezar a correr contra la leucemia
infantil. Si no dispones de dorsal, pulsa
en **Regístrame** para obtener uno.

email

número de dorsal

Acceder

Regístrame



25,68 Km

HEMOS HECHO ENTRE TODOS

DISTANCIA

36,63 Km

TIEMPO

01:25:45

CALORÍAS

1300

ACTIVIDADES



4 realizadas

AGENDA



1 esta semana

RETOS



3 en curso

GRUPOS




estás en 4



ATT 9:25 100%

< Atrás 11 Octubre 2013

DURACIÓN 	VELOCIDAD 01:25:45	DISTANCIA 1300
00:00:00	TIEMPO POR KM 01:25:45	CALORIAS 1300





ATT

9:25

100%



Inicio



584,6 Km

LLEVAMOS CONTRA LA LEUCEMIA

DISTANCIA

36,63 Km

TIEMPO

01:25:45

CALORIAS

1300

CORRER



AGENDA



**CONVERTIR EL PROYECTO CORRE 2.0
EN EL MAYOR PROYECTO
COLABORATIVO
DE INVESTIGACIÓN CONTRA
LA LEUCEMIA INFANTIL
A NIVEL MUNDIAL.**



**4. DESTINATARIOS:
BENEFICIARIOS
DIRECTOS E
INDIRECTOS**



4.a. Stakeholders



Financiadores



Clientes y usuarios

Proyecto Corre 2.0



Beneficiarios



Proveedores



Equipo



Líderes de
Opinión



Medios
comunicación



Beneficiarios

Sociedad civil
Usuarios
Urbanitas activos
Niños que hacen deporte



Clientes y usuarios

Proyecto Corre 2.0

Comunidad
Unoentrecienmil
Niños con leucemia, sus
familias
Comunidad Médico-
Científica

Empresas
Colegios

Runners
Carreras Populares
#Mujeresquecorren



Financiadores



TECNOLÓGICOS
(programación, desarrollo y
mantenimiento APP)

Proyecto Corre 2.0



Proveedores

ASESORAMIENTO
(legal, financiero, marketing,
publicidad, medios,
eventos, PR)

JEFE DE PROYECTO
(Talento Solidario)

