

CAMPAÑA PREVENCIÓN VIOLENCIA SEXUAL EN NIÑAS DE 10 A 14 AÑOS

SITUACIÓN
¿CÓMO?
ESTÁN SUS
ABUELOS

CUÉNTANOS CÓMO LE
EXPRESARÍAS EL CARIÑO
A UNA NIÑA

DES ETAPAS:
LOS DIFERENCIAS.
S,

IDEA

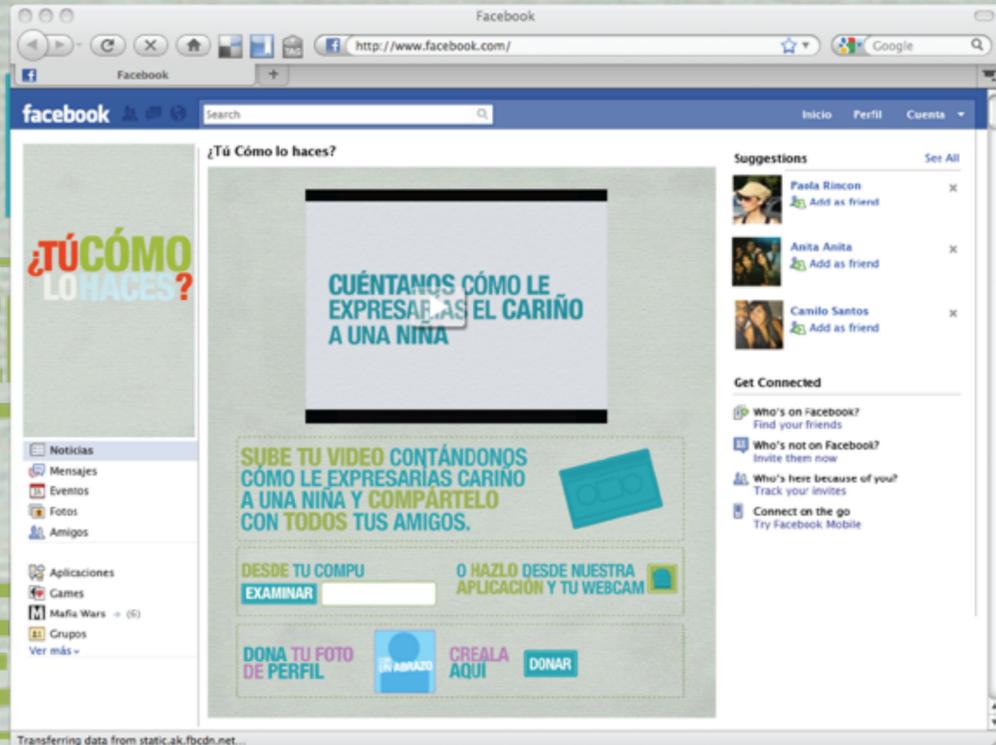
PREGUNTARLE A LOS COLOMBIANOS,
CÓMO LE EXPRESARÍAN CARIÑO A UNA NIÑA.

FACEBOOK

FACEBOOK SERÁ EL MEDIO PRINCIPAL EN LA ÉTAPA DE EXPECTATIVA DE LA CAMPAÑA, GRACIAS A SU AMPLIA COBERTURA EN COLOMBIA NOS PERMITIRÁ COMUNICARNOS CON DIFERENTES PÚBLICOS.

EXP

HARE
QUE T
POR L
EL DE



EDIOS,
IÓN CREADA
PARA

FAN PAGE

CREAREMOS UN FAN PAGE, EN EL QUE LAS PERSONAS ENCONTRARAN UN VIDEO GRABADO PREVIAMENTE POR NOSOTROS. VIDEO QUE INVITARA A LAS PERSONAS A CONTARNOS COMO LE EXPRESARÍA SU CARINO A UNA NIÑA (TEMA PRINCIPAL DE LA CAMPAÑA).

