

## Problema:

La casa es para muchas niñas, un lugar de riesgo y ellas mismas, representan a la vez una amenaza y una competencia para sus madres.

# Reto

Involucrar a las familias, los entornos de niñas entre 10 y 14 años y a la sociedad, sobre la problemática de la violencia sexual.



# Insights- Hallazgos de los involucrados



**“Laura” (Hija entre 10 y 14 años)**

*Ya NO soy una niña”... y **NO** quiero que me toques.*

**“Gloria” (Mamá)**

*Usted está buscando lo que no se le ha perdido...*

*No ande así por la casa, **vístase!***



**“José” (Padré)**

*Aquí el que manda y trae la plata soy*

**YO.**



**Vicepresidencia**  
República de Colombia



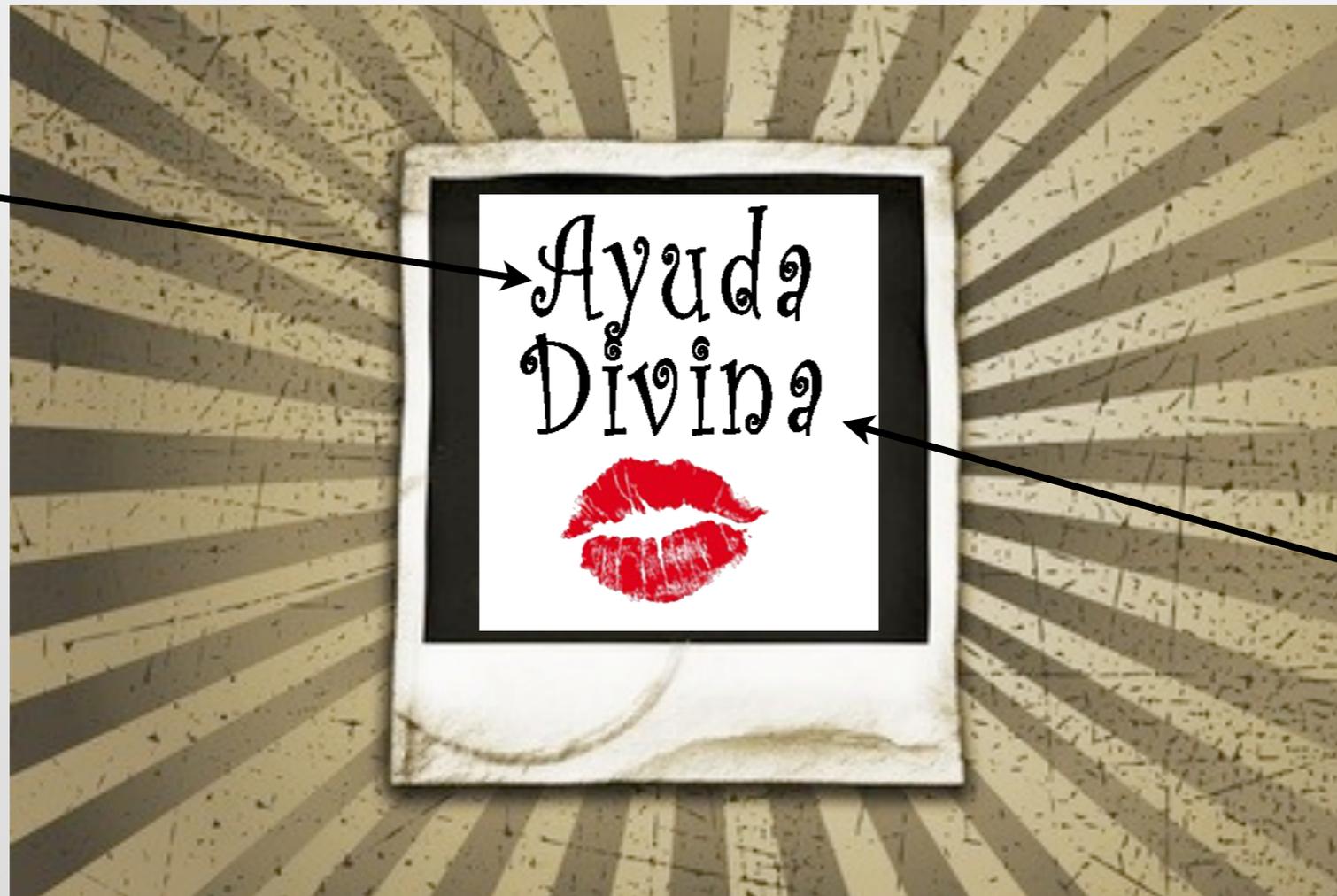
Alta Consejería Presidencial  
para la Equidad de la Mujer  
República de Colombia