ATENCIÓN AL CLIENTE
Y LOGÍSTICA

VOLUNTARIOS

Proyecto Corre 2.0

ADMINISTRATIVO Y
COORDINADOR

DIRECTOR
DE MARKETING



Equipo



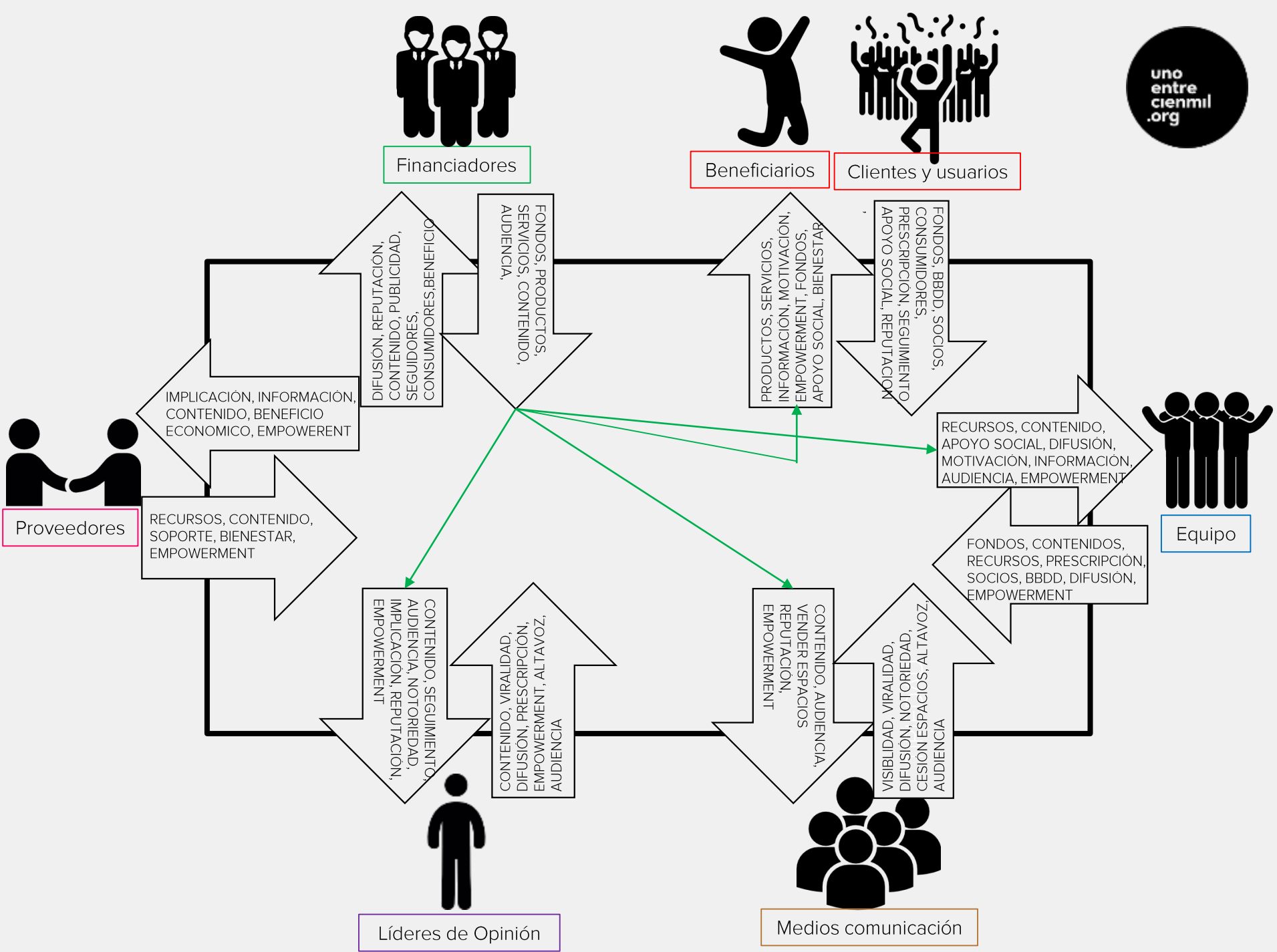
Medios
comunicación

