



DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL

PLAN DE MEDIOS CAMPAÑA ENCONTRA DEL MALTRATO DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES “ME REHUSO AL ABUSO”

LA INFANCIA NOS UNE GOBERNACION DEL TOLIMA 2021-2023

Me rehúso al abuso

Campaña en contra del maltrato infantil en niños, niñas y adolescentes.

En el marco de la gran alianza en contra del maltrato infantil niños, niñas y adolescentes del departamento del Tolima 2021-2023

Objetivo:

Desarrollar una campaña de comunicación de alto impacto que pueda abarcar todo el departamento del Tolima, y genere recordación mediática.

Lineamientos:

- ❖ Poderse conectar con otras instituciones.
- ❖ Poder abarcar el territorio tolimente.
- ❖ Generar impacto en medios de comunicación y redes sociales.
- ❖ Creatividad para una campaña de alta recordación.

Me rehúso al abuso - Escucha a los héroes del futuro

Esta campaña se basa en usar iconos característicos de los superhéroes: capa y escudo.

A través de ellos llamar la atención e invitar a las personas de todas las edades a conocer y aplicar las medidas que previenen el abuso contra niños, niñas y adolescentes.

La infancia de hoy, serán los héroes del futuro en el que viviremos.

Activación bandera: entregando una capa con el mensaje insignia de la campaña, a líderes representativos del deporte, medios, política, comercio, etc. Se buscará que el mensaje logre una gran amplificación.

Igualmente entregando estas capas a miles de niños en los municipios, para que porten un suvenir símbolo que no sea desechable, ya que se verán motivados a conservarlo y jugar con él.

Trabajo previo por realizar:

Edificio Gobernación del Tolima – Carrera 3 entre Calle 10 y 11, Piso 9
Web: www.tolima.gov.co Teléfonos: Telefax (8) 2611909 Código Postal 730001
Ibagué, Tolima - Colombia



**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

- ❖ Identificar aliados estratégicos como: Cortolima, alcaldía, municipales, cámara de comercio, Fenalco, comfatolima – infibague, primera gestora departamental y municipal ICBF, Policía Nacional, Ejercito Nacional etc.
- ❖ Contactar y generar convenios con personajes con creatividad y autoridades del maltrato infantil.
- ❖ Proyectar la producción y publicación de material Publicitario de la campaña vallas, pendones, kit de la compañía

Momentos

- ❖ Campaña de expectativa
- ❖ Lanzamiento campaña
- ❖ Etapas de la campaña

✚ Me rehusó al abuso, la infancia nos une.
✚ La niñez se escucha
✚ mis hijos son tus hijos

DESARROLLO

Creación y producción

Formando el equipo que va a dirigir la campaña, se terminarán de ajustar los gráficos y mensajes representativos de la campaña, que serán eje para los diferentes momentos y publicaciones que se realicen durante el desarrollo.

Diseño de la capa y el escudo

Se diseñarán una capa azul con el mensaje “Me rehusó al abuso” y un escudo que podrá contener un segundo mensaje, los cuales serán usados de forma transversal en todos los momentos y activaciones de la campaña.

Expectativa

Una semana previa al lanzamiento, se publicará en unos cuantos medios de alta difusión una silueta con capa y escudo, y el mensaje dirá “un nuevo héroe llega al Tolima”, finalmente se descubrirá que ese héroe podemos ser cada uno de nosotros.

Medios sugeridos como:

- ❖ Pauta digital en Facebook, instagram, twitter.
- ❖ El Tortugazo

Edificio Gobernación del Tolima – Carrera 3 entre Calle 10 y 11, Piso 9
Web: www.tolima.gov.co Teléfonos: Telefax (8) 2611909 Código Postal 730001
Ibagué, Tolima - Colombia



**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

- ❖ Ecos del Combeima
- ❖ 2 vallas en Ibagué.

IDEAS TÁCTICAS DE LA CAMPAÑA

Contenido:

Contratar un plan de contenidos que incluya imágenes y videos, para difundir durante los diferentes momentos de las campañas, enfocados a medios propios, medios externos, free press e influenciadores.

Entre esos contenidos se propone: cómic didáctico, recomendaciones, rutas de atención, videos dramatizados, videos graciosos, tendencias como Tik Tok y memes.

Capas para influenciadores:

Se busca a personas influyentes para que graben o publiquen mensajes de la campaña.