**FUNDACIÓN**  
BOLÍVAR **DAVIVIENDA** 

# CONCEPTO DE MEDIOS

Una niña, su feminidad y su cuerpo deben ser protegidos a toda costa, es por eso que debemos hacer responsables a los diferentes actores de la sociedad sobre la problemática de la violencia sexual. Por esto harémos que todos nos involucrémos con:

*Nuestro Propósito*



*Las niñas entrando a la adolescencia.*

Donde TODOS somos **Protectores.**

# Camino al cambio

**Invasión de besos en los medios.**

**Destapando la campaña social.**

**Generando conciencia**

**Compromiso**

EXPECTATIVA

SENSIBILIZACIÓN

ACTITUD

COMPORTAMIENTO

Campaña de **EXPECTATIVA** en la que utilizaremos el ícono (beso) de nuestra campaña en los medios.

Etapa de **LANZAMIENTO** que pretende mostrar la problemática con un tono fresco, que genera conexiones con el target.

Tendremos una comunicación emotiva que a la vez empieza a **CUESTIONAR** sobre la conducta de los hombres frente a las niñas.

**INVOLUCRARÉMOS** a los Colombianos en una iniciativa por un **CAMBIO** en las relaciones entre adultos y niñas,

Mostrando a **AYUDA DIVINA** como un camino al **CAMBIO**

# Los besos en los medios. Expectativa

# Destapando la campaña social. Sensibilización



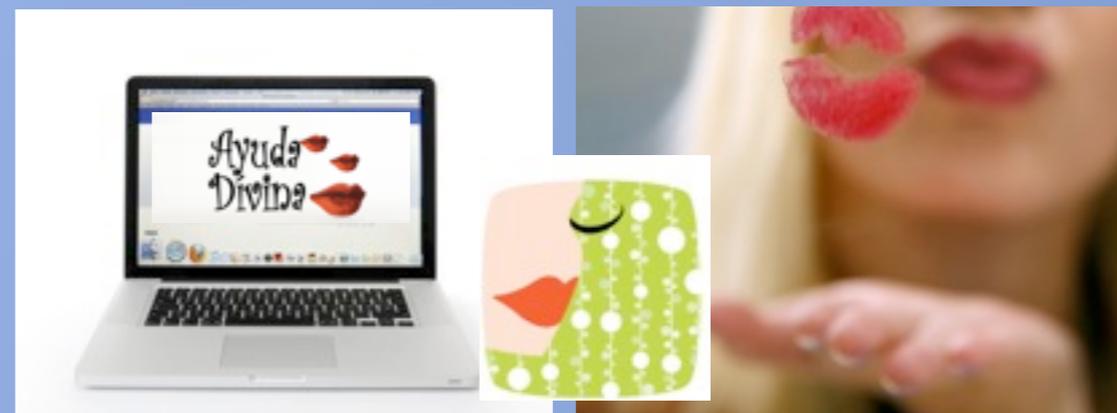
**Internet:** En Portales de alto tráfico harémos tomas con el símbolo de la campaña: el beso, invadiendo los contenidos y generando un gimmick de la campaña.



**TV-NAL:** Congelados de los besos en televisión haciendo el ruido emblemático de la campaña. Tendrémos a las presentadoras de las noticias de farándula hablando sobre la invasión de besos.



**Prensa:** Presencia de los besos de la campaña generando expectativa, en periódicos.



**Internet:** [ayudadivina.gov](http://ayudadivina.gov) es un site donde **reclutaremos** la mayor cantidad de niñas con el fin de informarlas de una manera cercana y amiga sobre **la violencia sexual**. En el site encontrarán la **sección "Ayuda divina"** que es donde las niñas podrán chatear o enviar su caso a **"Divi" su amiga virtual** para **denunciar** de una forma anónima a su agresor, o informarse si tiene dudas de estar siendo víctima de algún tipo de violencia sexual.

