

DE LOS CREADORES DE LA 1ER GRAN CAMPAÑA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL:



Corazoles



KUMBRE 2014

CLIMB FOR AIDS CURE

WWW.SEBUSCANMANDELAS.ORG

#SEBUSCANMANDELAS



EXPEDICIÓN A LA CÚSPIDE DEL MONTE KILIMANJARO EN ÁFRICA

[COCA COLA CIRCUIT ROUTE]

"EL CAMINO MÁS RECORRIDO"



WORLD RECORD CLIMB
FOR AIDS CURE
 HIKING MILES - SAVING LIVES
 M É X I C O & T A N Z A N I A
 P U E B L A M O S H I
 ————— 2014 —————
 FUNDRAISING EXPEDITION & SOCIAL
 RESPONSIBILITY CAMPAIGN ENCOURAGING
NELSON MANDELA DAY
 LEAD BY JUSTY ELYSER TATO

WWW.SEBUSCANMANDELAS.ORG



SUPPORTING THE GOALS OF:



ACCORDING THE INITIATIVE OF:

18 JULY 2014

PROUD ADVOCATE OF

NELSON MANDELA DAY

MAKE EVERY DAY A MANDELA DAY!



PROUD TO PROMOTE THE
 NELSON MANDELA'S LEGACY:



*"We can change the world and make it a better place.
 It is in your hands to make a difference."*

[**Nelson Mandela**]

WELCOME

Para ALKIMIA MARKETING GROUP y su red de empresas sociales; ETIC, CONKAUSA y GO-GREEN, significa una gran satisfacción el extender a todos nuestros amigos solidarios una cordial invitación para que participen en la nueva **Campaña Internacional de Responsabilidad Social: #SEBUSCANMANDELAS: KUMBRE 2014** (HIKING MILES - SAVING LIVES).

Campaña por la que participamos en la **Cumbre Mundial de Líderes 2013** "Arquitectos para un Mundo Mejor" organizada por la **Organización de las Naciones Unidas (ONU)**, durante los días 19 y 20 de Septiembre en New York Y presidida por el Secretario General, Ban Ki-moon. Encuentro en el que los líderes mundiales hicieron especial énfasis sobre los desafíos y oportunidades de ayuda para África, por lo que esto nos representa la inigualable posibilidad de convidar esta participación a dicha convención junto con algunos de nuestros principales grupos de interés, aliados y patrocinadores.

Tras los festejos por los 90 años del Señor **Nelson Mandela** organizados en el Hyde Park de Londres, Inglaterra. Se sugirió que no habría nada más apropiado para celebrar su cumpleaños cada año, que con una jornada dedicada a la obra de su vida y la de sus organizaciones de caridad, asegurando así que su legado continúe por siempre. Con estos argumentos la **ONU** declaró el **18 de Julio** como el **Día Internacional de Nelson Mandela "MANDELA DAY"**. Y con ello se inició un movimiento universal inspirado en su ejemplo -para asumir la responsabilidad de nosotros mismos y hacia los demás-. Este movimiento que pronunciado por el mismo Mandela tiene por lema, "Está en nuestras manos, crear un mundo mejor", incita a todas las personas a ponerse en acción y hacer algo bueno por alguien más.

Gracias al éxito y reconocimiento conseguido con los resultados económicos y mediáticos obtenidos con la organización de la **1er Gran Campaña Nacional de Unidad y Responsabilidad Social: "CORAZOLES"**, realizada a beneficio del Vigésimo Aniversario de la fundación del GVMA (Grupo Voluntario Mexicano Alemán,

A.C. "Casa del Sol"). Entre los que destacaron la recepción en el Vaticano del **Papa Benedicto XVI** y el patrocinio de más de 100 empresas líderes en México. Que ahora con motivo del reciente cumpleaños 95 del Señor **Nelson Mandela** y del empoderamiento internacional del **MANDELA DAY**. Hemos sido invitados para sumarnos como Individuos, como sociedad, como país y como región a dichos festejos, mediante la presentación de una nueva campaña solidaria con la que estaremos representando a todo **México y América Latina** dentro de este solidario movimiento.

Actualmente **cada día nacen 900 bebés con VIH y mueren 8 mil personas por enfermedades relacionadas al SIDA**, debido a que aún no se ha encontrado una cura efectiva contra esta pandemia. El **Fondo Mundial** es un organismo de las Naciones Unidas que opera como la institución financiera internacional dedicada a captar y desembolsar recursos para prevenir y tratar el SIDA, la tuberculosis y la malaria. Para esto promueve el establecimiento de asociaciones entre los gobiernos, la sociedad civil, el sector privado y las comunidades afectadas. Desde su creación en 2002, ha financiado más de 1.000 programas en 151 países, lo que ha permitido realizar 250 millones de pruebas de VIH y 4,2 millones de tratamientos contra el SIDA.

Es así como ALKIMIA GROUP siendo un holding que en calidad de "stakeholders" forma parte y promueve los 10 principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**, que hoy nos complace el convidarles esta oportunidad para que a través de **#SEBUSCANMANDELAS KUMBRE 2014** se adhieran a este importante movimiento voluntario de responsabilidad social global (el más grande del mundo). Y con ello, también se sumen a la consecución de los **Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)**, una decena de loables iniciativas emprendidas por la ONU con metas a lograr para el año 2015. Por tales fundamentos es que nuevamente nos hemos enfocado en desarrollar un modelo de campaña integral y autosustentable que repita la detonación de una alianza multisectorial con gobiernos, empresas, medios de comunicación y sociedad civil. Para promover en esta edición la contribución de recursos a beneficio de **El Fondo Mundial de lucha contra el SIDA, la Malaria y la Tuberculosis**. Dicha coalición será motivada por una original y creativa iniciativa social, que una vez más ha sido planeada y diseñada en forma pro bono y sin fines de lucro, con el propósito de sensibilizar a las personas sobre esta importante causa humanitaria. Esto mediante el lanzamiento y posicionamiento de esta macrocampaña solidaria

que estará enmarcada por una serie de estrategias de marketing viral con impacto y difusión internacional, que emplearán un tono propositivo principalmente enfocado a generar conciencia entre los **tomadores de decisión** a todos los niveles: altos mandatarios y funcionarios de gobierno, líderes de opinión, directivos de corporaciones y fundaciones, etc. Para lograr concientizarlos sobre la responsabilidad de cooperar para erradicar el **SIDA para el año 2015**. Potenciando de manera dinámica e interactiva el conocimiento sobre los diferentes programas contra el SIDA y otras devastadoras enfermedades que **El Fondo Mundial** financia en forma bilateral y multilateral.

Esta campaña se empoderará a través de convocar en forma abierta la participación activa de todos estos actores en la promoción y el patrocinio socialmente responsable de una **expedición para escalar la cumbre del monte Kilimanjaro en África** (una de las siete montañas más altas del mundo) e ícono geográfico del continente más afectado por el SIDA-. Es importante señalar que esta caravana de talla mundial estará integrada por decenas de embajadores provenientes de todas las regiones del planeta y teniendo principalmente durante el asenso a mujeres guías pertenecientes a las comunidades locales que colindan con el Parque Nacional del Kilimanjaro. Los cuales en su conjunto conformarán un incluyente grupo de escaladores (principiantes, amateurs y expertos) compuesto por: CEOs, políticos, deportistas, celebridades, activistas, emprendedores, periodistas, blogueros, ejecutivos, intelectuales, universitarios, artistas y portadores de VIH entre otros. Los cuales llevando como estandarte la bandera de lucha contra el SIDA, **impondrán el record mundial "como la más grande expedición deportiva y filantrópica"** (más de 100 personas escalando juntas al mismo tiempo por una buena causa).

