

Diseño e implementación de campañas permanentes relativas al derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, con perspectiva de género, enfoque de derechos humanos, de juventudes, diferencial e intercultural

Se tiene previsto la realización de **dos campañas de difusión** en torno a la Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres (AVGM):

1. Mujeres en Alerta:

- **La población objetivo:** población en general, especialmente dirigida a mujeres y niñas que han sufrido algún tipo y/o modalidad de violencias.
- **La duración:** Marzo a 25 de septiembre 2017
- **La cobertura:** Guadalajara prioritariamente y Área Metropolitana.
- **El plan de medios de difusión:**
 - Medios digitales: Pauta Digital en facebook, twitter, instagram, youtube, entre otros.
 - Medios tradicionales: entre las estrategias de difusión en medios “tradicionales” se encuentran las brigadas informativas realizadas en colonias y cruceros por personal del InMujeresGdl y los equipos de difusión territorial de Procesos Ciudadanos del Gobierno Municipal, así como las notas periodísticas y la instalación de 100 parabuses (60 a partir de julio y 40 más en septiembre).
- **Las fases:**
 - 1era. Fase: difusión a través de medios digitales y brigadas territoriales.
 - 2da. Fase: Reforzamiento de medios digitales y brigadas territoriales con la instalación de 100 parabuses.
- **La metodología de evaluación para el seguimiento de la implementación:** encuestas digitales y territoriales a partir de la finalización el 25 de septiembre.
- **El impacto de la campaña:** se realizará la evaluación de impacto a partir de la finalización de ambas campañas.
- **Evidencias.** Fotografías anexas en Reporte y Plataforma.

Impacto a agosto de 2017:

Redes Sociales: 668,694 impactos

Medios tradicionales (brigadas y notas periodísticas): 1,720,376 alcance total

Parabuses: 5,053,316 alcance total por personas estimado a 25 de septiembre.

2. 4 minutos

- **La población objetivo:** población en general, especialmente dirigida a mujeres y niñas que han sufrido algún tipo y/o modalidad de violencias.
- **La duración:** 26 de septiembre a 31 de diciembre de 2017
- **La cobertura:** Guadalajara prioritariamente y Área Metropolitana.
- **El plan de medios de difusión:**
 - Medios digitales: Pauta Digital en facebook, twitter, instagram, youtube, además de Google Displays en diversos sitios web y YouTube.
 - Medios tradicionales: entre las estrategias de difusión en medios “tradicionales” se encuentran las brigadas informativas realizadas en colonias y cruceros por personal del InMujeresGdl y los equipos de difusión territorial de Procesos Ciudadanos del Gobierno Municipal, así como notas periodísticas, la instalación de 100 parabuses, 2 spots de radio con pauta en radiodifusoras locales, 3 paneles de andén en tres estaciones del Tren Ligero (Plaza Universidad, San Juan de Dios y Tetlán) y 32 dovelas distribuidas en todos los vagones de la Línea 2.
- **Las fases:**
 - Única fase: difusión a través de medios digitales, brigadas territoriales, instalación de 100 parabuses, spots de radio y paneles de andén y dovelas en Tren Ligero.
- **La metodología de evaluación para el seguimiento de la implementación:** encuestas digitales y territoriales a partir de la finalización el 31 de diciembre.
- **El impacto de la campaña:** se realizará la evaluación de impacto a partir de la finalización de ambas campañas.
- **Evidencias.** Pendiente de llevarse a cabo.

Impacto estimado:

Redes Sociales: 12 millones de impresiones

Parabuses: 5,053,316 alcance total por personas

Radio: Por definir

Tren Ligero: Dóvelas 5 millones de impactos y 2.5 millones de impactos por Panel de Andén con una duración de 60 días.

Presupuesto etiquetado para las campañas:

Para ambas campañas se tiene presupuestado en el Capítulo de “Servicios de Comunicación Social y Publicidad” **\$424,388** pesos dentro del presupuesto del Instituto Municipal de las Mujeres en Guadalajara.

Sin embargo el costo real de las campañas asciende considerando que los 100 parabuses se consiguieron de manera gratuita a través de la Dirección de Comunicación Social del Gobierno Municipal de Guadalajara como parte del convenio de colaboración con la empresa concesionaria de los parabuses. El precio de mercado de dichos parabuses por la duración de esta fase de la campaña ascendería a \$1,000,000 pesos, dado que cada cara de parabús cuesta \$2,500 pesos por catorcena. Son 100 caras y están contempladas 4 catorcenas.

Además de ello, se convino que la contratación de Google Displays que se realizó por parte de la Dirección de Comunicación Social del Gobierno Municipal de Guadalajara, se destinará a promover la AVGM.

Por lo anterior, el costo real de ambas campañas ascendería a \$1,500,000 pesos.