



FUNDACIÓN
VENCER





HOLA

ALIADOS VENCER



**FUNDACIÓN
VENCER**

La Fundación Vencer es la primera organización de personas que viven con VIH/SIDA en Paraguay.

Desde su creación viene trabajando en la defensa de los Derechos Humanos de las Personas Viviendo con VIH (PVV) y en la prevención de la transmisión del VIH en la población general.



¿QUIENES SON ALIADOS VENCER?

Son empresas, corporaciones y organizaciones que sienten empatía con la Fundación Vencer y el foco que abarca la causa de ésta, por ende están dispuestas a brindar aportes que ayuden a su sostenibilidad.

CATEGORÍAS



Aliado Vencer
Silver

75.000.000 Gs.



Aliado Vencer
Gold

100.000.000 Gs.



Aliado Vencer
Premium

150.000.000 Gs.



- Talleres grupales de planificación familiar:

Charlas grupales de planificación familiar a todos los colaboradores de la empresa.

Dos talleres, una vez por semestre.

Para los colaboradores del interior se puede hacer en formato virtual.

- Talleres grupales de VIH/SIDA:

Charlas grupales de prevención de infecciones de transmisión sexual todos los colaboradores de la empresa.

Dos charlas, una vez por semestre.

Para los colaboradores del interior se puede hacer en formato virtual.

- Taller sobre salud laboral:

Taller con las áreas, indicadores, condiciones e impacto del clima laboral favorable. Consecuencias de un clima tóxico. Salud laboral – tres horas por semestre, dos veces por año.

Presencia de la marca en los Materiales impresos

Institucionales: los materiales están sujetos a las campañas institucionales.

La difusión de los mismos se realizará en las comunidades dónde trabajamos, las usf y espacios de incidencia Política.

Mención de la empresa en todas las conferencias de prensa de la Fundación Vencer. Logo de la marca en tamaño pequeño en la web institucional de la Fundación vencer

2 menciones mensuales en las redes sociales de la Fundación Vencer (Twitter - Facebook - Instagram) hasta 5 posteos de las actividades en las redes sociales de la fundación vencer sobre las actividades

que se realicen en conjunto con la empresa nota anual para la web sobre la experiencia de la empresa siendo un Aliado Vencer mención de la marca durante la semana referente al día mundial del contra el VIH/SIDA

Presencia destacada de la marca durante las actividades desarrolladas en la semana contra el VIH/SIDA

Mención de la marca en vocería durante las conferencias de prensa de la fundación vencer.

Banner de la empresa durante las conferencias de prensa de la fundación:
Una conferencia de prensa en el marco del día mundial de la lucha contra el vih/sida.



- Talleres grupales de planificación familiar:

Salud sexual y reproductiva 1 hora en 2 ocasiones
(1 en el 1er semestre y 1 en el 2do semestre)
Métodos anticonceptivos (1 hora) en 2 ocasiones
(1 en el 1er semestre y 1 en el 2do semestre)
Paternidad responsable (1 hora) en 2 ocasiones
(1 en el 1er semestre y 1 en el 2do semestre)

- Talleres grupales de VIH/SIDA:

Talleres grupales de VIH/SIDA – Una vez por año

- Taller sobre Salud laboral:

Taller con las áreas, indicadores, condiciones e impacto del clima laboral favorable. Consecuencias de un clima tóxico. Salud laboral – tres horas por semestre, dos veces por año.

Presencia destacada de la marca en eventos de la fundación vencer

Presencia del logo de la empresa en remeras de capacitadores vencer: la cantidad de talleres queda sujeta a la alianza concretada con la empresa. participan de cada taller entre 30 o 50 personas

Cheque de gran tamaño con el monto de donación para compartir en las rrss de la empresa y vencer reporte personalizado de rendición de cuentas de manera semestral (cantidad de personas beneficiadas en los distintos servicios que ofrece la fundación).

Cantidad de talleres realizados dentro de la alianza con la empresa, donde se realizaron estos talleres y cuantas personas fueron beneficiadas.

Cantidad de impresiones de las comunicaciones realizadas en conjunto para las diferentes redes sociales de la fundación vencer.

Presencia de la marca en los banners institucionales
Presencia de la marca en los materiales impresos institucionales: los materiales están sujetos a las campañas institucionales.