Capas para funcionarios y profesores:

Se promueve que funcionarios públicos y profesores usen las capas durante jornadas específicas. Igualmente se puede coordinar con empresas de alta visibilidad pública de personal para generar este aspecto masivo, como escobitas de aseo, conductores de buseta, cajeras de supermercados, policías, etc.

Día del héroe del futuro:

Un día, que podría ser el día del niño, se coordina para que los sectores mencionados anteriormente, además de colegios y medios de comunicación, usen la capa y el escudo.

Stickers de redes sociales:

Diseñar y dar de alta una serie de stickers animados que puedan encontrarse y usarse en Instagram y Whatsapp. Igualmente el diseño de un filtro que permita a las personas ponerse la capa y el escudo de forma virtual. Esto se promueve a través de influenciadores, y la creación de un reto viral.

Pautas publicitarias en Facebook de la campaña



**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

Canales de difusión:

Propios, free press, activaciones y plan de medios.

Propios y free press:

Se espera contar con una serie de medios propios y aliados que puedan difundir contenido de la campaña como son Emisora Cultural del Tolima, redes sociales del gobierno, emisoras comunitarias, y de las fuerzas públicas.

Se realizarán activaciones en escuelas, hospitales y calle, para posteriormente enviar material a medios y lograr free press.

Plan de medios:

Enfocado a optimizar los recursos para alcanzar la mayor cantidad de personas, permeando las audiencias con los mensajes adecuados:

Radio:

Cómo: Cuñas didácticas con enfoque a la recordación de mensajes pegajosos, 2 o 3 veces al día durante una semana de cada mes. (7 días por mes)

Dónde: Paquete de cuñas con alguna de las dos cadenas radiales más grandes (Caracol o RCN), Emisoras comunitaria de las regiones emisora institucionales de la gobernación del Tolima y emisora de la Policía Nacional

Digital:

Cómo: Contratar creación de contenido original y su publicación a medios productores. Paquetes de contenido mensuales.

Dónde: Ejemplo Don Tamalio, El Tortugas, El Irreverente. etc.

Influenciadores:

Cómo: Actividades de stickers, retos o filtros, generar unas olas de publicaciones. 3 días al mes.

Dónde: Mario Trujillo, El Tortugazo, jugador del Deportes Tolima, LechonaNation, Angie Vanegas

Prensa y Televisión:

No son sugeridos para esta campaña. Se pueden lograr con free press.

ATL:

Vallas y pantallas LED



**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

Afiches y volantes en colegios, instituciones y servicios de alto tráfico (buses, clínicas, etc.)
Repartir capas y escudos en eventos

BTL:

Ponerle capas a las estatuas representativas de los diferentes municipios del Tolima. (“Estos héroes se unen a la causa”)
Disfrazar un héroe que sale por la 3era en Ibagué a realizar buenas acciones, y predicar el mensaje “me rehusó al abuso”

ACTIVACIONES

- ❖ Contenidos y tácticas
- ❖ Boletín de prensa
- ❖ Rueda de prensa medios comunicación, radial, televisión, redes sociales a nivel de todo el departamento.
- ❖ Cuñas y videos publicitarios con sus respectivos tiempos medios aliados página y redes de la gobernación.
- ❖ Emisoras comerciales, comunitarias e institucionales del Departamento
- ❖ Dia de los héroes
- ❖ Stickers
- ❖ Influenciadores
- ❖ Plan de contenidos
- ❖ Canales de difusión



**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

PRESUPUESTO CAMPAÑA CONTRA EL MALTRATO INFANTIL DE LA GRAN ALIANZA

PRESUPUESTO GRAN ALIANZA CONTRA EL MALTRA INFANTIL 2021-2023 EL TOLIMA NOS UNE	CANT	V/GRUPAL	TOTAL
Diseño gráfico de la imagen de la campaña eslogan "me rehusó al maltrato, infancia nos une en el Tolima"	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Diseñar y dar de alta una serie de stickers animados que puedan encontrarse y usarse en Instagram y Whatsapp. Igualmente el diseño de un filtro que permita a las personas ponerse la capa y el escudo de forma virtual. Esto se promueve a través de la campaña "me rehusó al maltrato, infancia nos une en el Tolima"	1	\$500.000	\$500.000
Videos institucional de la campaña "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	2	\$4.000.000	\$8.000.000
Realización cuñas 30 seg. Radiales "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	4	\$40.000	\$160.000
Pagos de cuñas didácticas con enfoque a la recordación de mensajes pegajosos 2 o 3 veces al día durante una semana de cada mes .(7 días por mes) en emisoras que ofrezcan paquetes de cuñas de cadenas radiales con alcance en todo el departamento	1	\$4.000.000	\$4.000.000
3000 busos, tela tipo licra - algodón, cuello en V reforzado, marcados con los logos de la Gobernación y campaña "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	3000	\$12.000	\$36.000.000