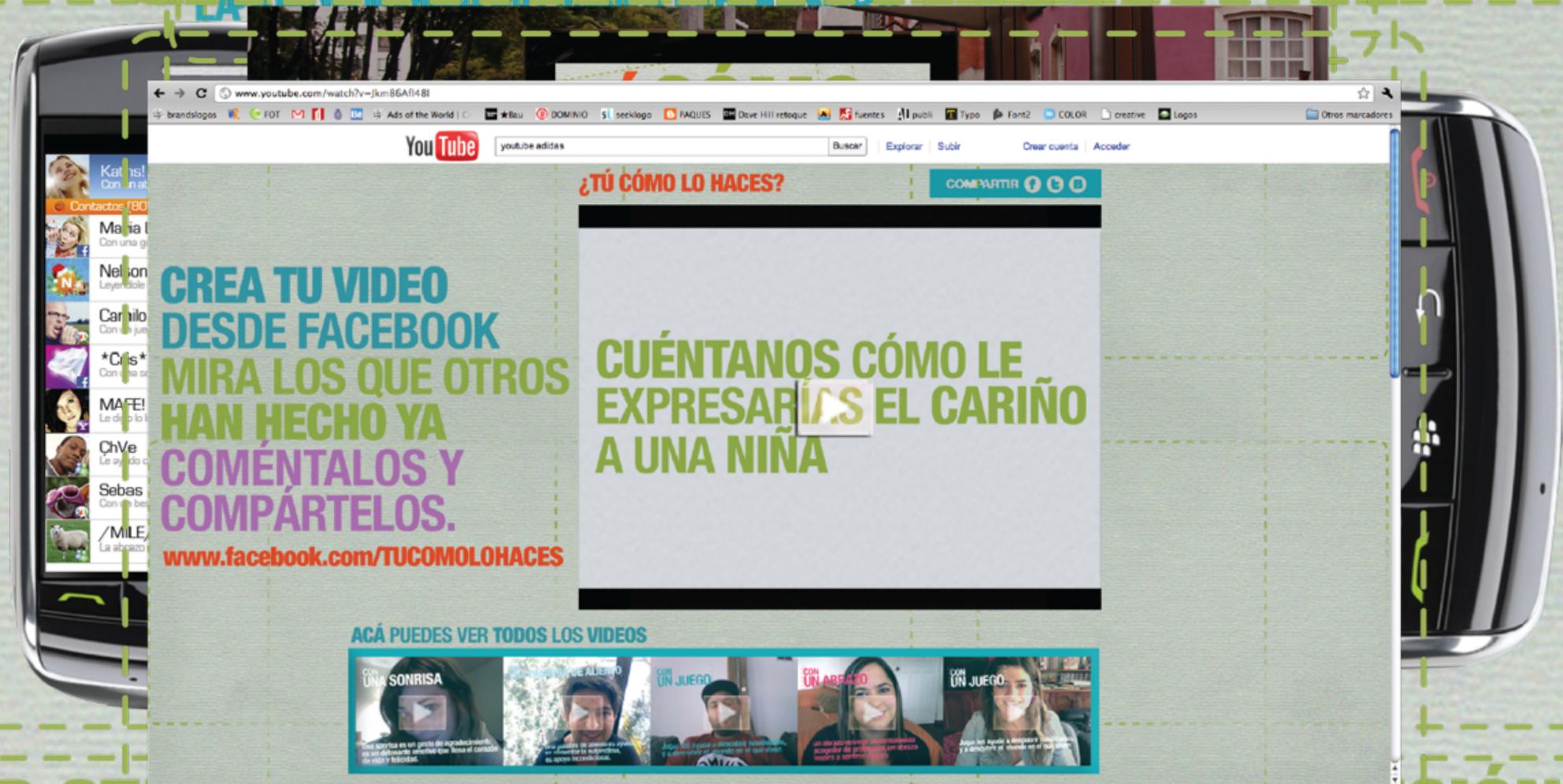
UNA VEZ EL VIDEO HAYA SIDO PUBLICADO EN NUESTRA PÁGINA, LA PERSONA RECIBIRÁ SU PROPIA VERSIÓN ACOMPAÑADA DE UN MENSAJE EN SU WALL PERSONAL.

FOTO DE PERFIL

INVITAREMOS A LAS PERSONAS A DONAR SU FOTO DE PERFIL, MEDIANTE UNA SIMPLE APLICACIÓN ELLAS PASARÁN A SER PARTE DE LA CAMPAÑA.

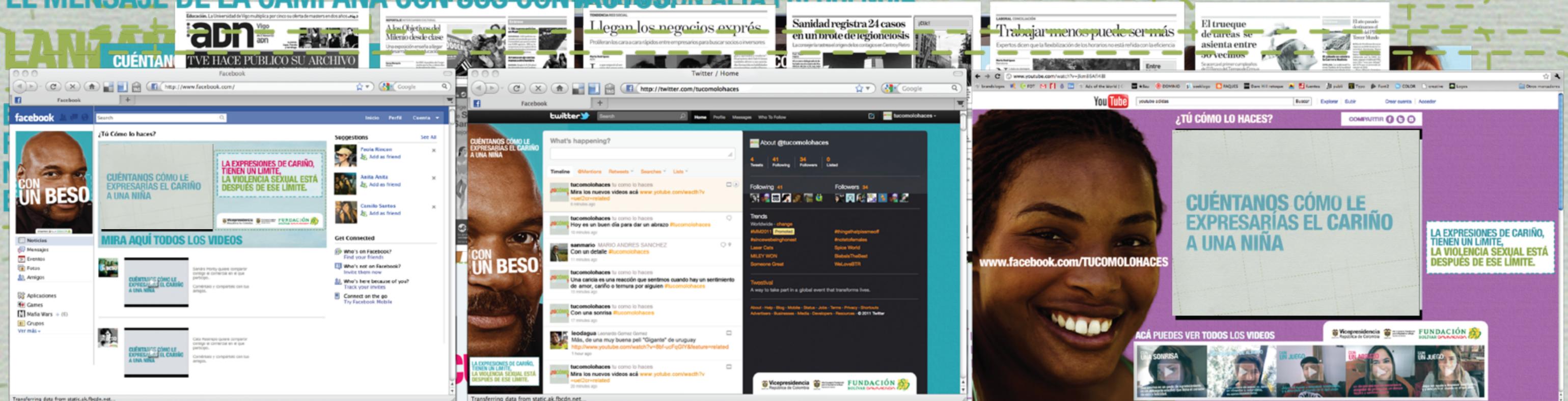
LA FOTO SERÁ INTERNVENIDA CON UN MENSAJE DE LA CAMPAÑA.