Dentro de la estructura financiera de la campaña hemos integrado diferentes esquemas de contribución para posibilitar la capitalización de una meta económica asequible. Por medio de la adquisición simbólica de **"millas de lucha contra el sida"**, vía subvenciones gubernamentales, donativos, patrocinios y fondos de contrapartida: institucionales, empresariales e individuales. Los cuales serán depositados directamente con total transparencia por cada benefactor a **La Fundación de las Naciones Unidas para El Fondo Mundial**. Y en forma simbólica, ante importantes, delegados de **El Fondo Mundial** y otras distinguidas personalidades que se darán cita durante un **"Evento Especial"**

(ceremonia de entrega de donativos y proyección del documental testimonial de la expedición) a celebrarse en Puebla, México. Durante la primera semana del mes de **Diciembre 2014** para conmemorar así el **"Día Mundial de la lucha contra el SIDA"**.

En el mismo sentido pero en carácter de especie, también se ha incluido una importante categoría para lanzar una extensa convocatoria y así lograr la consolidación de una red de alianzas estratégicas tejidas con reconocidos grupos y medios de comunicación. Así como con prestigiadas entidades de la sociedad civil que coadyuven a polarizar en forma masiva y a todos los sectores la campaña, su mensaje y objetivos.

Estamos convencidos del gran espectro económico, mediático y social que podremos atraer con esta nueva cruzada, **creada y diseñada en México a beneficio de la cura del VIH/SIDA**. Así como de la positiva visibilidad a nivel nacional e internacional que esta campaña le brindará al Objetivo 6 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, erradicar el VIH/SIDA para el 2015.

Nos complacerá saber positiva su resolución para participar en la materialización de este importante movimiento global con todo éxito. Por su amable atención de antemano, muchas gracias atentamente,



Mtro. JUSTY ELYSER TATO
CEO | ALKIMIA GROUP
Founder **KUMBRE 2014**





DIARIAMENTE NACEN 9 BEBÉS CON VIH



EL FONDO GLOBAL

Desde su creación en 2002, el **Fondo Mundial** ha financiado más de 1.000 programas ejecutados en 151 países, lo que ha permitido que 4,2 millones de personas reciban tratamiento contra el SIDA.

El Fondo Mundial **depende de las contribuciones económicas voluntarias de todos los sectores de la sociedad: gobiernos, sector privado, empresas sociales, fundaciones filantrópicas y particulares.** Aunque son significativas, las aportaciones que ha recibido hasta el momento solo son parte de los US\$15,000 millones que, según los cálculos de expertos, son necesarios cada año para prevenir y tratar el SIDA, la tuberculosis y la malaria de forma eficaz en todo el mundo.

El Fondo Mundial tiene capacidad demostrada para cumplir con su labor: es innovador, se centra en los resultados, y es eficaz y responsable. Ha desempeñado un papel fundamental impulsando avances espectaculares en la lucha contra las tres enfermedades, que podrían ralentizarse si se pierde la dinámica conseguida. Para poder financiar más subvenciones y seguir aplicando los programas que funcionan, es necesario que se suscriban nuevos compromisos sustanciales.

Aunque los donantes gubernamentales siguen representando la principal fuente de financiamiento, una parte cada vez más importante de **las contribuciones monetarias que recibe el Fondo Mundial también depende del sector privado y de otros donantes no gubernamentales.** Como bien público que es, el Fondo Mundial recurre a todos los sectores de la sociedad en busca de ayuda para hacer realidad su visión de un mundo libre de la carga del SIDA, la tuberculosis y la malaria.



United Nations Global Compact

EL PACTO MUNDIAL

En 1999 durante el **Foro Económico Mundial de Davos** (Suiza), el **Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan**, propuso crear un **Pacto Mundial** para lograr un puente de colaboración entre la **ONU**, los gobiernos de los países, las empresas y la sociedad civil. El objeto social del Pacto Mundial es invitar a los gobiernos, las empresas y las organizaciones a que apoyen y lleven a la práctica un conjunto de diez principios fundamentales en materia de: Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción.

En el año 2000, tan solo un año después de la consolidación de “**El Pacto Mundial**”, durante la celebración de la **Asamblea y Cumbre del Milenio**, se incluyó dentro de la carta de **Declaración del Milenio**; un documento donde 191 países establecieron diferentes puntos de acuerdo para trabajar conjuntamente sobre diversos temas de interés mundial, entre ellos **el problema del SIDA** como el **número 6** de los “**Objetivos de Desarrollo del Milenio**” (los **ODM's**). Y se enfatizó como una de las más desafiantes metas a emprender y mantener por esta alianza mundial, para paliar y contrarrestar dicha enfermedad hasta lograr su extinción para 2015.



LOS OBJETIVOS DEL MILENIO

Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre.

Objetivo 2: Educación universal.

Objetivo 3: Igualdad entre los géneros.

Objetivo 4: Reducir la mortalidad de los niños.

Objetivo 5: Mejorar la salud materna.

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA y otras enfermedades.

Meta 6-A: Haber detenido y comenzado a reducir, para el 2015, la propagación del VIH/SIDA

Objetivo 7: Sostenibilidad del medio ambiente.

Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial.



LLEGAR A CERO

La estrategia de **ONUSIDA 2011-2015** pretende seguir progresando a nivel mundial hacia los objetivos para el acceso universal de los servicios de prevención, tratamiento, atención y apoyo relacionados con el VIH. Así como para detener y **reducir la propagación del virus y contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio para 2015.** El informe presentado por ONUSIDA en 2012 con motivo del **Día Mundial de la Lucha contra el SIDA**, pone de manifiesto progresos importantes en la prevención y el tratamiento del VIH/SIDA en los dos últimos años. El número de personas que tienen acceso a tratamientos que permiten salvar vidas aumentó un 60% y **las nuevas infecciones se han reducido a la mitad en 25 países**, 13 de ellos en el África Subsahariana. Según el **Director Ejecutivo de ONUSIDA, Michel Sidibé**, «solo nos quedan **1000 días para que se cumpla el plazo para lograr la consecución de los objetivos mundiales en materia de SIDA para 2015.**»



DÍA MUNDIAL DEL SIDA 1 DE DICIEMBRE DE 2012

El Secretario General de la **ONU** (la Organización de las Naciones Unidas), **Ban Ki-Moon**, al conmemorar el **Día Mundial del SIDA 2012**, dijo, «**Los objetivos de cero nuevas infecciones por el VIH, cero casos de discriminación y cero muertes relacionadas con el SIDA para 2015 pueden lograrse.** Con motivo de este Día Mundial de la Lucha contra el SIDA, comprometámonos a aprovechar y ampliar los logros alentadores de los últimos años para relegar el VIH/SIDA a los libros de historia.» Un reciente informe de ONUSIDA muestra que 25 países, desde 2001, han reducido las nuevas infecciones en más del 50% y en los últimos dos años ha habido un aumento del 60% en el número de personas con acceso al tratamiento.

El progreso es importante, pero hay más trabajo que hacer. **El Objetivo de Desarrollo del Milenio relativo al VIH/SIDA** es claro: haber detenido y comenzado a reducir la propagación de la epidemia en 2015. **Gracias a los decididos esfuerzos de los gobiernos y la sociedad civil, su consecución está cercana.**



FACTIBLE LA META PARA 2015

Dada la propagación actual de la epidemia, llegar a cero puede parecer difícil, pero se están haciendo progresos importantes. Gran parte de los progresos se atribuyen al tratamiento de las personas infectadas con antirretrovirales, medicamentos que pueden salvarles la vida. Esos medicamentos reducen la cantidad de virus en la sangre, lo que aumenta la posibilidad de que el paciente conserve la salud y reduce el riesgo de que pueda transmitir el virus a otra persona. En 2011, en la **Asamblea General de las Naciones Unidas**, los gobiernos acordaron como meta que **en 2015 haya 15 millones de personas infectadas por el VIH en tratamiento** con antirretrovirales. Las últimas estadísticas mundiales indican que este objetivo es alcanzable, siempre que los países puedan mantener los esfuerzos actuales. «para seguir ampliando el acceso a los antirretrovirales», ha dicho el doctor **Gottfried Hirnschall**, Director del Departamento de VIH de la **Organización Mundial de la Salud**. «La meta de 2015 parece más factible ahora que nunca.»