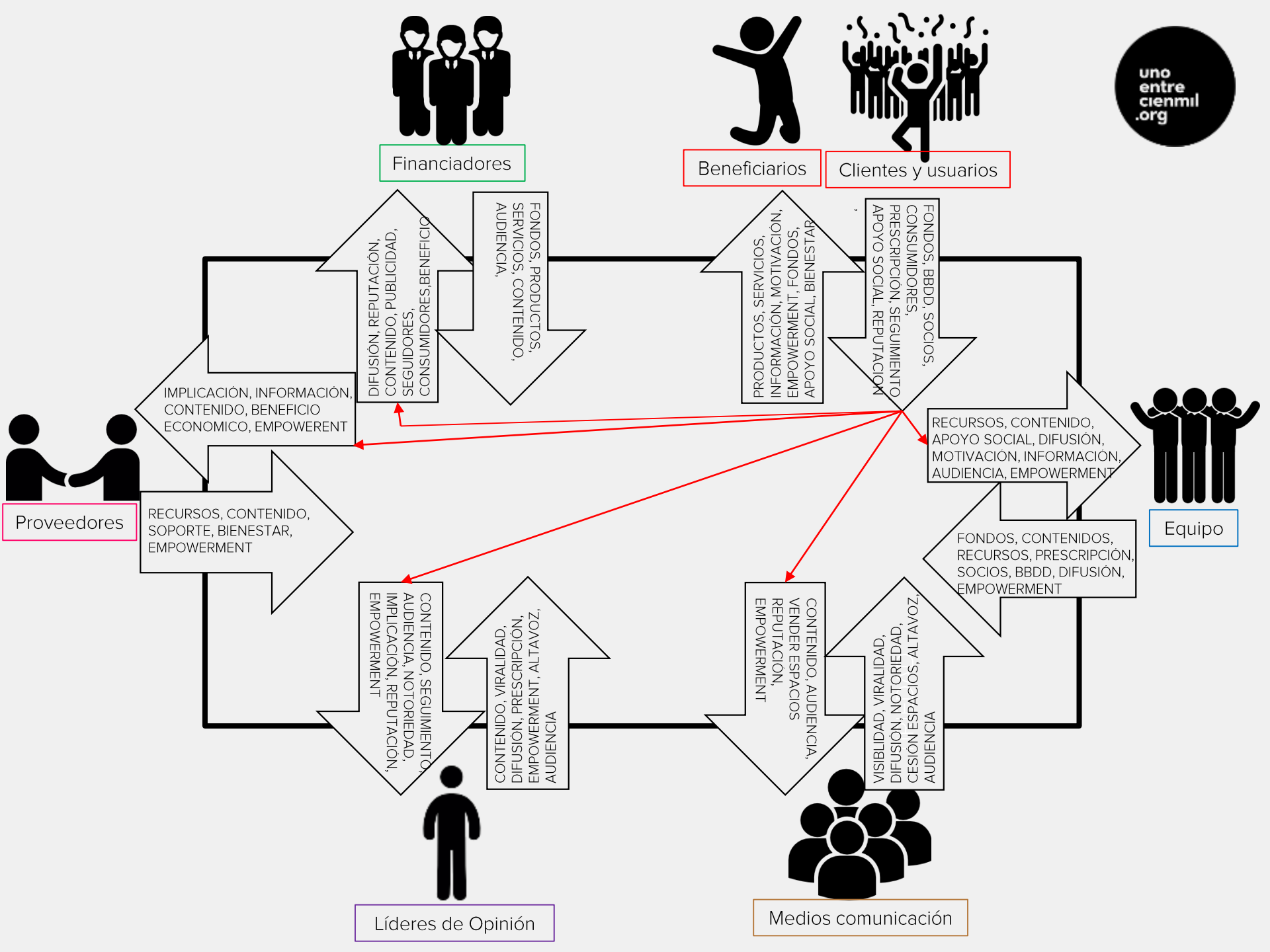


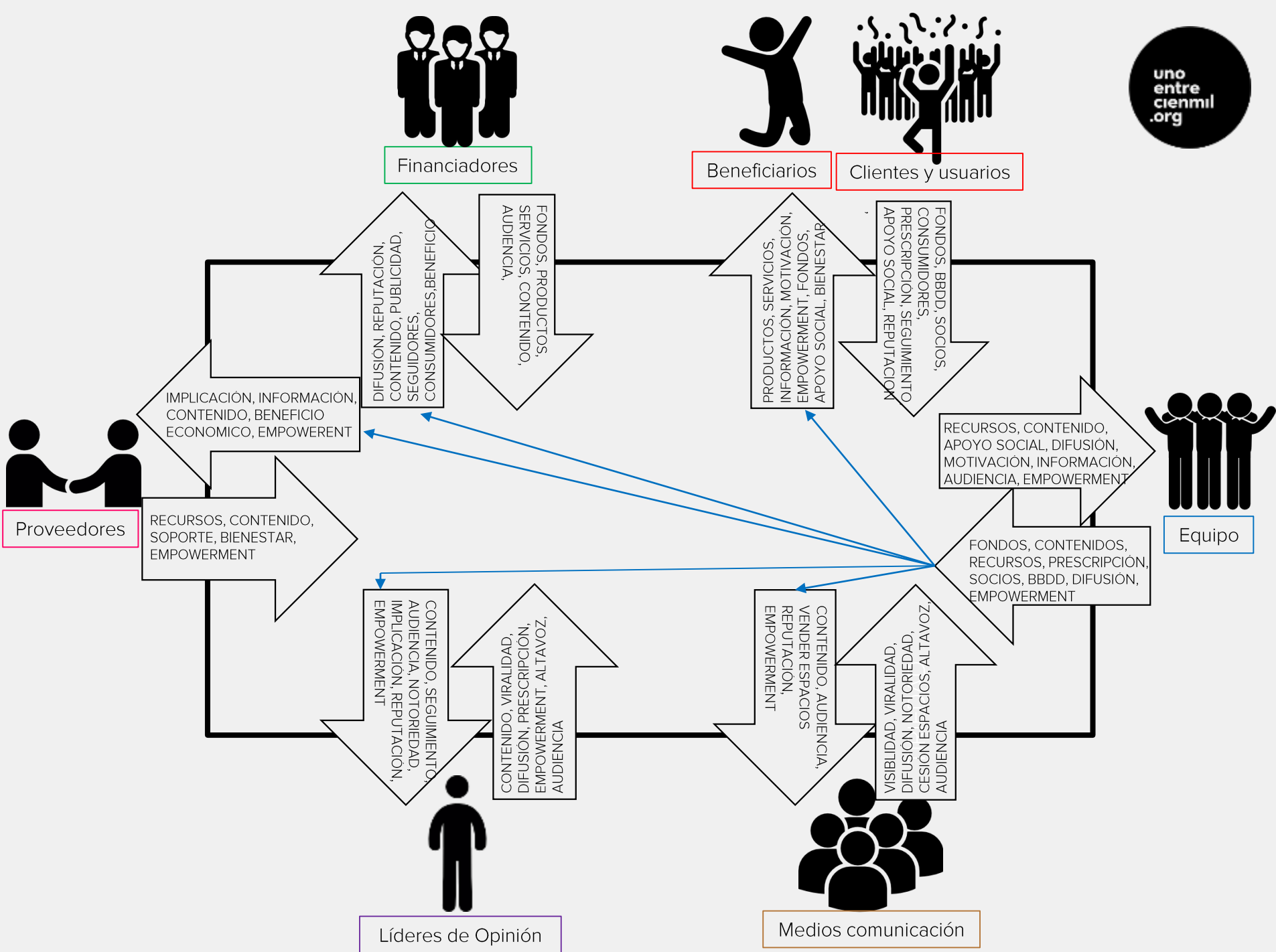
Líderes de
Opinión

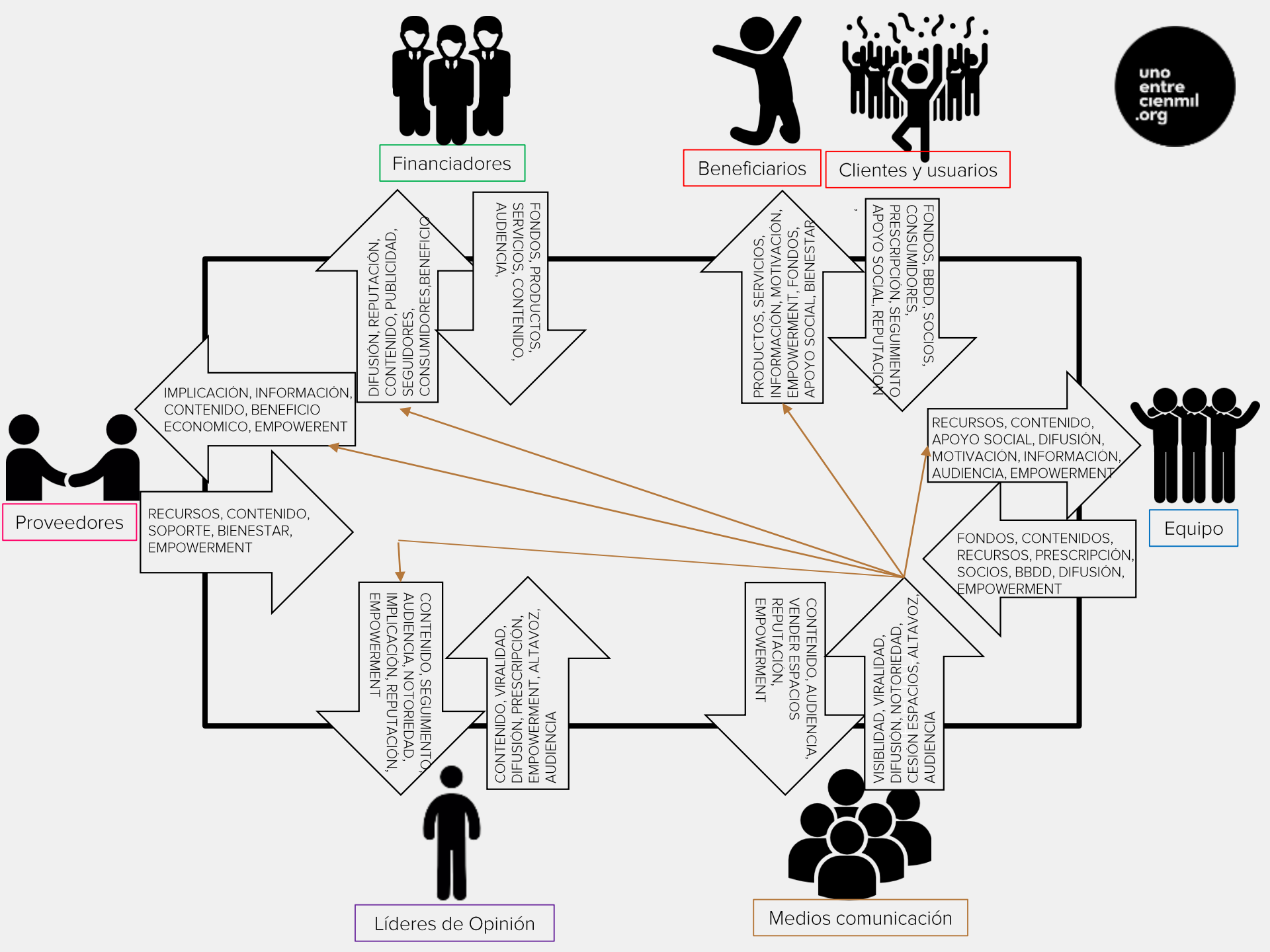
The background is a soft-focus photograph of a dandelion field. A large white circle is centered on the page, containing the main text. In the upper right corner, a single dandelion seed is shown in flight, its stem and parachute clearly visible against the green background.