La difusión de los mismos se realizará en las comunidades dónde trabajamos, las usf y espacios de incidencia política.

3 menciones mensuales en las redes sociales de la fundación vencer (twitter - facebook - instagram) hasta 10 posteos de las actividades en las redes sociales de la fundación vencer sobre las actividades que se realicen en conjunto con la empresa nota anual para la web y facebook sobre la experiencia de la empresa siendo un aliado vencer mención de la marca durante la semana referente al día mundial del contra el vih/sida

presencia destacada de la marca durante las actividades desarrolladas en la semana contra el vih/sida

Mención de la marca en vocería durante las conferencias de prensa de la fundación vencer.
representante de la empresa durante las conferencias de prensa de la fundación.

Banner de la empresa durante las conferencias de prensa de la fundación: una conferencia de prensa en el marco del día mundial de la lucha contra el vih/sida y 1 conferencia de prensa de menor tamaño en el marco de campañas específicas institucionales.



- Talleres grupales de planificación familiar:

Salud sexual y reproductiva 1 hora en 2 ocasiones
(1 en el 1er semestre y 1 en el 2do semestre)
Métodos anticonceptivos (1 hora) en 2 ocasiones
(1 en el 1er semestre y 1 en el 2do semestre)
Paternidad responsable (1 hora) en 2 ocasiones
(1 en el 1er semestre y 1 en el 2do semestre)

- Talleres grupales de VIH/SIDA:

2 ocasiones (1 en el 1er semestre y 1 en el
2do semestre)

- Taller sobre competencias

(Asertividad - Trabajo en equipo)

- Taller de emociones y habilidades blandas.

- Taller sobre Salud laboral:

Taller con las áreas, indicadores, condiciones e
impacto del clima laboral favorable. Consecuencias
de un clima tóxico. Salud laboral – tres horas por
semestre, dos veces por año.

Presencia destacada de la Marca en eventos de la
Fundación vencer

Presencia del logo de la empresa en remeras de capacitadores vencer: la
Cantidad de talleres queda sujeta a la alianza concretada con la empresa. Participan
de cada taller entre 30 0 50 Personas.

Cheque de gran tamaño con el monto de donación para compartir en las rrrs de la
empresa y vencer

Reporte personalizado de rendición de cuentas de manera semestral (cantidad
de personas beneficiadas en los distintos servicios que ofrece la fundación.

Cantidad de talleres realizados dentro de la alianza con la empresa, dónde
Se realizaron estos talleres y cuantas personas fueron beneficiadas.

Cantidad de impresiones de las comunicaciones realizadas en conjunto para las
diferentes redes sociales de la Fundación Vencer.

Presencia de la marca en los banners insitucionales

Presencia de la marca en los materiales impresos institucionales: los materiales están
sujetos a las
Campañas institucionales. La difusión de los mismos se realizará en las comunidades
dónde trabajamos, las USF y espacios de incidencia política.

Mención de la empresa en todas las conferencias de prensa de la
Fundación Vencer

Logo de la marca en tamaño grande en la web institucional de la Fundación Vencer
4 menciones mensuales en las redes sociales de la Fundación Vencer
(Twitter - facebook - instagram)

Posteos ilimitados de las actividades en las redes sociales de la fundación vencer sobre las actividades que se realicen en conjunto con la empresa nota anual para la web - facebook y twitter sobre la experiencia de la empresa siendo un aliado vencer.

Presencia del logo de la empresa en todas las comunicaciones dirigidas para "amigos Vencer" (flyers y correos): base de datos Con 200 personas con las cuales se mantiene Una relación periódica 1 vez al mes.

Mención destacada de la marca durante la semana referente al día mundial del contra El vih/sida presencia destacada de la marca durante las actividades desarrolladas en la semana contra el vih/sida

Banner de la empresa durante las conferencias de prensa de la fundación: una conferencia de prensa en el marco del día mundial de la lucha contra el sida/vih y 2 conferencias de prensa de menor tamaño en el marco de campañas específicas institucionales.

El banner estará ubicado al lado mismo del banner de la Fundación Vencer.
Representante de la empresa durante las conferencias de prensa de la fundación.

Mención de la marca en vocería durante las conferencias de prensa de la fundación vencer.

Presencia del logo de la empresa durante todo el mailing enviado en diciembre (mes contra el vih/sida)