BAN KI-MOON (ONU), ANNIE LENNOX (ACTIVISTA) Y MICHEL SIDIBÉ (UNAIDS).

NELSON MANDELA

Nelson Rolihlahla Mandela (Mvezo, Unión de Sudáfrica, 18 de julio de 1918), conocido en su país, Sudáfrica, como **Madiba**, (título honorífico otorgado por los ancianos del clan de Mandela; también era llamado Tata); Político sudafricano, fue el primer presidente negro de Sudáfrica elegido democráticamente mediante sufragio universal. Así como el líder del Umkhonto we Sizwe, el brazo armado del Congreso Nacional Africano (CNA).

Renunciando a su derecho hereditario a ser jefe de una tribu xosa, Nelson Mandela se hizo abogado en 1942. En 1944 ingresó en el Congreso Nacional Africano (ANC), un movimiento de lucha contra la opresión de los negros sudafricanos. Mandela fue uno de los líderes de la Liga de la Juventud del Congreso, que llegaría a constituir el grupo dominante del ANC; su ideología era un socialismo africano: nacionalista, antirracista y antiimperialista.

En 1948 llegó al poder en Sudáfrica el Partido Nacional, que institucionalizó la segregación racial creando el régimen del apartheid. Bajo la inspiración de **Gandhi**, el ANC propugnaba métodos de lucha no violentos: la Liga de la Juventud (presidida por Mandela en 1951-52) organizó campañas de desobediencia civil contra las leyes segregacionistas.

En 1962 viajó por diversos países africanos **recaudando fondos**, recibiendo instrucción militar y haciendo propaganda de la causa sudafricana. A su regreso fue detenido y condenado a cinco años de cárcel. Un juicio posterior ese mismo año contra los dirigentes de la Lanza de la Nación le condenó a cadena perpetua, fue arrestado y condenado por sabotaje, además de otros cargos. Ese mismo año fue nombrado presidente del ANC.

Estuvo prisionero en penosas condiciones durante 27 años en la cárcel, la mayoría de los cuales estuvo confinado en la prisión de Robben Island. El gobierno de Sudáfrica rechazó todas las peticiones de que fuera puesto en libertad. Nelson Mandela se convirtió en un símbolo de la lucha contra el apartheid dentro y



NELSON MANDELA EN LA CELDA NÚMERO 46664

fuera del país, una figura legendaria que representaba la falta de libertad de todos los negros sudafricanos.

Tras su liberación el 11 de febrero de 1990, Mandela lideró a su partido en las negociaciones para conseguir una democracia multirracial en Sudáfrica, cosa que se consiguió en 1994 con las primeras elecciones democráticas. **Mandela ganó las elecciones por sufragio universal y fue presidente desde 1994 hasta 1999**, desde ese cargo puso en marcha una política de reconciliación nacional, manteniendo a **De Klerk** como vicepresidente, y tratando de atraer hacia la participación democrática al discolto partido Inkhata de mayoría zulú.

Nelson Mandela recibió más de 250 premios y reconocimientos internacionales durante cuatro décadas, **incluido en 1993 el Premio Nobel de la Paz**.



NELSON MANDELA SE CONVIRTIÓ EN UN SÍMBOLO DE LUCHA INTERNACIONAL

EL MOVIMIENTO 46664

46664 (cuatro, doble seis, seis cuatro) toma su nombre del (número de prisionero **466 de 1964**) dado a Mandela cuando fue encarcelado de por vida en Robben Island, en Ciudad del Cabo, Sudáfrica. Fue así como posteriormente Nelson Mandela dio este nombre a su movimiento social, como un recordatorio permanente de los sacrificios que él estaba dispuesto a hacer; y porque él creía apasionadamente en la justicia social y humanitaria.



MANDELA EN UN EVENTO A BENEFICIO DEL MOVIMIENTO 46664

La creación de **46664** surgió como una iniciativa de Nelson Mandela para ayudar a **paliar la epidemia mundial de VIH/SIDA** y su prevención. Pero pronto Mandela consideró que para llegar a los jóvenes de todo el mundo, tenía que sumar a su causa el apoyo de importantes líderes a nivel global. Esto se logró con el nombramiento de diferentes personalidades como los **"embajadores 46664"**, lo cual dió mayor peso y difusión al movimiento, reflejándose a través de los muchos conciertos y eventos organizados a beneficio del movimiento.

Aunque estas acciones siguen siendo una parte importante, **46664** ha ampliado su modelo de movilización social. En la actualidad promueven un movimiento que inspira a **continuar con el legado humanitario de Mandela** a través de actividades como el **"NELSON MANDELA DAY"** que incita a las personas en todo el mundo, para hacer bueno por alguien más.



MANDELA DAY

Tras el éxito de las celebraciones por el **cumpleaños número 90** de **Nelson Mandela** en el Hyde Park de Londres en junio de 2008, se decidió que no podía haber nada más apropiado para celebrar su cumpleaños cada año, que con una jornada dedicada a la obra de su vida y la de sus organizaciones de caridad, y **para asegurar que su legado pueda continuar por siempre**.

El mensaje de la iniciativa **Nelson Mandela Day** es simple: el Sr. Mandela pasó 67 años de su vida luchando por los derechos de la humanidad. Lo que el **NMD** promueve es **-que cada persona dedique 67 minutos de su tiempo, para hacer algo bueno por alguien más-** ya sea para apoyar alguna organización benéfica o para servir a su comunidad.

El **NELSON MANDELA DAY** es un llamado a la acción para todos los individuos - para que todas las personas se pongan en acción - en todas partes - y adopten la responsabilidad de cambiar el mundo por un lugar mejor, un pequeño paso a la vez, al igual que el Sr. Mandela hizo.

Hoy, el movimiento además de difundir la prevención y combatir el VIH/SIDA, **abarca todas las áreas del legado humanitario de Nelson Mandela, y los problemas de injusticia social**.

Dicho enfoque ha llevado a **46664** a seleccionar cuidadosamente **a diversas entidades sin fines de lucro, para asegurar que el movimiento no sólo dependa de la filantropía, convirtiéndose en una iniciativa que permita la procuración de fondos de manera sustentable**. Entre los proyectos que contribuyen a ello son el Bangle Oficial 46664, la campaña de Vodacom 46664, y el Apparel 46664.

Desde el año 2002, el movimiento **46664** se estableció como una organización independiente, sin fines de lucro.



CORAZOLES EN PUEBLA

Corazoles en Puebla “La Primer Gran Campaña de Unidad y Responsabilidad Social de México”, fue el resultado de la suma creativa de buenas ideas y movimientos de arte urbano con fines filantrópicos desplegados por las principales urbes y capitales del mundo. Ejemplos de estas muestras han sido las vacas del **Cow Parade** en Barcelona, París, Marsella, Florencia, Milán, Dinamarca, Dublín, Ney York, Miami, Las Vegas, Ciudad de México, Sao Paulo, Buenos Aires, Estambul y Tokio. Así como las figuras de leones del **Lion Parade** en Munich, los osos del **United Buddy Bears** en Berlín o los elefantes del **Elephant Parade** en Londres entre otros.

La campaña de Corazoles fue diseñada a beneficio del Vigésimo Aniversario de la Fundación del **Grupo Voluntario Mexicano Alemán, A.C.** y su hogar infantil “**Casa del Sol**”, donde llevan más de veinte años dedicándose a velar por la protección y desarrollo de los niños huérfanos y sin hogar del Estado de Puebla (México) y sus alrededores. Fue así como la capital del estado de Puebla en México se vistió para esta noble causa, con una vistosa colección de decenas de esculturas hechas en forma de corazón, las cuales fueron distribuidas por diferentes puntos de interés de la ciudad, para ser exhibidas en forma totalmente gratuita.