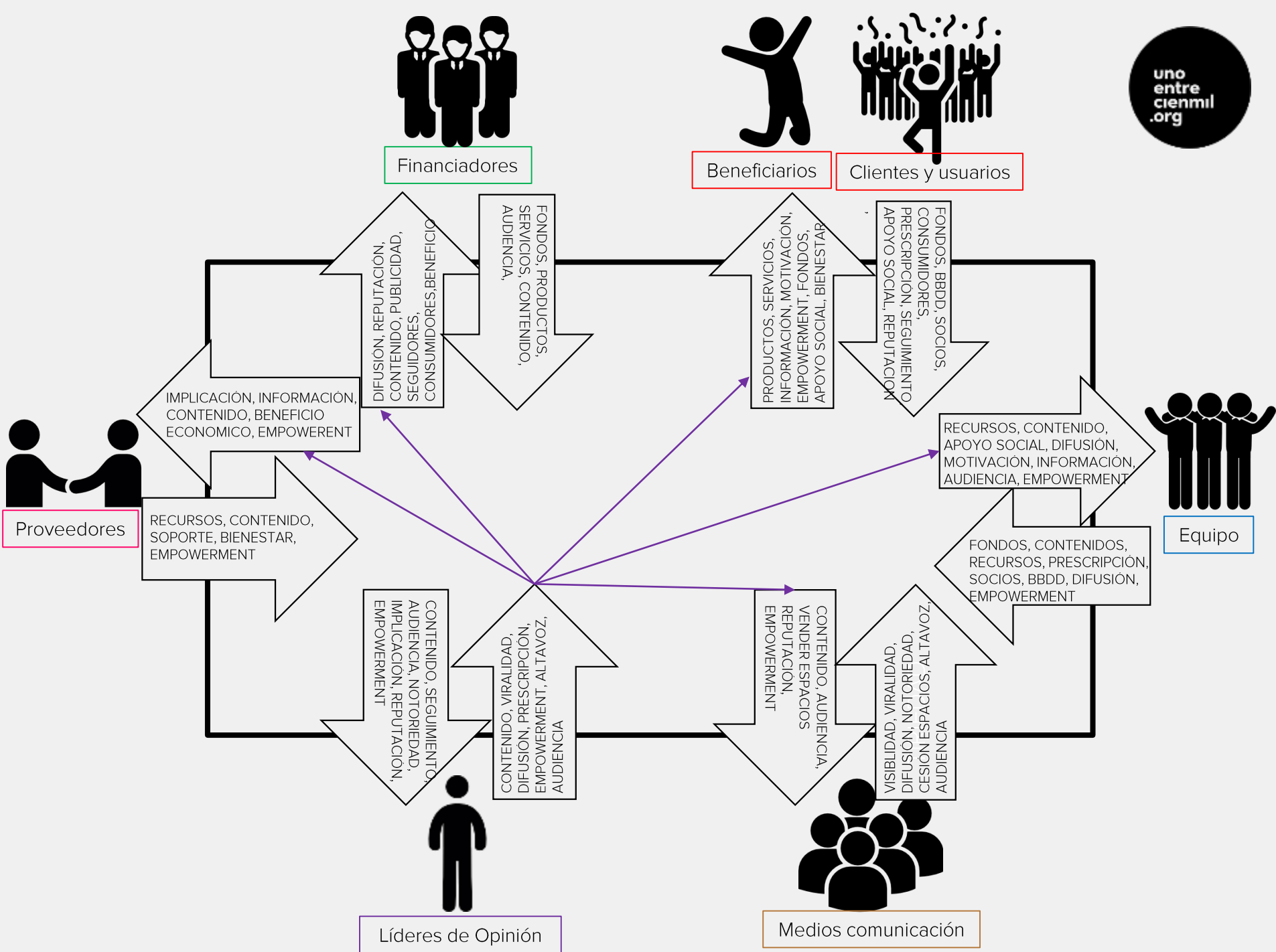
4.b. Cómo se retroalimentan

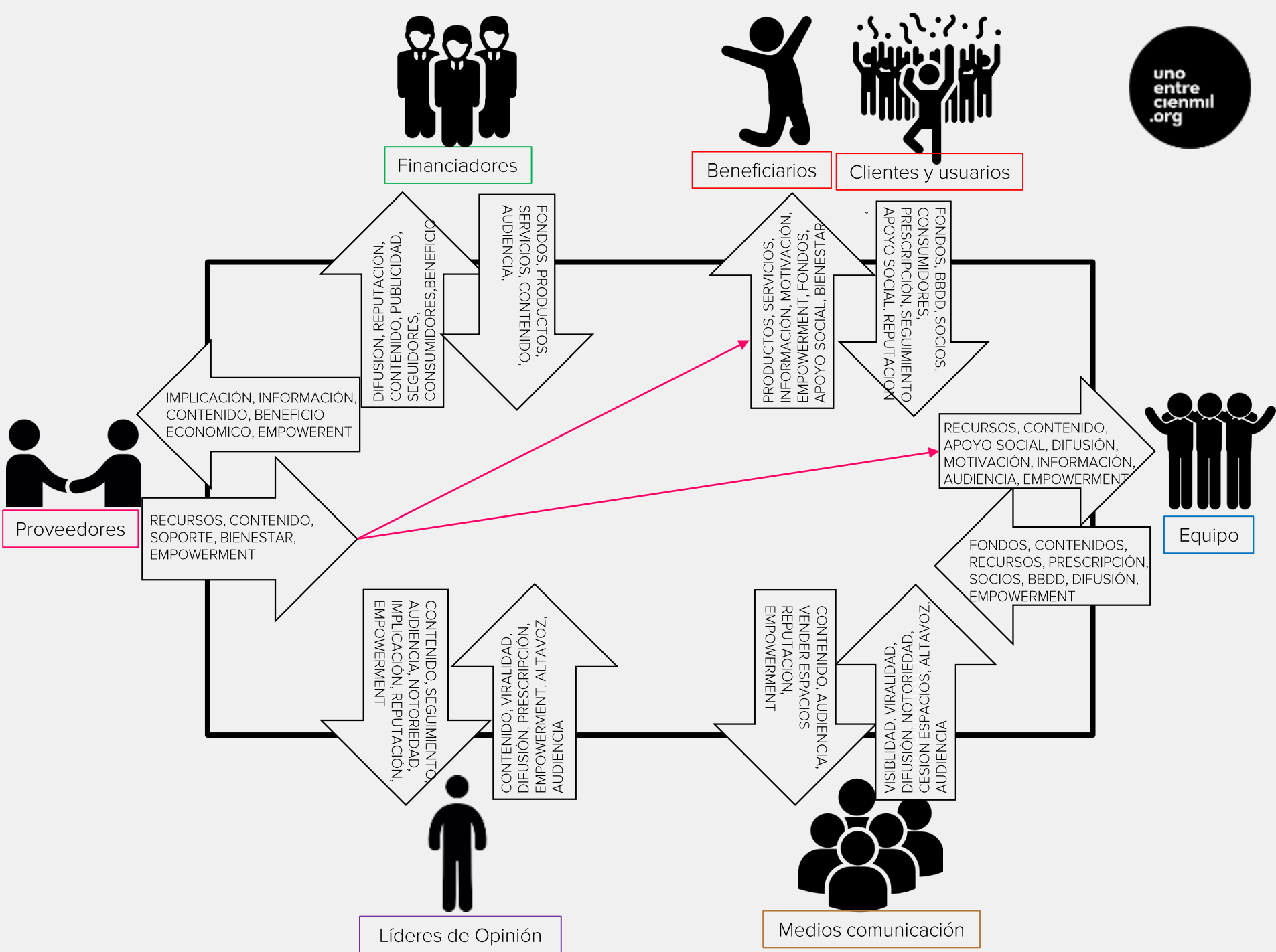


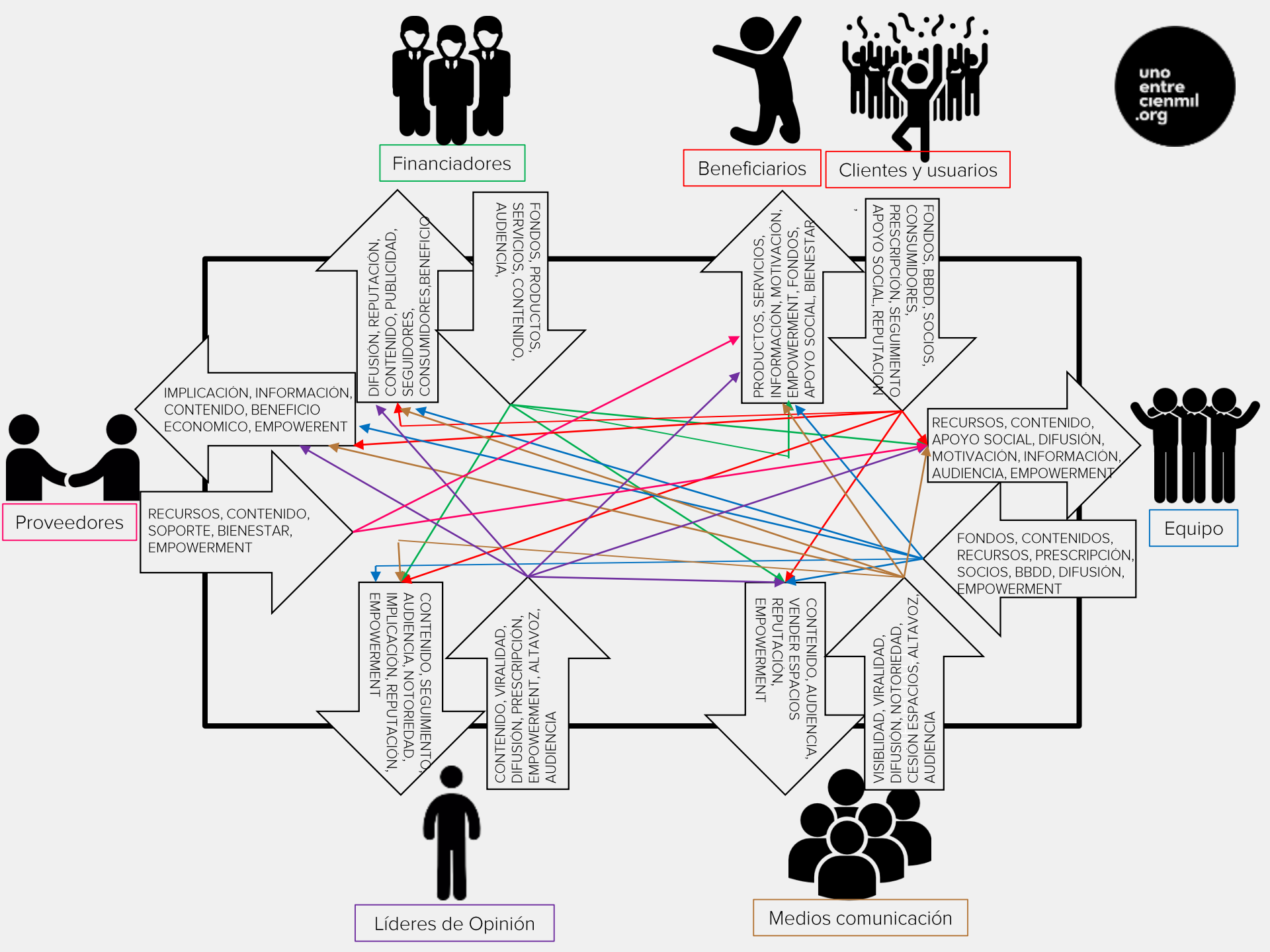












A close-up photograph of a dandelion seed head in focus, with a single seed floating away in the upper right corner. The background is a soft, out-of-focus green field.

**4c. Qué propuesta de
valor estamos dándoles**

¿Qué les estamos dando?

- Sentirse bien: física, ética / moralmente, emocionalmente.
- Disfrute.
- Visibilidad y vinculación emocional.
- Sensibilización y recaudación de fondos para la investigación.
- Socialización, hacer amigos, comunidad.
- Empowerment. Convertir a todos los usuarios en actor protagonista del cambio social. Sin esfuerzo aparente. Siendo lúdicos.
- Accesibilidad.
- Hacer comunidad con valores comunes.
- Retroalimentación y conexión: usuarios-marcas-usuarios-marcas comunidad medica.



**5. ÁMBITO
TERRITORIAL DE
ACTUACIÓN**

El ámbito territorial de actuación de la Fundación es España.

En una primera etapa de lanzamiento y asentamiento, la App será desarrollada en el territorio español, pero las pretensiones que existen es que sea un referente a nivel internacional y pueda viajar a diferentes países.

Y a distintas causas sociales.

A scenic landscape featuring a lighthouse on a cliff. The lighthouse is white with a glowing light at the top, situated on a rocky outcrop. The surrounding terrain is rugged with green and yellow vegetation. In the background, there are rolling hills and a small lake under a sky filled with soft, white clouds. A large white circle is overlaid on the center of the image, containing the text.