Información de **talleres** (baile, belleza) que se dictarán en hora extracurriculares de 2- 6 PM. Tendrán la opción de identificar la ciudad donde viven para así acceder al taller.  
COMUNIDAD **AYUDA DIVINA** TWITTER Y FACEBOOK.



**TV-NAL:** Identificación de íconos para adolescentes como Cristina Hurtado, vocera canal RCN, y Maleja ( play Zone) vocera Canal Caracol con el **Yo hago parte de "Ayuda divina.org" y tu?**

**Radio:** Emisoras de género tropical como Rumba y Tropicana con cubrimiento nacional, donde en secciones de los programas de la mañana se genere expectativa y ruido de la campaña de "Besos" Ayuda Divina.

# Generando conciencia

# ACTITUD



**BTL:** Colegios: (Ciudades principales y escuelas y colegios departamentales). En los **espejos de los baños** de niñas, estará plasmado “ **El Beso rojo**” **icono de la Campaña**, con la URL del sitio y una corta oración. Invitando a las niñas a que a que Denuncien y hagan parte de la comunidad virtual Ayudadivina.org.



**Tomas de centros Comerciales:** Entregaremos **manillas** con “El beso” (símbolos de identificación de nuestra campaña “ayuda Divina” promoviendo el “compromiso de **yo estoy en contra del abuso Sexual**” y **hago parte de “ayuda divina**”). Adicionalmente ubicaremos caminos de **floorgraphics** con la imagen de la campaña.



**Internet:** Crearemos una aplicación “**Besometro**” con el fin de viralizar la campaña en redes sociales. Todo con el fin de decir: **estoy en contra del abuso sexual.**



**Presencia en medios de transporte:** Toma de medios de transporte urbanos y municipales con información de la campaña en los espacios disponibles.

# Compromiso COMPORTAMIENTO

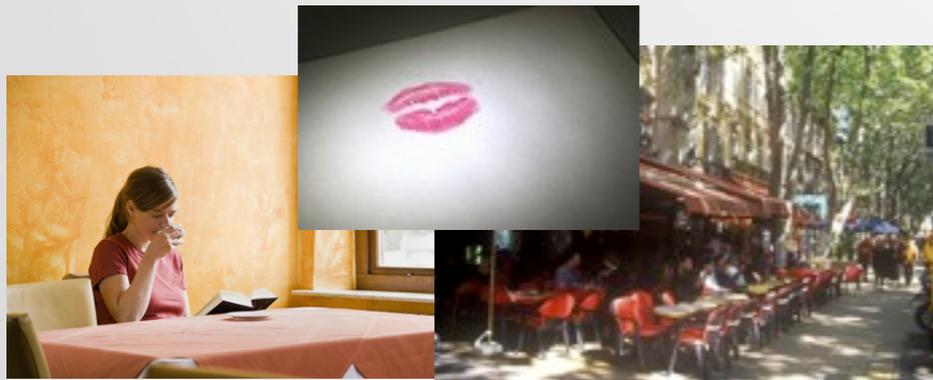


## Alianzas Estratégicas:

**Retail:** Por medio de **alianzas estratégicas** con almacenes Éxito y marcas patrocinadoras de la campaña como **Kotex, Punto Blanco** entregaremos **prendedores del "Beso"** promoviendo el "compromiso de yo estoy en contra del abuso Sexual" y hago parte de "ayuda divina".

## Flow Chart

Medio	%	Ppto anual
Internet	20.00%	200,000,000
TV	35.00%	350,000,000
Radio	14.00%	140,000,000
Prensa Regional	11.00%	110,000,000
Publicidad Exterior	20.00%	200,000,000
		1,000,000,000



**Crepes & Waffles: Servilletas** con el símbolo representativo de la campaña (**Beso**). Donde se generará ruido, engagement y tráfico al site "Ayudadivina.gov"

