

# *Prevención de la explotación sexual y comercial de niños, niñas y adolescentes en Colombia*

SPV250288

## **OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN Y MERCADEO**

### 1. **OBJETIVOS DE MERCADEO**

#### **SITUACION ACTUAL**

La explotación sexual y comercial de niños, niñas y adolescentes en Colombia (ESCNNA) es una problemática que está viviendo nuestro país desde hace varios años y que está creciendo y tomando más fuerza a medida que pasa el tiempo. Según cifras del ICBF el crecimiento de la explotación sexual infantil ha incrementado en una tasa promedio de 10% anual de casos reportados.

En Colombia hay varias formas de explotación sexual las cuales ya son consideradas una forma de esclavitud contemporánea ya que implica una transacción (en dinero o especie) para el niño afectado o para una tercera persona. Los niños colombianos están siendo sometidos a participar en pornografía infantil, turismo sexual, trata de niños, matrimonios serviles, etc.

Estos tratos están asociados a patrones de comportamientos de nuestra sociedad como la desigualdad, educación patriarcal, desconocimiento de los derechos de los niños, pobreza, desplazamiento, hacinamiento, abuso sexual, entre otros.

Es importante mencionar que el 84,25% de la población afectada son mujeres, en la mayoría niñas entre los 5 y 14 años de edad, cuyos primeros agresores se encuentran en su núcleo familiar. Del informe de la Vicepresidencia de la Republica se deduce que estas agresiones se realizan principalmente en la casa de los menores en horarios laborales cuando la madre está ausente.

#### **OBJETIVOS DE MERCADEO**

- Prevenir la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en Colombia, teniendo en cuenta que el enfoque debe ser la prevención de la explotación sexual de niñas entre 5 a 14 años principalmente.
- Concientizar a los familiares de las niñas en este rango de edad, sobre la vulnerabilidad y posible presencia de la problemática en su familia.

### 2. **Objetivos de Comunicación**

- Dar a conocer el incremento de la problemática de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en Colombia mostrando que este problema social puede presentarse en cualquier hogar. Este mensaje debe ser transversal a todos los niveles socioeconómicos.
- Proporcionar opciones o herramientas a las familias en caso de tener sospechas de estos posibles comportamientos en su hogar evitando que sucedan.
- Llegar con el mensaje de prevención a las zonas más afectadas de Colombia donde la tasa de explotación es más alta (zonas urbanas y zonas rurales)

## ***DECLARACIÓN DE ESTRATEGIA***

### 3. Posicionamiento

Target Market: Núcleo Familiar, familiares cercanos y vecinos de niños, niñas y adolescentes.

Beneficio Diferenciador: Entender y proteger la niñez colombiana desde temprana edad, evitando así, la exposición y disposición de niños y adolescentes a situaciones de explotación sexual, inducidas por victimarios o por iniciativa propia buscando algún tipo de remuneración. Con esto se busca formar una cultura de prevención para tratar la problemática desde su origen.

Es importante vincular al ICBF como soporte estratégico a esta iniciativa, usando su conocimiento para optimizar el alcance de la campaña y enfocar la misma a la población más afectada.

### 4. Actitud de la Iniciativa

Comunicación fuerte, cruda, impactante, seria. Es muy importante no usar imágenes alusivas a la problemática, pero si lo suficientemente clara para entender el mensaje a comunicar.

### 5. Mensaje principal/enfoque de la comunicación

La importancia de hacer entender a los adultos que están encargados de los niños, niñas y adolescentes, que de ellos depende cuidarlos, defender sus derechos fundamentales y asesorarlos para que los niños en un futuro puedan tomar sus decisiones de forma responsable y no ser víctimas de explotación sexual.

Lograr llegar a la mente, razón y corazón de los victimarios ejemplificando la problemática en mujeres icónicas o sagradas para ellos como sus madres y abuelas. (Ref: el concepto de sembrar una idea en el subconsciente para que esa idea crezca y genere una forma de pensar y actuar específica. Ej: Película *Inception (El Origen)*)

### 6. Información de soporte

Teniendo en cuenta los estudios de la Vicepresidencia de la República, las niñas entre 5 y 14 años de edad son las que están más expuestas a explotación sexual infantil, representando un aproximado de 70% sobre la totalidad de la población afectada siendo los principales victimarios los padres, padrastros, vecinos y familiares cercanos.

## ***DETALLES DEL PROYECTO***

### ***7. Entregables finales***

- Concepto Estratégico.
- Estratégica creativa.
- Estrategia de medios tradicionales y no tradicionales
- Plan de medios de comunicación enfocada a las zonas rurales y urbanas más afectadas de Colombia.
- Estudio de efectividad y penetración de la campaña

### ***8. Tiempo de salida y Duración de la campaña***

Al aire Octubre 2011. Duración de la campaña: 6 meses

### ***9. Presupuesto***

2.000 millones de pesos.