6. OBJETIVO GENERAL

**CO-CREAR
EL MAYOR PROYECTO
COLABORATIVO
DE INVESTIGACIÓN CONTRA
LA LEUCEMIA INFANTIL
A NIVEL MUNDIAL.**

OTRAS METAS

- Que año tras año se convierta en la herramienta natural de recaudación sostenible para la investigación contra la leucemia infantil.
- Que sea la plataforma el medio/comunidad más eficaz (sencillo, poco exigente, accesible, divertido y colaborativo) de interrelación entre marcas-usuarios para un fin social.
- Que sea el canal de referencia deseable para marcas / celebrities y lo quieran meter en su planificación de medios / presencia.

A scenic landscape featuring a lighthouse on a cliff under a cloudy sky. The lighthouse is a white, cylindrical structure with a glowing light at the top, situated on a rocky outcrop. The surrounding terrain is rugged and covered in green and yellow vegetation. The sky is filled with soft, white clouds, and the overall atmosphere is serene and majestic.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

7.a. DE LA APP

- Desarrollar una App user friendly y convertirla en el medio más eficaz (sencillo, poco exigente, accesible, lúdico y colaborativo) de interrelación entre marcas y usuarios para un fin social.
- Construir una comunidad de usuarios activos e incrementarla. Usuarios que hagan suya la plataforma y la mejoren en un formato de open innovation.
- Generar engagement con la comunidad y hacerla sentir bien, a través de contenidos afines (salud + solidaridad).
- Convertir al menos a 1% de estos users en socios de la Fundación de una forma orgánica, lúdica y no intrusiva.

7.b. CON PARTNERS

- Conseguir la implicación de un gran número de empresas de todo tipo, privadas y públicas.
- Que esta implicación se traduzca en colaboraciones económicas o de productos y servicios.
- Construir una comunidad de empresas afines a los objetivos de la App. Empresas que hagan suya la plataforma y la mejoren en un formato de open innovation.

7.c. DE COMUNICACIÓN



- Gran cobertura mediática en el lanzamiento.
- Generar Branded Content en espacios afines en todos los medios (ejemplo: Pilar Rubio en el Hormiguero, Artículo en revista Runners...).
- Consolidar una estrategia de embajadores activos en la App.
- Que sea el canal de referencia para marcas y celebrities, y que lo quieran incluir en su planificación de contenidos.



8. ACTIVIDADES, FASES Y TEMPORALIZACIÓN



Actividades / fases	Mes 1-3	Mes 4-6	Mes 7-9	Mes 10-12	Mes 13-15	Mes 16-18
1- Definición y requisitos de APP						
1.1. Coordinación con colaboradores.						
1.2. Toma de decisiones.						
1.3. Diseño gráfico y Desarrollo						
1.4. Testeo, revisión, mejoras						
1.5. Medición (Pretest Online)						
1.6. Ajustes y visto bueno final.						
1.7. Grabación vídeo demo.						
2- Implicación de empresas en retos y patrocinio						
2.1. Reuniones y firma de acuerdos con empresas colaboradoras: Patrocinio, retos y datos de carreras para agenda.						
2.2. Gestión logística de las colaboraciones materializadas en productos.						
3- Lanzamiento						
3.1. Evento de lanzamiento						
3.2. Acciones de PR						
4- Atracción de tráfico hacia la APP						
5- Conversión a socios						
6- Fidelización y dinamización						
6.1. Lanzamiento y gestión de retos.						
6.2. Creación de contenidos.						
6.3. Difusión						
7- Evaluación. Informes, propuestas de mejora, lanzamiento de novedades						
7.1. Medición (Post-test Online)						
7.2. Encuesta de satisfacción y propuestas (usuarios y marcas)						
7.3. Ajustes en base a resultados						



9. RESULTADOS ESPERADOS

7.a. DE LA APP

- Más de 100.000 descargas a lo largo del primer año.
- Conversión de, al menos, el 1% en socios de la Fundación: 1.000 socios el primer año.
- Tasa de retención del 50%: al menos 2 de cada 4 descargas sean permanentes y sean usuarios activos regularmente.

7.b. CON PARTNERS



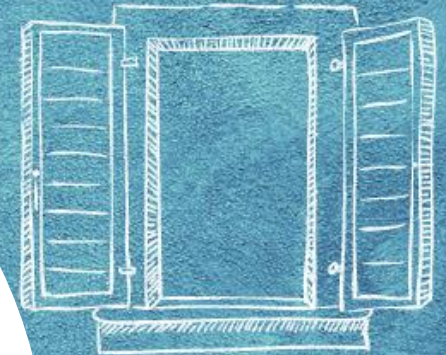
- Un mínimo de 20 empresas durante el primer año.
- Capitalizar la implicación de las empresas en una cifra mínima de 100.000€ al año entre fondos, productos y servicios.

7.c. DE COMUNICACIÓN



- Campaña en medios ganados equivalente a 5.000.000€ de inversión, en medios convencionales y digitales.
- Alcance de 30.000.000 de personas.

**10. RECURSOS
HUMANOS
IMPLICADOS EN EL
PROYECTO**



Project Leader / Jefe de Proyecto / Account Manager

Solicitado a la Fundación Botín para que desarrolle principalmente dos funciones:

1. La dirección de todo el proyecto y gestión global de todas las áreas.
2. La parte más activa y táctica de captación de empresas para la interacción perfecta entre usuarios y marcas.

Atención al cliente

La respuesta inmediata a todos los stakeholders es una de las partes más importantes del proyecto, para poder cumplir con su naturaleza colaborativa y hacerlo sostenible.