BB HEVOTUBERAS
 EN LA BÚSCA DE NUESTROS MEDIOS ENCONTRAMOS UNA GRAN OPORTUNIDAD EN
 EL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASA QUE HA VUELTO
 INDISPENSABLE PARA TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE
 CONSTANTEMENTE BUSCAMOS UN TIPO DE PERSONAS
 LA AFECTIVA MANEJADORA DE REDES SOCIALES



BB STATE
ESPACIO PARA PARTICIPAR Y DISCUSIÓN
 INVITAREMOS A DONAR SU COMPARTIR Y HAZTE VER
 CON EL FIN DE
 MUCHO MÁS
 MENSAJE
 CON MÁS FUERZA NUESTRO MENSAJE.

EN TELEVISIÓN
PRENSA Y RADIO EL MEDIO PRINCIPAL LA TELEVISIÓN, EL MEDIO DE MAYOR
FACEBOOK, TWITTER Y YOUTUBE EN LAS DIFERENTES REDES SOCIALES SE PUBLICARON CONTENIDOS DE ALGUNAS
 EN LAS DIFERENTES REDES SOCIALES SE PUBLICARON CONTENIDOS DE ALGUNAS
 EL MENSAJE DE LA CAMPAÑA CON SUS CONTACTOS EN ALTA FRECUENCIA.



PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y MENSAJE
 CON LA INFORMACIÓN RECOPIADA DE LA ETAPA EXPECTATIVA Y EL MATERIAL DESARROLLADO PARA TODOS LOS MEDIOS
 SE ALIMENTARON A UNO DE LOS MEDIOS DE ALTA CIRCULACIÓN PARA OBTENER UNA MAYOR CUBERTURA Y FRECUENCIA DE REPRODUCCIÓN DE LOS MENSAJES PARA GARANTIZAR UN IMPACTO MAYOR.
 EN LOS RESULTADOS SE PUEDE OBSERVAR QUE LAS ESTADÍSTICAS
 CONSEGUIMOS VALEN A OBTENER ESTOS RESULTADOS ASÍ,
 LETRADO FORMAS DE PENSAR DE NUESTROS MODO DE VIVIR QUE POR
 EL QUE PENSAMOS UNA MAYOR FRECUENCIA, Y DE NUEVO REFORZAREMOS
 LA IDEA DE VER AL PÚBLICO EDUCÁNDOSE A ELLOS MISMOS.



**ESTE
MES**

**LÉELE UN CUENTO
A UNA NIÑA**

VISITANOS EN
www.facebook.com/TUCOMOLOHACES
Y CONOCE LAS ACTIVIDADES PLANEADAS PARA ESTE MES.

LA EXPRESIONES DE CARÍÑO,
TIENEN UN LÍMITE,
LA VIOLENCIA SEXUAL ESTÁ
DESPUÉS DE ESE LÍMITE.



LÉELE A UNA NIÑA

CREAREMOS PEQUEÑOS CÍRCULOS DE LECTURA Y SISTEMAS DE BENEDE LA CAMPAÑA DE LOPATISUAR EN OYAREMOSUENLESASAPERESVASINODBANDSOPOR NU RANUNORRANONIA. LEER INCREÍBLES HISTORIAS R DIFERENTES SIADAS Y ODES EN, ESPACIOS PÚBLICOS DIGITALES.

ADEMÁS, EN INTERNET USANDO NUESTROS CANALES PROGRAMAREMOS LECTURAS CON LÍDERES DE OPINIÓN Y PERSONAJES FAMOSOS DE RADIO Y TELEVISIÓN.



**ESTE
MES**

**HAZ QUE
UNA NIÑA SE RIA**

VISITANOS EN
www.facebook.com/TUCOMOLOHACES
Y CONOCE LAS ACTIVIDADES PLANEADAS PARA ESTE MES.