Estas esculturas de más de 2 metros de altura, fueron elaboradas por un selecto grupo de reconocidos artistas plásticos y pintores de talla internacional, como los maestros: **Romero Brito, Leonardo Nierman, José Lazcarro, Alejandro Santiago, Luca Bray y Sergio Hernández**, entre muchos otros. Los cuales donaron sus obras en forma totalmente altruista para esta iniciativa. El concepto de la campaña Corazoles en Puebla fue muy exitoso, los resultados económicos y mediáticos fueron destacables, ya que se logró convocar a cientos de patrocinadores y colaboradores, entre



dependencias gubernamentales, corporativos de empresas, universidades, fundaciones y medios de comunicación que apoyaron la campaña, la exposición y todos los eventos alusivos. Con aportaciones que fueron tanto en recursos económicos, como en especie. Dentro del espectro social la institución GVMA logró posicionarse a nivel regional, nacional e internacional, mediante la visibilidad que ganó con toda la promoción y difusión de la campaña y a través de la muestra física de las esculturas en sus diferentes versiones, tanto al aire libre como en museos, centros comerciales y parques.



Entre las acciones más relevantes de Corazoles podemos citar: los conciertos masivos de presentación y lanzamiento de la campaña a cargo del cantautor nicaragüense Hernaldo Zúñiga, con una audiencia de 4 mil personas y el concierto del grupo de moda Camila en la explanada del Complejo Cultural Universitario de la **BUAP (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)**, que registró un lleno total con más de 13,500 personas reunidas. Adicionalmente también se logró un aforo importante durante la ceremonia de inauguración de la campaña con diversos medios de comunicación que cubrieron el evento. Así como durante la gala que enmarco la subasta de todas las obras.



En suma con todas estas estrategias alternas se consiguió impactar en forma directa a más de **UN MILLÓN DE PERSONAS**, entre familias locales, turistas y medios que durante más de tres meses visitaron, apreciaron y divulgaron la campaña y su exhibición de arte. Y con ello, se sensibilizaron y se solidarizaron con la causa de “Casa del Sol”. Lo que se tradujo en su fortalecimiento institucional y les permitió crear una nueva cartera de donantes, de voluntarios y un fideicomiso para ayudar a garantizar sus operaciones en forma anual.

PARA MAYOR INFORMACIÓN VISITE: www.corazolesenpuebla.com





Durante el mes de diciembre de 2011 se llevaron a cabo las celebraciones de **"La Navidad en el Vaticano"**, el **Estado de Puebla** fue la cuarta entidad mexicana que participó dentro de este programa que incluyó por parte de la representación poblana una serie de eventos y encuentros con empresarios para estrechar relaciones turísticas, comerciales y culturales, entre las que lucieron una muestra gastronómica, una exposición fotográfica y de artesanías (un nacimiento de talavera y esculturas de Corazoles).

El **Estado de Puebla** estuvo representado por una delegación diplomática encabezada por el Gobernador, **Rafael Moreno Valle** y su esposa la Presidenta del Sistema DIF Estatal, **Martha Erika Alonso de Moreno Valle**. Así como de otros distinguidos miembros del gobierno poblano y sus dependencias.

Durante la recepción en Roma, el Gobernador del Estado Vaticano, el Sr. **Giuseppe Bertello**, fungió como anfitrión de la visita del Edo. de Puebla que se distinguió con el recibimiento de su Santidad el **Papa Benedicto XVI**, quien aceptó una serie de obsequios. Entre los que se destacaron un relicario de plata por parte del Gobernador y una escultura **"Edición Especial"** de la campaña **"Corazoles"** de manos de la Sra. **Martha Carvajal de Huerta**, Presidenta del Grupo Voluntario Mexicano Alemán, **"Casa del Sol"**.



MARTHA CARVAJAL HACIENDO ENTREGA DE UN 'CORAZOL' AL PAPA BENEDICTO XVI

CAMPAÑA DE FUNDRAISING "VOTES X FOR FREEDOM" PARA AYUDAR A FINANCIAR LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE NELSON MANDELA

En 1992 el británico **Daryl Upsall**, Consultor Internacional y actualmente uno de los gurús del Fundraising Mundial, dirigió una de las Campañas de Fundraising Político más memorables de la historia. Con una meta económica de **1 Millón de Libras**, Daryl junto a **Lindall Stein** su colega en la agencia londinense **VWAV**, se encargaron de planear una campaña integral de procuración de fondos en Reino Unido, para ayudar a financiar la **Campaña Presidencial de Nelson Mandela**. Esta campaña se llamó **"Votes X for FREEDOM"**, la cual integró diferentes estrategias de captación a través de correo directo, anuncios en prensa, publicaciones y por medio de llamadas telefónicas. Acciones con las que no solo se logró captar la meta ¡si no duplicarla! Aspectos que sumaron para que Mandela ganara las elecciones.

Entre los años 2005 y 2006 **Justy Elyser Tato** tuvo la oportunidad de formar parte del equipo de trabajo de captación de fondos de **DUCI** (Daryl Upsall International Consulting) en Madrid, España, mientras realizaba sus estudios de postgrado sobre Dirección de Fundaciones y Captación de Fondos Privados. Durante este lapso de tiempo Daryl, quien más allá de fungir como su jefe, tuvo a bien el cobijarlo permitiéndole aprender de su "know how", vinculándolo con importantes colegas y sobre todo, alentándolo a desarrollar nuevas ideas para futuras campañas.



NELSON MANDELA CON DARYL UPSALL EN LA CAMPAÑA "VOTES X FOR FREEDOM"



TONY ELISCHER, JUSTY ELYSER TATO Y SU MENTOR DARYL UPSALL EN MADRID

Fue así como Daryl se convirtió en uno de sus principales mentores y padrinos profesionales, ya que además de impulsarlo, lo recomendó para que al terminar sus gestiones en España viajara a Londres y fuera aceptado como miembro del distinguido **Institute of Fundraising UK**.

Es de esta manera, como veinte años después y tras casi dos años de planeación y entrenamiento, Justy Elyser Tato junto con su equipo creativo, planean y diseñan la Campaña de Fundraising y Responsabilidad Social **"KUMBRE 2014"** (Hiking Miles - Saving Lives). Sensibilizados por los **Objetivos de Desarrollo del Milenio** y los **Principios del Pacto Mundial** de las **Naciones Unidas**. Inspirados por el legado humanitario de **Nelson Mandela** y motivados por el movimiento social que promueve la **Fundación Nelson Mandela** junto con la **ONU**, el **"NELSON MANDELA DAY"**. Y en un "reconocimiento especial" al precedente que marcara **Daryl Upsall**, al lanzar las primeras campañas de fundraising contra el VIH/SIDA en los años 90's.



ELTON JOHN Y DARYL UPSALL EN LA CAMPAÑA vs VIH/SIDA "BE GOOD IN BED"



CORAZOLES EN ÁFRICA

Como parte del protocolo diplomático de la Campaña **"KUMBRE 2014"**, y con motivo del cumpleaños número 95 de **Nelson Mandela**. Se realizará una versión -Edición Especial- de la colección de arte **"Corazoles"** denominada **"CORAZOL DE ÁFRICA"**, por obra del ganador de la **IX Bienal Internacional de Arte FEMSA 2009**, el Maestro **José Lazcarro Toquero**, Artista Plástico Poblano, cuya producción será financiada por un patrocinador a beneficio del hogar infantil **"Casa del Sol"** en Puebla (México). La cual será entregada en Sudáfrica al señor **Nelson Mandela** en nombre del Estado de Puebla, México.





CORAZOLES EN LA ONU

Durante la reciente celebración de la **UN Global Compact Leaders Summit 2013 "Architects of a Better World"** organizada por la **Oficina del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)**, la Campaña de Responsabilidad Social y Procuración de Fondos: **"Corazoles en Puebla"**, creada a beneficio del Vigésimo Aniversario de la fundación del **Grupo Voluntario Mexicano Alemán, A.C. "Casa del Sol"**.