Logística

Cuando la plataforma alcance un volumen en el sea necesario el almacenaje y distribución de productos donados.

SUPPORT TEAM



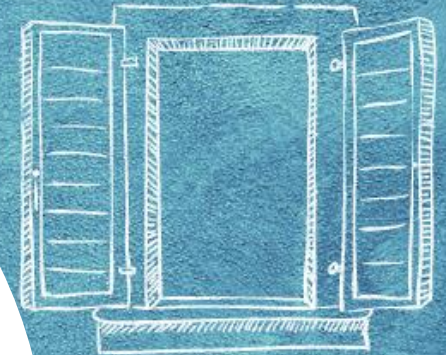
Director de Marketing

Administrativo

Coordinador (proveedores y servicios)

Voluntarios

11. RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES DEL PROYECTO



Recurso	Vinculación
APP	Edición
Oficina	Alquiler
2 ordenadores	Cesión
Impresora	Cesión
Conexión a internet	Alquiler
2 Teléfonos	Cesión
Recursos Web	Alquiler
Almacenaje (productos donados)	Alquiler
Distribución	Contratación



13. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La SOSTENIBILIDAD del proyecto la garantizaremos fundamentalmente a través del proceso de seguimiento y evaluación, el cual será constante para producir mejoras significativas.

MEDIREMOS:

- Número de descargas y valoraciones de la APP en App Store y Google Play.
- Número de interacciones dentro de la APP (grupos y retos creados).
- Número de empresas vinculadas y su aportación en cada reto.
- Número de referencias a la APP en redes sociales
- Número de dorsales/socios conseguidos a través de la APP
- Número de menciones en twitter, instagram, facebook (etiquetas)

Cada fase contará con un análisis de los KPIs establecidos y valoraciones de los usuarios.

FASES:

1. **Pretest online antes de lanzamiento** con una muestra de 250 personas y entre 5 y 10 empresas. Sobre estos resultados se harán ajustes.
2. **Cada 6 meses se hará un post-test con la misma muestra** para definir reajustes. De forma continuada a lo largo del año se harán encuestas de satisfacción, dentro de las cuales se habilitará un campo de propuestas.
3. **A finales del año 1 se creará un comité** de heavy-users + empresas más activas + core team proyecto, para hacer una sesión de workshop en la se trabajen mejoras y propuestas.



**14. DIFUSIÓN DE LA
COLABORACIÓN DE
LA FUNDACIÓN
BOTÍN.**

- El logotipo de la Fundación Botín estará presente en todas las comunicaciones que se hagan de la App.
- Espacio en la web del proyectocorre.org para explicar y agradecer la colaboración de la Fundación Botín.
- Newsletter a la base de datos de la Fundación Unoentrecienmil.
- Generación de contenido de agradecimiento en todos los canales sociales de la Fundación Unoentrecienmil (Blog, Facebook, Twitter).
- Acto de presentación de la App en las instalaciones de la Fundación Botín, con presencia del equipo de la Fundación y de colaboradores (bloggers, personajes, periodistas...).

Cualquier petición de la Fundación Botín será tenida muy en cuenta y trabajada en equipo, para conseguir la mejor repercusión.

A dark, atmospheric forest scene at night. The trees are tall and thin, with their trunks visible against a deep blue and black background. In the upper right quadrant, a single firefly is shown in flight, its body glowing with a bright yellow light and leaving a faint, dotted trail behind it. The overall mood is mysterious and serene.

15. CARÁCTER INNOVADOR DEL PROYECTO

- Estamos hablando de la primera app **nativamente colaborativa** que une ciudadanos y marcas en la cocreación y consecución de retos, que generen fondos para la lucha contra la leucemia infantil.
- La primera plataforma que ayuda a sensibilizar y captar fondos desde el **sentirse bien. Física, ética y emocionalmente.**

Lo más innovador y que garantiza la sostenibilidad del proyecto, es que reúne en una sola plataforma ingredientes de fórmulas de éxito:

Apps de running (Endomondo...) +

Apps de comunidad (Whatsapp...) +

Apps de afinidad vía geolocalización (Tinder...) +

Apps descuentos, promociones de marcas (Groupon...).

El **proyecto corre 2.0** reúne una serie de características que hacen que este nuevo producto, lanzado por una Fundación sin ánimo de lucro, tenga un **desarrollo innovador, sostenible y exitoso**:

- En el **factor colaborativo y co-creativo**. La involucración de los stakeholders es clave para la sostenibilidad de la plataforma.
- En la **gestión de los grupos de interés y de una comunidad** que está en la cresta de la ola, el running, que mueve a 2.5 millones de personas.
- En el **uso de nuevas tecnologías** aplicadas a los servicios/productos de una Fundación.

- En la captación de fondos a través de la propia App. Reinventará el concepto de donación y la forma de implicar a los agentes involucrados en el cambio social.
- Userfriendly. En su diseño y creación. Intuitivo y usable.
- Sostenible. En la evaluación y medición. Todo lo que hagamos será perfectamente medible a través de Kpis.
- El proyecto corre 2.0 está enmarcado dentro de lo que se ha categorizado como *innovación abierta** ya que:

TODA LA SOCIEDAD HARÁ SUYO EL PROYECTO CORRE 2.0



Cien mil Gracias

www.unoentrecienmil.org

jose@unoentrecienmil.org