**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

3000 gorras de tela con corredera de graduación metálica marcados con los logos de la Gobernación y CAMPAÑA "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	3000	\$13.000	\$39.000.000
Pasacalle en impresión digital MEDIDA : 6*1 una cara full marcados con los logos de la Gobernación y campaña "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	250	\$120.000	\$30.000.000
Pendón en impresión digital MEDIDA : 0.70*1.10 cara full marcados con los logos de la Gobernación y campaña "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	120	\$80.000	\$9.600.000
KIT CAPA ESCUDO DE LA CAMPAÑA "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	5000	\$18.000	\$90.000.000
PAGO DE CUÑAS RADIALES EN EL DEPARTAMENTO DE LA CAMPAÑA "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	250	\$45.000	\$11.250.000
Pago publicidad televisión regional	50	\$300.000	\$15.000.000
10000 Afiche propal 150gr una cara full color MEDIDA : 1/4 pliego , marcados con los logos de la Gobernación y campaña ""Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	10	\$750.000	\$7.500.000
10000 Volantes una cara una cara full color media carta MEDIDA : 1/4 pliego , marcados con los logos de la Gobernación y campaña ""Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	10	\$250.000	\$2.500.000
		\$13.000	\$-
Logística lanzamiento de campaña "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"			\$-



**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

REFRIGERIO para quinientos (500) personas. Opción 1: Sándwich (dos rodajas de pan, mantequilla, loncha de queso, 200 gr de pollo, lechuga, mayonesa y jugo natural en vaso de once onzas. Opción 2: Perros calientes (salchicha ahumada de 35 GRMS, en pan especial para perro, con lonja de queso, papa picada y salsas) acompañado de jugo natural en caso de once onzas. Opción 3: Yogurt en vaso de 200 ml, ponqué de 60 gr y manzana verde	500	\$9.500	\$4.750.000
Están de cafetería para 500 personas con agua, aromática tinto galletas y meseros	500	\$4.500	\$2.250.000
Decoración del salón flores bombas alusivo a la campaña "me rehusó al maltrato, infancia nos une en el Tolima"	1	\$700.000	\$700.000
Sonido para 500 personas	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Rueda de prensa para los medios de comunicación, radiales, televisión redes sociales del Departamento	1	\$300.000	\$300.000
REFRIGERIO para quinientos (500) personas. Opción 1: Sándwich (dos rodajas de pan, mantequilla, loncha de queso, 200 gr de pollo, lechuga, mayonesa y jugo natural en vaso de once onzas. Opción 2: Perros calientes (salchicha ahumada de 35 GRMS, en pan especial para perro, con lonja de queso, papa picada y salsas) acompañado de jugo natural en caso de once onzas. Opción 3: Yogurt en vaso de 200 ml, ponqué de 60 gr y manzana verde	50	\$9.500	\$475.000
Estánd de cafetería para 50 personas con agua, aromática tinto galletas y meseros	50	\$4.500	\$225.000
Decoración del salón flores bombas alusivo a la campaña "me rehusó al maltrato, infancia nos une en el Tolima"	1	\$300.000	\$300.000
Grupo musical	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Una celebridad con reconocimiento defensa de los niños regional y nacional charla sobre el maltrato infantil	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Sonido para 500 personas en espacio abierto o cerrado	1	\$1.800.000	\$1.800.000
Vallas publicitarias electrónicas pantalla led 4*4	4	\$900.000	\$3.600.000



**DIRECCION INFANCIA Y JUVENTUD
SECRETARIA DE INCLUSIÓN SOCIAL POBLACIONAL**

Pago de publicidad por redes sociales en el departamento de la campaña "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une"	1	\$3.000.000	\$3.000.000
Influenciadores que hablen sobre la campaña "Me rehusó al abuso, En el Tolima, la infancia nos une" en redes sociales: que realicen retos o filtros, generar unas olas de publicaciones. 3 días al mes.	4	3.000.000	12.000.000
TOTAL			\$287.410.000