Fue emprendida por su patronato, planeada y diseñada por **Alkimia Marketing Group** y sus empresas sociales **Etic** y **Conkausa** en combinación con el reconocido artista plástico poblano, el Maestro José Lazcarro Toquero, la Galería Lazcarro y un ecléctico equipo de afamados y emergentes escultores y pintores de talla nacional e internacional que en forma voluntaria colaboraron donando su trabajo artístico a la par de decenas de empresas y fundaciones empresariales que de manera simbólica patrocinaron sus intervenciones y de diversos medios de comunicación que contribuyeron a su divulgación y difusión.

Tuvo una importante presencia como "caso de éxito" durante las diferentes recepciones diplomáticas, foros, anuncios y eventos que conformaron esta cumbre global, las más importante en su género y la cual estuvo presidida por el Secretario General de la ONU **Ban Ki-moon**, quien junto al Director Ejecutivo y Co-Fundador del Pacto Mundial **Georg Kell**, lograron reunir a los líderes mundiales de los negocios, el gobierno, la sociedad civil y las Naciones Unidas, como el Presidente de los Estados Unidos **Barack Obama** y su majestad la **Reina Matilde de Bélgica**, la Directora-General de la UNESCO **Irina Bokova**, el Director Ejecutivo de UNICEF **Anthony Lake**, el Premio nobel de la Paz Presidente de Yunus Centre y fundador del Grameen Bank Bangladesh **Muhammad Yunus**, el Presidente y Comandante en Jefe de de la República Federal de Nigeria H.E. **Dr. Goodluck Ebele Jonathan** y el Director Ejecutivo del Global Reporting Initiative **Ernst Ligteringen** entre muchos otros.

Es así como Ki-moon recibió de manos del Director General de Alkimia Marketing Group y Co-Fundador de "Corazoles", el Mtro. Justy Elyser Tato, una edición especial de esta original colección de arte urbano y solidaridad denominado, **"El Corazol de la Paz"** durante esta cumbre y dentro del marco de la Asamblea General de las Naciones Unidas en el cuartel general de la ONU en la Ciudad de New York E.U.

Este encuentro instituido por el Pacto Mundial se realiza cada tres años y en esta su edición 2013 se planteó impulsar un nuevo concepto global de sustentabilidad corporativa, además sirvió como el marco ideal para que más empresas, gobiernos y organizaciones trabajen de manera conjunta y emprendan e implementen -modelos de macro campañas multisectoriales exitosas como **"Corazoles en Puebla"**- y junto con otras agencias de las Naciones Unidas contribuyan al alcance de los **Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM-MDO's)** en materia de derechos del niño, el empoderamiento de la mujer, la seguridad alimentaria, la educación, el agua y el cambio climático. Así como también para comprometerse con los Objetivos de Desarrollo de la nueva agenda mundial y posteriores al 2015-2030.

Agradecemos a nuestros amigos y colegas de La Fundación LEGO, La Fundación del Pacto Mundial (Global Compact Foundation) y la Fundación de las Naciones Unidas (United Nations Foundation), por todas las concesiones y facilidades otorgadas para la entrega y presentación oficial del "Corazol de la Paz".







WORLD RECORD CLIMB
FOR AIDS CURE
HIKING MILES • SAVING LIVES
MÉXICO & TANZANIA
PUERTO RICO • MOSHI
— 2014 —
FUNDRAISING EXPEDITION & SOCIAL
RESPONSIBILITY CAMPAIGN ENCOURAGING
NELSON MANDELA DAY
LEAD BY JUSTY ELYSER TATO
WWW.SEBUSCANMANDELAS.ORG



KUMBRE

Que en su conjunto conformarán un grupo inclusivo de los escaladores (principiantes, aficionados y expertos) integrado por: CEO's, los políticos, atletas, celebridades, activistas, emprendedores, periodistas, bloggers, ejecutivos, intelectuales, estudiantes universitarios, artistas y portadores del VIH entre otros; tomando como símbolo representativo la bandera de la Lucha contra el SIDA, romperemos el record mundial como "la expedición filantrópica, ecológica y deportiva más larga" (más de 100 personas escalando al mismo tiempo por una buena causa).

KUMBRE 2014



Hemos desarrollado la campaña **KUMBRE 2014** como una acción de sensibilización y como un preámbulo de difusión sobre los alcances promovidos por los **Principios del Pacto Mundial** y los **Objetivos de Desarrollo del Milenio** (ambos iniciativas de la **ONU**) en materia del VIH/SIDA. Así como los resultados obtenidos para ello por **ONUSIDA** y **THE GLOBAL FUND**, con miras hacía la próxima Cumbre Mundial de las Naciones Unidas en Septiembre del 2013.

Es así como surge **KUMBRE 2014**, como una manifestación pacífica para concientizar a la sociedad sobre la responsabilidad que debemos adoptar y debemos compartir, para terminar con el VIH/SIDA. Entendiéndose este desafío no solamente como una obligación a manos de los gobiernos de los países desarrollados, los organismos de salud y los grandes laboratorios multinacionales. Si no como una cruzada que debe ser emprendida como individuos, para lograr la nula propagación de este virus que sigue significando una terrible amenaza para la vida humana.



JUSTY ELYSER TATO Y GEORGE KELL DIRECTOR EJECUTIVO DEL PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS, PRESENTANDO "KUMBRE 2014".

EL EQUIPO

LÍDERES Y
EMPREENDEDORES SOCIALES

EL EQUIPO

Expedición de más de 100 personas entre deportistas, activistas, líderes de opinión, empresarios y celebridades. Quienes representarán los cinco continentes y serán portavoces y embajadores de este mensaje de conciencia y solidaridad.



EL LÍDER DE LA EXPEDICIÓN

Mtro. “Justy” Elyser Tato (Creador de “KUMBRE 2014”) • CEO **ALKIMIA GROUP**

Destacado publirrelacionista y filántropo, actualmente dirige desde **ALKIMIA GROUP** la red de empresas sociales: **ETIC, CONKAUSA** y **GO-GREEN**, pioneras en el campo del Marketing Social, el Fundraising y la Responsabilidad Social Empresarial en México. Consultor internacional dedicado desde 1996 a la creación y desarrollo de programas y políticas de desarrollo social, campañas financieras; filantrópicas, solidarias y de publicidad con mensajes de beneficio. Su historia como activista y procurador de fondos se remonta a su infancia cuando junto con otros boy scouts emprende varias colectas de ropa, periódicos, cartón y envases para venderlos y donar el dinero a la **Cruz Roja Mexicana**. En agosto de 1982 asiste con su grupo scout al “2do Congreso Internacional de la Familia de las Américas” en Acapulco Guerrero, (México), donde vive la emotiva experiencia de conocer en persona a la **Madre Teresa de Calcuta** y su labor humanitaria a favor de los más pobres.

Como agente de cambio decide formarse para convertirse en un serio defensor y promotor de las buenas causas: la lucha contra la pobreza, la cooperación al desarrollo, los derechos humanos y la sostenibilidad, entre otras.

Comunicólogo y mercadólogo de profesión con Postgrados y Maestrías en Dirección de Fundaciones, Responsabilidad y Economía Social, Captación de Fondos, Cooperación Internacional, Ayuda Humanitaria y Voluntariado. **Se ha dedicado a través de sus campañas a fomentar éticamente el altruismo y la generosidad** para ayudar a los más vulnerables, principalmente a los niños.