LA EXPRESIONES DE CARÍÑO,
TIENEN UN LÍMITE,
LA VIOLENCIA SEXUAL ESTÁ
DESPUÉS DE ESE LÍMITE.



RISAS PARA UNA NIÑA

EN ALIANZA CON LOS MEJORES COMEDIANTES DE COLOMBIA, REALIZAREMOS STANDUP COMEDY'S EN DIFERENTES ESPACIOS PÚBLICOS ASÍ, ELLOS TOMARÁN LA VOCERÍA DE LA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN.

CRONOGRAMA/ USO DE MEDIOS POR ETAPA

EXPECTATIVA

INVERSIÓN EN MEDIOS DIGITALES COMO FUENTE PRINCIPAL DE COMUNICACIÓN. APOYO EN RADIO Y PUBLICIDAD EXTERIOR.

LANZAMIENTO

TELEVISIÓN COMO MEDIO PRINCIPAL PARA LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE. MEDIOS DIGITALES COMO APOYO EN LA PROPAGACIÓN DEL MISMO. RADIO COMO APOYO SECUNDARIO POR SU FRECUENCIA Y COBERTURA. PRENSA Y REVISTAS COMO PRESENTACIÓN DEL MENSAJE EN PUBLICACIONES DE BAJA INVERSIÓN PARA CONTAR CON UNA MAYOR FRECUENCIA.

SOSTENIMIENTO

LOS MEDIOS DIGITALES TOMARÁN EL ROL PRINCIPAL EN LA COMUNICACIÓN POR SU FACILIDAD DE INTERACCIÓN ENTRE MENSAJE Y PÚBLICO. COMO APOYO PRIMARIO LA PRENSA Y LAS REVISTAS. RADIO SIGUE PRESENTE POR SU FRECUENCIA, COBERTURA Y LA BAJA INVERSIÓN QUE SE NECESITA. EN ESTA ETAPA INTERACTUARÁN TAMBIÉN VOCEROS AFINES CON EL PÚBLICO.



YOUTUBE BB TOOLS TWITTER
FACEBOOK
OOH RADIO
MOBILE SMS

YOUTUBE BB TOOLS TWITTER
PRENSA **TELEVISIÓN** FACEBOOK
OOH RADIO
MOBILE SMS

YOUTUBE BB TOOLS TWITTER
PRENSA **FACEBOOK** SPOKEN
MOBILE SMS RADIO

MEDIOS USADOS POR ETAPA

CAMPAÑA PREVENCIÓN VIOLENCIA SEXUAL EN NIÑAS DE 10 A 14 AÑOS

SITUACIÓN

UNA GRAN PORCENTAJE DE LAS NIÑAS COLOMBIANAS, DE 10 A 14 AÑOS DE EDAD ESTÁN SUFRIENDO POR VIOLENCIA SEXUAL CAUSADA POR SUS PADRES, ABUELOS, TÍOS, ENTRE OTROS.

PROBLEMA

FALTA DE EDUCACIÓN Y RESPETO DE LOS ADULTOS HACIA LAS NIÑAS.

SOLUCIÓN

EDUCAR A LOS ADULTOS CON SU CONOCIMIENTO Y EL DE LOS DEMÁS.

IDEA

PREGUNTARLE A LOS COLOMBIANOS, CÓMO LE EXPRESARÍAN CARINO A UNA NIÑA.

¿CÓMO?

CREAREMOS UNA CAMPAÑA DIVIDIDA EN TRES ETAPAS

EXPECTATIVA

CREAREMOS UNA CONVOCATORIA EN REDES SOCIALES, MÓVILES Y EN LOS MEDIOS TRADICIONALES COMO RADIO. LA CONVOCATORIA TIENE COMO OBJETIVO RECOLECTAR INFORMACIÓN, QUE SERÁ FUNDAMENTAL PARA TODA LA CAMPAÑA.



LANZAMIENTO

USANDO TODO EL MATERIAL RECOGIDO EN LA ETAPA DE EXPECTATIVA, LANZAREMOS OFICIALMENTE NUESTRA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN, HACIENDO QUE LOS PROTAGONISTAS DE ESTA SEA EL MISMO PÚBLICO AL QUE NOS DIRIGIMOS. TV, RADIO Y PRENSA, ENTRAN A JUGAR UN PAPEL IMPORTANTE EN ESTA ETAPA.



SOSTENIMIENTO

CONTINUANDO CON LA LABOR EDUCATIVA, EN LA ETAPA DE SOSTENIMIENTO NOS APOYAREMOS EN LOS VALORES YA INCULCADOS POR NUESTROS PROTAGONISTAS. MES A MES ALGUNOS DE ESTOS VALORES COBRARÁN IMPORTANCIA.





Vicepresidencia
República de Colombia



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

FUNDACIÓN
BOLÍVAR DA VIVIENDA