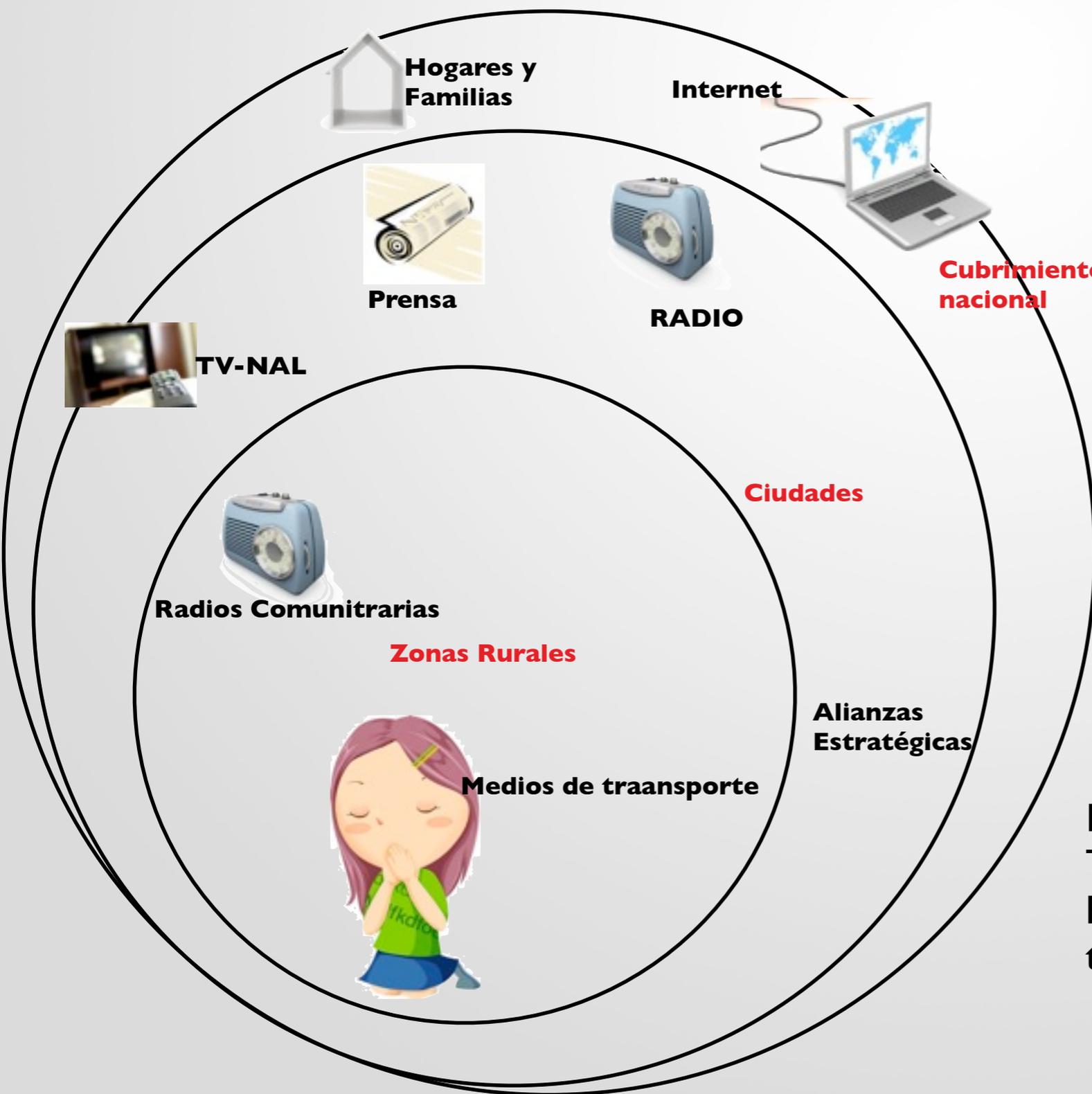


Ayuda Divina



**Punto Blanco: Colección especial "ayuda divina"**. Un porcentaje de la ventas de la colección ira como apoyo a los programas preventivos desarrollados por La alta consejería presidencial para la equidad de la mujer.

# Puntos de Contacto



Una selección de medios pensados para impactar a las niñas, a sus familias y a las instituciones en sus respectivos contextos.

**En el campo**  
Escuelas, colegios  
TV, Radio, medios de transporte..

**En las ciudades**  
TV, Radio, Colegio, Internet, Exterior, Radio,,  
Prensa, Centro Comercial, Baños, Medios de transporte. productos de consumo masivo.

# Ayuda Divina



**Vicepresidencia**  
República de Colombia



Alta Consejería Presidencial  
para la Equidad de la Mujer  
República de Colombia

**FUNDACIÓN**  
BOLÍVAR **DAVIVIENDA** 