Líder y emprendedor social, entre sus experiencias de trabajo solidario más relevantes destacan: la creación del la **1er Gran Campaña Nacional de Responsabilidad Social “Corazoles”** a beneficio del **Grupo Voluntario Mexicano Alemán, “Casa del Sol”**. Así como del modelo de la 1era Feria Nacional de ONG’s de España para el **Ayuntamiento de Madrid**. La constitución del **1er Comité Mexicano de la Clinton Global Initiative** de la **William J. Clinton Foundation**. Y su participación como asesor en la **1er Campaña de Difusión y Fundraising en Latinoamérica** de la **ONU “The UN Works”**. En la promoción del **Día Mundial de lucha contra el SIDA** a través de la campaña **“África Responde”**, creada por **AMREF Flying Doctors** mientras fuera becario de la **AECI (Agencia Española de Cooperación Internacional)**. De igual forma su dirección en la organización de la **Cruzada Nacional de Ayuda Humanitaria “Súmate”** que se tradujo en el acopio y traslado de **más de 100 toneladas de ayuda humanitaria** junto con la **Cruz Roja Mexicana**, para los estados de Tabasco, Veracruz y Oaxaca, durante las inundaciones por las lluvias en México en 2007. Y durante los festejos por los **50 Años de IO (Intermón Oxfam)** y la campaña por el **60 Aniversario de UNICEF**, o la **Marcha Mundial “Pobreza Cero”** y la **Marcha Mundial contra el Hambre “Walk the World”** ambas campañas de la **ONU** que lograron convocar a más de **cinco millones de personas en Madrid, España**. También fue relevante su colaboración durante el cierre masivo del **Teletón** en en el año 2000 en el **Estadio Azteca** para más de **100 Mil Personas**. Al igual que en la **Pasarela del Diseñador Gianni Versace** a beneficio de **Los Hermanos del Anciano, A.C.** en el **Hotel Nikko** de la Ciudad de México.

Como fundraiser cuenta con un importante récord por haber logrado procurar **UN MILLÓN DE DÓLARES** en tan solo un día! Mediante una alianza con la **FIFA**, la **CONCACAF** y la **FEMEXFUT**, para llevar a cabo la organización de un partido internacional de fútbol disputado entre las selecciones de México y Panamá. Encuentro amistoso ante **45,000 espectadores**, celebrado a beneficio para financiar la construcción de espacios deportivos en comunidades marginadas del **Estado de Puebla** en México. Como directivo de iniciativas no lucrativas ha sido invitado a trabajar en diversas misiones de paz y brigadas humanitarias. Ha colaborado en calidad de voluntario, becario y cooperante con **más de 30 ONG’s** en varios países y continentes. Encabezando las operaciones de fundraising, comunicación e incidencia política de reconocidas organizaciones



JUSTY CAPTANDO FONDOS DURANTE EL “CAMINO DE SANTIAGO” EN FRANCIA

como: **Cruz Roja Española, SEO Birdlife, A. Española vs Cáncer, Médicos del Mundo, Fundación IUVE, Payasos sin Fronteras, Ayuda en Acción, Save the Children, Acción contra el Hambre, Aldeas Infantiles, Fundación Real Madrid, Plan Internacional, Orden de Malta, Cáritas, Oceana, WWF, Manos Unidas, Greenpeace, Care, Anesvad y Médicos sin Fronteras**. Así también la planeación y difusión de diversas campañas internacionales, como: **“Levántate contra la Pobreza”** y **“Sin Excusas 2015” (ONU)**, **“Comercio con Justicia”** y **“La Nicaragua es Posible” (Oxfam)**, **“Armas bajo Control” (Amnistía Internacional)** y **“Rock Your Vote” (RYV Org)**. Elyser, que es también conocido dentro del gremio del fundraising como “Justy”, por su trabajo “just in time”, es profesor “faculty” de **Indiana University - Procura “The Fundraising School” Center on Philanthropy**, para impartir su “Diplomado en Fortalecimiento Institucional y Procuración de Fondos”. Es mímembro del **CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía)**, la **AFP (Association of Fundraising Professionals)**, el **Institute of Fundraising UK** y voluntario de la **Resource Alliance**. Es egresado de la Primera Generación de la **Escuela de Emprendedores Sociales de la Unión Europea** y formó parte del consejo promotor para institucionalizar el Premio **“Humanitarian Lion”** para reconocer la mejor publicidad solidaria internacional dentro del **Festival de Cine de Cannes**.

En el año 2006, comenzando en lo más alto de los Pirineos Franceses y vistiendo una camiseta de la **Fundación Suiza Theodora**, inició (en solitario) el **“Camino de Santiago”** desde **Saint Jean Pied de Port** (Francia) recorriendo a pie más de 769 km hasta **Santiago de Compostela** (España). Captando fondos vía mensajes SMS para ayudar a financiar el programa de **“Doctores Sonrisa”**, para niños hospitalizados y dando inicio a esta serie de desafíos humanos con trasfondo altruista. Justy anhela escalar el monte **EVEREST “Kumbre 2015”**, en el aniversario 70 de la **ONU**. Hoy nos presenta **“KUMBRE 2014”**, como un reto solidario a favor de la cura del VIH/SIDA.

PARA MAYOR INFORMACIÓN VISITE: www.etic.cc

¡POR QUÉ EL KILIMANJARO!

El Kilimanjaro es una montaña cubierta de nieve de 5,895 metros de altura, y dicen que es la más alta de África. Su nombre es en massai, "Ngáje Ngai", "la Casa de Dios". Cerca de la cima se encuentra el esqueleto seco y helado de un leopardo, y nadie ha podido explicarse nunca qué estaba buscando el leopardo por aquellas alturas. "The Snows of Kilimanjaro" Ernst Hemingway (Premio Pulitzer en 1953 y Premio Nobel de Literatura en 1954).

África es hoy en día el continente más afectado por el virus del VIH/SIDA. El Monte **KILIMANJARO** es conocido también como el “**Techo de África**” y ha sido testigo silencioso de esta pandemia durante más de tres décadas.

Por tales razones escogimos al monte **KILIMANJARO**, por ser uno de los íconos más representativos del continente africano. Y con ello, hemos decretado conquistar su majestuosa cima. **Una de las “Siete Cumbres”** Legendarias de la Tierra, lo que en forma metafórica al igual que el VIH/SIDA -conquistarlo también nos representa un gran reto. Un reto que aunque no conlleva un riesgo mortal para nuestra expedición, sí significa una gran prueba para la condición humana de los participantes. Ya que para escalar hasta su desafiante cima a la altura de **5,892 metros** (19,340 pies) se necesitan varios días de ascenso. Y todo esto para llevar a su cúspide de manera simbólica, un mensaje activo que represente y demande la unidad mundial para lograr la erradicación de esta terrible enfermedad, de ahí el nombre y leit motiv de esta aventura solidaria... **KUMBRE 2014 (Hiking Miles - Saving Lives).**



EL KILIMANJARO

EL TECHO DE ÁFRICA! UNA DE LAS “SIETE CUMBRES” MÁS ALTAS DEL MUNDO



LA REPÚBLICA DE TANZANIA

Tanzania (en suajili Jamhuri ya Muungano wa Tanzania), o simplemente Tanzania, es un país situado en la costa este de África Central. Limita al norte con Kenia y Uganda, al oeste con Ruanda, Burundi, la República Democrática del Congo, al sur con Zambia, Malaui y Mozambique y al este con el océano Índico. El nombre del país proviene de la unión de las palabras “**Tanganika**” y “**Zanzíbar**”.

EL PICO UHURU

Tanzania esta formada por tres volcanes inactivos: el Shira, en el oeste, de 3,962 m de altitud, el Mawenzi al este, de 5,149 m y el Kibo, el más reciente desde el punto de vista geológico, situado entre ambos y cuyo pico, **el Uhuru (Kilimanjaro), se eleva hasta los 5,892 metros y se constituye en el punto más elevado de África.**

El Kilimanjaro es reconocido también por los famosos **campos de hielo de su cumbre**, que se están reduciendo de forma dramática desde principios del siglo XX y se estima que desaparecerán por completo entre 2020 y 2050.

La disminución de las precipitaciones de nieve responsable de este retroceso se atribuye al calentamiento global, además de a un importante proceso de deforestación.

KUMBRE 2014, será una gran aventura solidaria con un importante mensaje de conciencia humanitaria como objetivo.

EL RETO

7 DÍAS
ESCALANDO 5, 891.8m

LA RUTA

Iniciaremos la expedición por la ruta más remota y menos recorrida –rodeando la montaña– aproximándonos desde la cara Oeste, escalando hacia el Norte, haciendo Cumbre desde el Este y finalmente descendiendo por el Sur.

