



## “Campaña de prevención de VBG”

**TERMINOS DE REFERENCIA: PARA COLOCACIÓN DE PAUTA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**



## 1. Objetivo

El objetivo de este proceso es contratar el servicio de colocación de pauta en los medios de comunicación con alcance y cobertura en los municipios establecidos, para promover la campaña A mi también me pasó, sobre prevención y sensibilización de las Violencias Basadas en Género contra mujeres y personas LGBTI+ en espacios públicos, a raíz de la información obtenida en las auditorías urbanas y en los mapas de riesgo, y Promover la desnaturalización de la violencia machista a través de campañas que generen conciencia en la población.

## 2. Alcance geográfico

El área para intervenir es el departamento de San Salvador y el distrito de Santa Tecla que pertenece al departamento de La Libertad Sur. Esto con el objetivo de generar un alcance significativo en la sensibilización de la población tanto a nivel urbano como local. Alcance temporal La campaña tiene una temporalidad de 5 meses, comenzando de noviembre finalizando en marzo 2025.

## 3. Alcance poblacional

El objetivo de la campaña es llegar a través de diversos medios, tanto radiales, mupis, vallas publicitarias y redes sociales a población diversa, tanto de zona urbana como rural, indiferentes maneras de difusión y con un lenguaje comprensible. Siendo el principal objetivo llegar a mujeres de 19 a 65 años, adolescentes, personas LGBTIQ+ y personas con discapacidad. Contexto de la Emisión de estos Términos de Referencia

## 4. Medios de Comunicación Requeridos

Se requiere contratar servicios con medios de comunicación que operen en los siguientes formatos:

- **Radios comerciales y comunitarias:** De alcance local, nacional y comunitario en las áreas mencionadas.
- **Televisión local y digital:** Canales de televisión locales y plataformas digitales que puedan generar alcance significativo en los municipios especificados.
- **Publicidad exterior:** Colocación de vallas, mupis y pantallas LED en puntos estratégicos de alto tráfico en las áreas especificadas.

## 5. Perfil de los Medios de Comunicación

Los medios deben cumplir con los siguientes criterios:

- **Alcance geográfico:** Deben operar en los municipios mencionados y alcanzar a un público que refleje la diversidad de la población local, incluyendo mujeres, activistas, defensores de derechos humanos, y personas interesadas en la temática.



- **Audiencia:** Los medios deben contar con una audiencia que incluya tanto a sectores urbanos como rurales, con énfasis en la población que sigue temas de derechos reproductivos y género.
- **Credibilidad y Relevancia:** Los medios deben ser reconocidos en sus áreas de cobertura.

## 6. Formatos y Frecuencia de Publicidad

Los siguientes formatos deben ser utilizados para asegurar una correcta difusión:

- **Cuñas radiales:** De 30 segundos, para ser emitidas en horarios de alta audiencia.
- **Spots televisivos:** Cortos de 30 segundos, con mensajes claros sobre la campaña.
- **Publicidad exterior:** Vallas y mupis en ubicaciones estratégicas como universidades, parques y zonas de alto tránsito.

## 7. Presupuesto

El presupuesto destinado a la colocación de la pauta en los medios debe cubrir:

- **Costo por emisión:** Incluyendo tarifas de los medios de comunicación y plataformas digitales.
- **Distribución y monitoreo:** Costos asociados con la distribución de los materiales en los medios seleccionados y el monitoreo de la campaña.

## 8. Formas de Pago

- **Garantía:** Por requerimientos de auditoría, se solicitará una garantía, la cual será revisada una vez se realice el proceso de contratación.
- **Pagos:** Los pagos se realizarán de la siguiente manera:
  - **10%** al aceptar la contraoferta.
  - **80%** para el plan de medios y la pauta.
  - **10%** contra testigos e informe de ejecución.



## 9. Cronograma de Ejecución

La campaña debe ejecutarse dentro de un período de 5 meses distribuidos de la siguiente manera:

Mes	semanas				
	1	2	3	4	5
Noviembre					
Diciembre					
Enero					
Febrero					
Marzo					

La campaña debe ejecutarse siguiendo los momentos en los que se desea pautar con mayor intensidad

## 12. Indicadores de Éxito

Se utilizarán los siguientes indicadores para medir el éxito de la campaña:

- **Alcance geográfico y demográfico:** Número de personas alcanzadas en los municipios y con los perfiles demográficos especificados.
- **Cobertura mediática:** Evaluación de la cantidad y calidad de los espacios obtenidos en los medios seleccionados.
- **Impacto en la opinión pública:** Medición de la sensibilización a través de análisis de medios.

## 13. Envío de Propuestas

Las propuestas técnicas y económicas deben ser enviadas a la dirección de correo electrónico [ciudades\\_seguras@colectivafeminista.org.sv](mailto:ciudades_seguras@colectivafeminista.org.sv) y [vidas\\_libres@colectivafeminista.org.sv](mailto:vidas_libres@colectivafeminista.org.sv) antes del **16 de noviembre de 2024**.