




RESILIENTE CREATIVO LAB

DIEGO ESQUIVEL (CHILE), TOMÁS VELEZ (COLOMBIA), BLANCA
MOLINA (PERÚ), MELINA GALÁN (MÉXICO) Y GUILLERMO
SALAZAR (NICARAGUA)

DESPERTANDO LA CREATIVIDAD Y REDESCUBRIENDO LOS
TALENTOS DE LA NIÑEZ. EQUIPO #1303

HACKATHON RESPIRO CREATIVO
2020



**EL SER HUMANO
APORTANDO
ARTE Y
CULTURA
CONTRA
PANDEMIA
COVID-19**

#RC.LAB

UN NUEVO MUNDO ESTA EN TUS MANOS

PLAN DE ACCIÓN

**11
días**

PREPRODUCCIÓN

- Creación de identidad (3 días).
 - Hacer un plan de desarrollo semanal (4 días).
 - Gestionar aliados y recursos estratégicos (4 días).
-

**10
días**

PRODUCCIÓN

- Lanzamiento de material de identidad (2 días).
 - Los aliados estratégicos convocan, presentan y alertan (3 días).
 - Poner en marcha el plan de desarrollo (5 días).
-

**5
días**

POST PRODUCCIÓN

- Selección de los mejores resultados y Posteo de estos en cuentas oficiales (2 días).
- Retroalimentación y Redacción de lo aprendido (1 día).
- Desafiar a los que saben de su oficio y transformarlos en nuevos impulsores (2 días).

Resiliente Creativo Lab

PLAN DE ACCIÓN

RESILIENTE
CREATIVO

1° PREPRODUCCIÓN (11 días)

1°-Creación de Identidad (3 días):

Logo, Audiólogo, se definen colores e ítems básicos que definen la identidad. Preguntas: Qué es, qué hace, quiénes somos

2°-Hacer un plan de desarrollo semanal (4 días):

Se reta a cada impulsores a definir un público seleccionado a hacer un plan de desarrollo semanal, con unos parámetros definidos. Parámetros: Construir el plan de desarrollo en cuatro días, la publicación del reto tenga una duración en el material de máximo 2 minutos, el plan de desarrollo dura una semana, enfocarse en una red social(youtube se usaría con otra red social) y no repetir una misma red social entre impulsores, las redes sociales a usar son (Instagram, Facebook, Tik Tok, Youtube, Soundcloud, Twitter, Whatsapp) y el comando base en todas las redes sociales es #RCsabe-categoría (ejemplos: #RCsabe-música, #RCsabe-cocina, #RCsabe-jardinería etc.).

3°-Gestionar aliados y recursos estratégicos (4 días):

Gestión en la medida de lo posible 3 aliados estratégicos, por cada impulsor, en diferentes campos (Gremio Educativo, Redes Sociales, Emprendimiento, Gremio Artístico, Medios de Comunicación y Líderes locales), con el fin de ayudar a la difusión, socialización, sostenimiento, inclusión y a tener una voz con autoridad.

PLAN DE ACCIÓN

RESILIENTE
CREATIVO

2° PRODUCCIÓN (10 días)

1°-Lanzamiento de material de identidad (2 días):

Cada impulsor publica en su red social seleccionada, el material de identidad según su plan de desarrollo.

2°- Los aliados estratégicos convocan, presentan y alertan (3 días):

Los aliados o recursos estratégicos convocan, presentan y alertan acerca de los retos creativos que serán difundidos en sus redes sociales.

3°-Poner en marcha el plan de desarrollo(5 días):

Los impulsores pondrán en acción su plan de desarrollo, difundiendo los retos creativos en las redes sociales usando todos los mecanismos necesarios de sus redes sociales entre ellas el Hashtag #RCsabe-categoría (ejemplos: #RCsabe-música, #RCsabe-cocina, #RCsabe-jardinería etc...) para conectar las demás redes de los otros impulsores y demás aliados estratégicos.

PLAN DE ACCIÓN

RESILIENTE
CREATIVO

3° POST PRODUCCIÓN (5 días)

1°- Selección de los mejores resultados y Posteo de estos en cuentas oficiales (2 días):

Se seleccionará el mejor material de los resultados de estos retos creativos, y se publicarán en la red sociales.

2°- Retroalimentación y Redacción de lo aprendido (1 día):

Se hará una reunión virtual por parte de los impulsores donde se redactará un documento que contenga, que se logró que se puede mejorar y que se debería seguir desarrollando.

3°-Desafiar a los que saben de su oficio y transformarlos en nuevos impulsores(2 días):

Se identificará nuevos impulsores y llevarlos a la factibilidad y la sostenibilidad de seguir la red #RCsabe

PLAN DE ACCIÓN

RESILIENTE
CREATIVO

TERMINOLOGÍA RCLab

- Impulsor:** Persona que impulsa todo el plan de desarrollo.
- Público Seleccionado:** Cliente o Causa.
- Aliado o Recurso estratégico:** Ente, persona, comunidad, recurso, institución, colectivo, agrupación, entre otras que apoya al impulsor.
- Material de Identidad:** Audiólogo, logo, colores y preguntas que definen la identidad y recordación de marca.
- Retos Creativos:** Estímulo base con el que se generarán ideas creativas que darán paso al laboratorio para formar, conocimientos, habilidades, capacidades y perspectivas del público seleccionado.