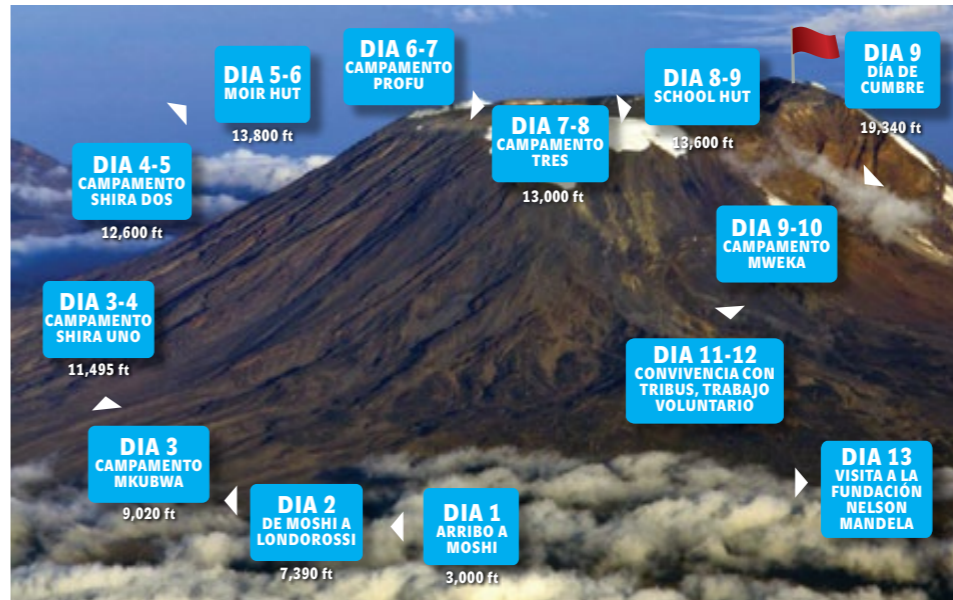
• **LONGITUD:** 100 Km

• **DURACIÓN:** 9 días

9 días de trekking hasta Moshi
7 días y medio de ascenso
1 día y medio de descenso.

• **NIVEL DE DIFICULTAD:** Alto

Como este tipo de recorrido es mucho más largo que los convencionales, nos tomaremos varios días para aclimatarnos. Pasaremos 9 días explorando la montaña, cuando la mayoría de otros caminos solo requiere de 5 días.



LAS FECHAS

• **Enero 2011**

Inicio de planeación y desarrollo del proyecto y campaña.

• **Enero 2012**

Inicia convocatoria a donantes, patrocinadores, aliados y medios.

• **Agosto 2014**

Abanderamiento por el Gobernador del Estado de Puebla, Rafael Moreno Valle.

• **18 Julio 2014**

Fase pública de la campaña y rueda de prensa (inician 6 meses de promoción y difusión a nivel nacional e internacional).

• **Julio 2014**

Entrega “**Corazol de Africa**” al Sr. Nelson Mandela en Sudáfrica.

• **Agosto 30 2014**

Inicia Expedición (7 días en la montaña).

• **6 Sep 2014 ¡Día de Cumbre!**

Acenso a la cima del Kilimanjaro a 5,895 m. cumpleaños de **Enlace Vía Satelite**.

• **Diciembre 2014 Ceremonia**

Entrega de donativos a **The Global Fund (United Nations Foundation)**, y presentación del documental de la expedición en un evento especial en Puebla (México).

EL ITINERARIO

• **DÍA 1**

Arribo a Moshi, Tanzania - (915 m/3,000 pies).

• **DÍA 2**

Moshi a Londerossi (2,250 m/7,380 pies) a Lemosho Glades (2,000 m/6,560 pies) Campamento Mkubwa (2,750 m/9,020 pies). 18 km, 4-6 horas, Bosque Montañoso.

• **DÍA 3**

Campamento Mkubwa (2,750 m/9,020 pies) a Campamento Shira Uno (3,500 m/11,485 pies). 12 km, 6 a 7 horas, Semi-Desierto.

• **DÍA 4**

Campamento Shira Uno (3,500 m/11,485 pies) a Campamento Shira Dos (3,840 m/12,600 pies). 6 km, 3 a 4 horas, Desierto Alpino.

• **DÍA 5**

Campamento Shira Dos (3,840 m/12,600 pies) a Moir Hut (13,800 pies). 4 a 5 horas.

• **DÍA 6**

Moir Hut (13,800 pies) a Campamento Pofu (13,600 pies). 4 a 6 horas.

• **DÍA 7**

Campamento Pofu (13,600 pies) a Campamento Tres (13,000 pies). 5 a 7 horas.

• **DÍA 8**

Campamento Tres (13,000 pies) a School Hut (15,500 pies). 5 a 7 horas.

• **DÍA 9**

School Hut DÍA DE CUMBRE! (19,314 pies) a Pico de Uhuru (5,895 m/19,340 pies) a Campamento Mweka (3,100 m/10,170 pies). 7 km arriba, 23 km debajo de 7 a 9 horas de ascenso, 5 a 7 horas en descenso.

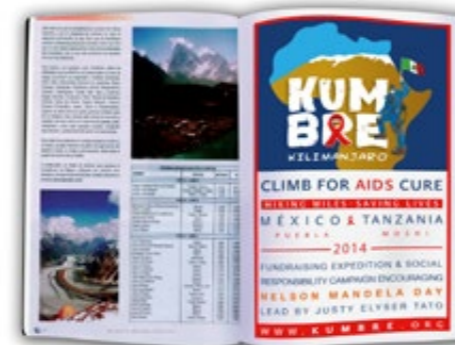
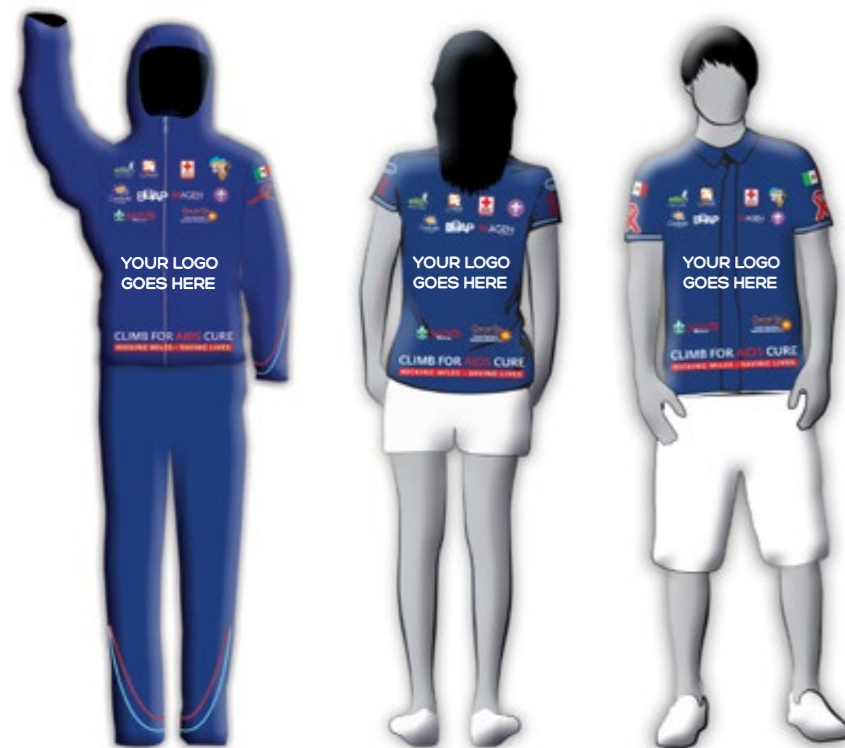
• **DÍA 10**

Campamento Mweka (3,100 m/10,170 pies) regreso a Mweka Gate (1,980 m/6,500 pies) y viaje de regreso a Moshi (890 m/2,920 pies). 15 km, 3 horas, Bosque.

• **DÍA 11 al 20**

Días Finales de la Expedición para convivir con las tribus de la comunidad y realizar trabajo voluntario.

LOS PATROCINADORES



PRESENCIA DE MARCA

Este "Patrocinio Socialmente Responsable" comprende la adquisición de un **Paquete Promocional** con un alto retorno de visibilidad publicitaria. Para tener presencia comercial o institucional mediante su logotipo y mención en todos los materiales promocionales, soportes, entrevistas y medios de divulgación. Así como a ejecutar diversas acciones asociadas a **KUMBRE 2014**. Todos los promocionales serán obsequiados sin costo durante la "Fase Pública" de la campaña a través de dinámicas en redes sociales y durante los diferentes eventos y actividades de la misma.



PAQUETE PROMOCIONAL

Su logotipo aparecerá en tamaño proporcional de acuerdo a su categoría de patrocinador en:

- Bandera en la cima.
- Gorras, pulseras y balones.
- Vehículo promocional (utilitario).
- Presencia en todos los eventos alusivos.
- Escudería(outfit) y backdrop para entrevistas.
- Menciones en revistas, radio, tv abierta y cable.
- Anuncios en revistas, parabuses y espectaculares.
- Promoción interactiva con links y menciones en: sitio web, fanpage Facebook, Twitter, Flickr, Instagram y canal de Youtube institucionales.

LOS ESPONSORS

COP's (Communication on progress)

- TELCEL
- ORCIUS
- SPERSA
- TELEvisa
- COCA-COLA
- LAND ROVER
- VICTORINOX
- MISTERTENNIS
- AFRICAM SAFARI
- ENRIQUE TORRES JOYAS
- CLEAR CHANNEL MÉXICO
- ALKIMIA GROUP - ETIC - CONKAUSA
- GRUPO SEXENIO COMUNICACIONES

LAS ENTIDADES PROMOTORAS

COP's (Communication on progress)

- CEMEFI
- CENSIDA
- ONUSIDA
- ENDEAVOR
- INICIATIVA MX
- RESOURCE ALLIANCE
- CRUZ ROJA MEXICANA
- FUNDACIÓN COMUNITARIA PUEBLA
- ASOCIACIÓN DE SCOUTS DE MÉXICO
- ASHOKA EMPRENDEDORES SOCIALES
- OFICINA DEL PACTO MUNDIAL MÉXICO
- PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS
- INPODE (Instituto Poblano del Deporte)
- AFF (Association Française des Fundraisers)
- AEFR (Asociación Española de Fundraising)
- AFP (Association of Fundraising Professionals)
- GVMA "Casa del Sol" (Grupo Voluntario Mexicano Alemán)
- SOFII (Showcase of Fundraising Innovation & Inspiration)
- AEDROS (Asociación de Ejecutivos en el Desarrollo de Recursos para Organizaciones Sociales)

LAS ENTIDADES BENEFICIARIAS

COP's (Communication on progress)

THE GLOBAL FUND (a través de) :

- THE UNITED NATIONS FOUNDATION
- RED(PRODUCT)™

PATROCINIOS

KUMBRE 2014 será un impactante escaparate para que su marca, empresa, administración o institución, se promuevan dentro del movimiento mundial de la responsabilidad social e impacten positivamente a un gran número de personas.

LAS METAS

CATEGORÍA (patrocinador)	JERARQUÍA (rango - impacto)	CRÉDITOS (mención)	PATROCINIO (expedición y campaña) 50% inicio expedición México 50% final expedición cima "Kili"	DONATIVO VIH/SIDA (The Global Fund - UN Foundation)	PAQUETES (disponibles)
3000 Miles MASAI	"NOMBRADOR" (asociación del nombre y logotipo del patrocinador en el diseño de la identidad institucional de la campaña) 100% IMPACTO	- AUSPICIADA POR -	\$500,000 MXN	\$50,000 USD (donativo sugerido) Ceremonia en Puebla México: Diciembre 2013 Día Mundial de Lucha contra el VIH/SIDA.	DISPONIBLES (1) EXCLUSIVO (gobiernos, instituciones y corporativos)
2000 Miles NYAMWESI	"FUNDADOR" (asociación del nombre y logotipo del patrocinador en el diseño de la identidad institucional de la campaña) 85% IMPACTO	- SOPORTADA POR -	\$250,000 MXN	\$25,000 USD (donativo sugerido) Ceremonia en Puebla México: Diciembre 2013 Día Mundial de Lucha contra el VIH/SIDA.	DISPONIBLES (1) EXCLUSIVO (gobiernos, instituciones y corporativos)
1500 Miles SUKUMA	"PRESENTADOR" (logotipo proporcional patrocinador) 65% IMPACTO	- PRESENTADA POR -	\$150,000 MXN	\$15,000 USD (donativo sugerido) Ceremonia en Puebla México: Diciembre 2013 Día Mundial de Lucha contra el VIH/SIDA.	DISPONIBLES (1) EXCLUSIVO (gobiernos, instituciones y corporativos)
1000 Miles CHAGGA	"PATROCINADOR" (logotipo proporcional patrocinador) 50% IMPACTO	- PATROCINADA POR -	\$ 75,000 MXN	\$7,000 USD (donativo sugerido) Ceremonia en Puebla México: Diciembre 2013 Día Mundial de Lucha contra el VIH/SIDA.	DISPONIBLES (4) (empresas medianas y grandes)
500 Miles SHIRAZI	"COLABORADOR" 25% IMPACTO	- CON LA COLABORACIÓN - (medios y aliados estratégicos)	DIFUSIÓN (Reportajes, entrevistas, soportes y pautas publicitarias en medios impresos y digitales)	DIFUSIÓN (Reportajes, entrevistas, soportes y pautas publicitarias en medios impresos y digitales)	ILIMITADO (medios de comunicación)

Económica

Promover la procuración de fondos para aumentar el apoyo financiero para los programas de VIH/AIDS que opera **THE GLOBAL FUND**. Vía donativos empresariales, institucionales e individuales. Así como de subvenciones gubernamentales o a través de la compra y consumo de RED (PRODUCT)™ PROUD PARTNERS

Todos los donativos inspirados y motivados por la Campaña **KUMBRE 2014**, serán entregados por cada benefactor a: **THE GLOBAL FUND** (a favor de la "Fundación de las Naciones Unidas para el SIDA, la tuberculosis y la malaria". **LA FUNDACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS ES UNA** institución pública benéfica sin fines de lucro, registrada bajo la sección 501(c)3 del Código de Rentas Internas de Estados Unidos.

UNITED NATIONS FOUNDATION
1800 Massachusetts Avenue, NW, Suite
400 Washington, D.C. 20036
202.887.9040 (phone) / 202.887.9021 (fax)
www.unfoundation.org

La entrega simbólica de los donativos se realizará durante un evento especial de **KUMBRE 2014** en la Ciudad de Puebla (México), en Diciembre de 2014, **DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA EL SIDA**. Donde se efectuará la Ceremonia de Entrega de Donativos.

THE GLOBAL FUND destinará estos recursos a la lucha contra el VIH/SIDA.

Mediática

Conseguir un espectro internacional para lograr una difusión masiva de la expedición y con ello promocionar a nuestros patrocinadores y la organización beneficiaria **THE GLOBAL FUND**. Por medio de la colaboración de diversos medios aliados, impresos y digitales, que se uniran para divulgar su mensaje social. Así como a través del sitio web institucional de www.sebuscanmandelas.org y de una serie de estrategias de comunicación viral en redes sociales e internet.



KUMBRE 2014

CLIMB FOR AIDS CURE

WWW.SEBUSCANMANDELAS.ORG

#SEBUSCANMANDELAS



**ATENCIÓN A PATROCINADORES,
ALIADOS, DONANTES Y MEDIOS:**

01 800 838 2567 | tato@alkimiagroup.com

HEADKUATER: Sauces #3557 Las Ánimas C.P. 72400 Puebla, México.