

INFORME CAMPAÑA IBEROAMERICANA CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

maltrato**0**ero



Con el apoyo de:



Presentación de la campaña

Introducción

La **Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)**, la **Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ)**, por encargo de la **XVIII Cumbre Iberoamericana** celebrada en San Salvador en 2008, tuvo el mandato de desarrollar una campaña de sensibilización contra la violencia de género **apoyada y financiada** por **aecid**.

Contactamos con los mecanismos de adelanto de la mujer (MAM) y los organismos de juventud iberoamericanos, y comprobamos que todos los países tenían campañas propias. Esta campaña perseguía tres objetivos claros:

- **Apoyar y enriquecer las campañas locales existentes ofreciendo un mensaje común para Iberoamérica.**
- **Concienciar a los jóvenes y a la sociedad en general** sobre la violencia de género con el fin de **prevenir, reducir y erradicar la misma.**
- **Crear un kit con diferentes materiales publicitarios** que se hizo llegar a los **gobiernos, organismos internacionales** y **ONGs de Iberoamérica** a través de los MAM y los organismos de juventud.

Con el apoyo de:



Página 2



Estrategia

Además de una campaña, un movimiento

Pretendíamos ir más allá de realizar una mera campaña puntual contra la violencia de género en la que se expusiesen las consecuencias negativas de la violencia machista, debíamos **desarrollar un planteamiento preventivo de largo recorrido en el tiempo, que atacase el problema desde su raíz y que involucrase a todos los miembros de una sociedad.**

Porque sólo uniendo fuerzas entre todos, **rompiendo barreras culturales y geográficas** podremos erradicar un problema social que nos afecta a todos.

Para conseguirlo teníamos que crear un **pensamiento colectivo**: un **movimiento social**, que **implicase a mujeres y hombres de Iberoamérica** y que actuase como plataforma paraguas de toda la campaña de concienciación y prevención.

Se trataba de una causa genuinamente **joven y** extensiva al **resto de la población** con un **mensaje claro y positivo que nacía, crecía y se extendía** voluntariamente desde los propios ciudadanos.

Las personas son las protagonistas



Con el apoyo de:



Creatividad

El concepto

Se desarrollo campaña basada en testimoniales de jóvenes de todo Iberoamérica hablando a cámara y diciendo los siguientes mensajes dependiendo del género de la persona:

Mujer: *"De todos los hombres que haya en mi vida, ninguno será más que yo"*

Hombre: *"De todas las mujeres que haya en mi vida, ninguna será menos que yo"*

ENTRE HOMBRE Y MUJER, **maltrato**ero

Primer enunciado: Por un lado, se traslada la idea revalorizar a la mujer socialmente / culturalmente: **dignidad de la mujer**. Y por otro lado, se trasmite una protesta contra la **desigualdad** entre hombre y mujer.

Segundo enunciado: Se concreta ya el objetivo principal de la acción: **stop violencia de género**. Con una fuerte llamada a la acción.

Creatividad

Prescriptores Anónimos y Personajes Públicos

- Participaron **jóvenes de todo Iberoamérica** con **diferentes acentos y lenguas** de todas las regiones.
- Con el fin de obtener una mayor **notoriedad y repercusión** se contó con personas anónimas y personajes públicos, referentes para jóvenes del mundo iberoamericano convirtiéndose en abanderados y prescriptores de **maltratoZero**, tales como: Dani Martín, Angie Cepeda, Flavia-N, Diego Folán, Chenoa, Javier Cámara, Soraya y Tristán Ulloa.
- Se sintieron involucrados y concienciados con la causa. Por ello, su apoyo fue siempre **sin ánimo de lucro**, cediendo su imagen para la campaña.

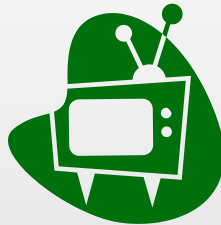
Creatividad

TV

■ Los spots se basaban en testimoniales de jóvenes de todo Iberoamérica mirando a cámara y citando el mensaje de la campaña uno tras otro. Se produjeron spot específicamente para las siguientes áreas teniendo en cuenta las lenguas y razas que en ellas había: Mesoamérica, Cono Sur, Andina, Península Ibérica y Brasil. Estos son algunos ejemplos de un total de 45 spots:



60" genérico



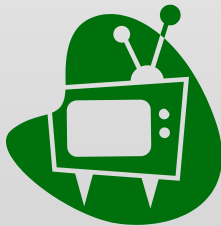
30" famosos



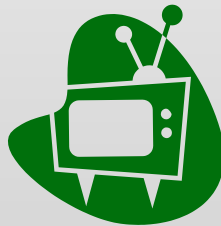
20" andina



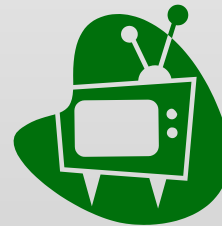
20" mesoamérica



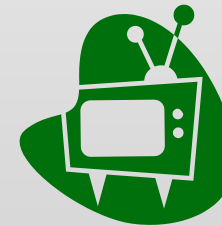
20" Portugal



20" Cono Sur



10" Dani Martín



10" Flavia-N

Creatividad

Radio

■ Las cuñas eran el sonido extraído de los diferentes spots en los que se escuchaban los testimoniales. Además se hicieron varias cuñas con formato 15" en donde un famoso citaba su nombre (para que fuese reconocible) y decía que formaba parte del movimiento. Estos son algunos ejemplos de un total de 45 cuñas de radio:



30" famosos



20" andina



20" mesoamérica



20" Portugal



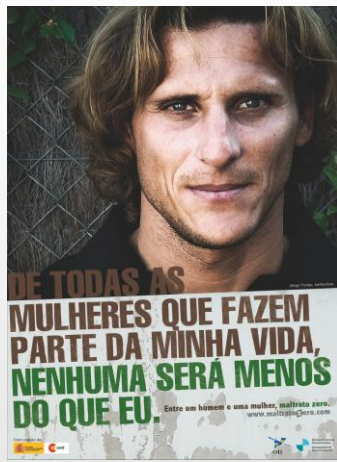
20" Cono Sur



10" Angie Cepeda

Creatividad Páginas

- Primeros planos de los diferentes personajes involucrados en la campaña apoyados por el slogan de la misma.



Con el apoyo de:



Creatividad

Otras Acciones



Enaras



Photocall



Folleto



Espejo



Camiseta



Valla

Con el apoyo de:



Campaña Internet

Con el apoyo de:



Creatividad Internet

Para conseguir un mayor éxito e impacto de la campaña - teniendo en cuenta que se trataba de un movimiento, que eran muchos los países implicados y que nos dirigíamos a los jóvenes (medio habitualmente utilizado por los jóvenes)- **su divulgación en Internet era fundamental**. Para conseguir esto se desarrollaron las siguientes **herramientas**:

Microsite:

Desarrollamos un site general dirigido a usuarios de 21 países que estaba disponible en castellano y portugués con los siguientes apartados y funcionalidades:

- **Sección informativa:** en la que se colgaban noticias de interés sobre políticas de maltrato y links a otras webs de interés, así como calendario con eventos relacionados con la temática. Se incluía un apartado por país en el que cada país participante podía generar sus propios contenidos informativos.
- **Campaña de comunicación:** :donde el usuario podía visualizar y descargarse vídeos, imágenes, logotipos, salvapantallas y fondos de escritorio. Así como visualizar todos los materiales de campaña.
- **Área de participación:** en esta sección los usuarios podían unirse al movimiento subiendo sus propios vídeos, imágenes, etc.

Creatividad

Internet

Banners en medios digitales:

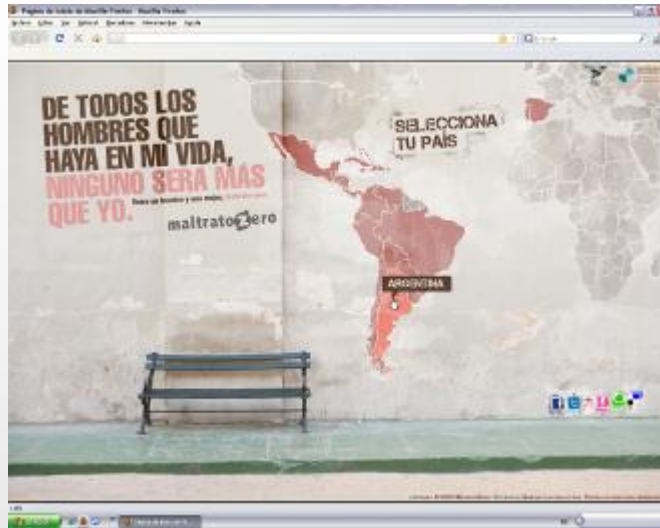
- Se crearon varios formatos para que cada país gestionase su inserción en medios digitales.
 - 3 formatos de banner para su inserción en medios digitales afines.

Redes Sociales:

Se trató de una **herramienta fundamental** para la **expansión** y el **acercamiento a los jóvenes**. Con ellas la sociedad y especialmente los jóvenes iberoamericanos podían **participar activamente en el movimiento** gracias a:

- Creación de páginas y perfiles en Facebook, Hi5 y Orkut con animación y actualización de los perfiles durante 3 meses.
- Creación de canal en Youtube como plataforma de distribución de videos tanto de campaña como de usuarios.
- Creación de canal en Flickr en el que se colgaron todas las imágenes de la campaña y se dio opción a que los usuarios colgasen sus propias imágenes.
- Presencia en la web colaborativa Wikipedia.

Creatividad Internet



Look & Style



Banners



Con el apoyo de:



Ejemplo Redes Sociales



Página inicio perfil Maltratozero Facebook

Resultados campaña



Con el apoyo de:



Resultados On-Line

- Una buena forma de cuantificar el resultado de la campaña es a través de los datos que nos proporciona el apartado On-Line; más si tenemos en cuenta que la campaña tenía como herramienta fundamental la página web y las redes sociales.

Visión general: 12/09/09 – 15 /12/09

Visión general de usuarios

12/09/2009 - 15/12/2009



100.925 usuarios han visitado este sitio.



112.320 Visitas



100.925 Usuario único absoluto



494.471 Páginas vistas



4,40 Promedio de páginas vistas



00:01:56 Tiempo en el sitio



3,91% Porcentaje de rebote



89,79% Nuevas visitas

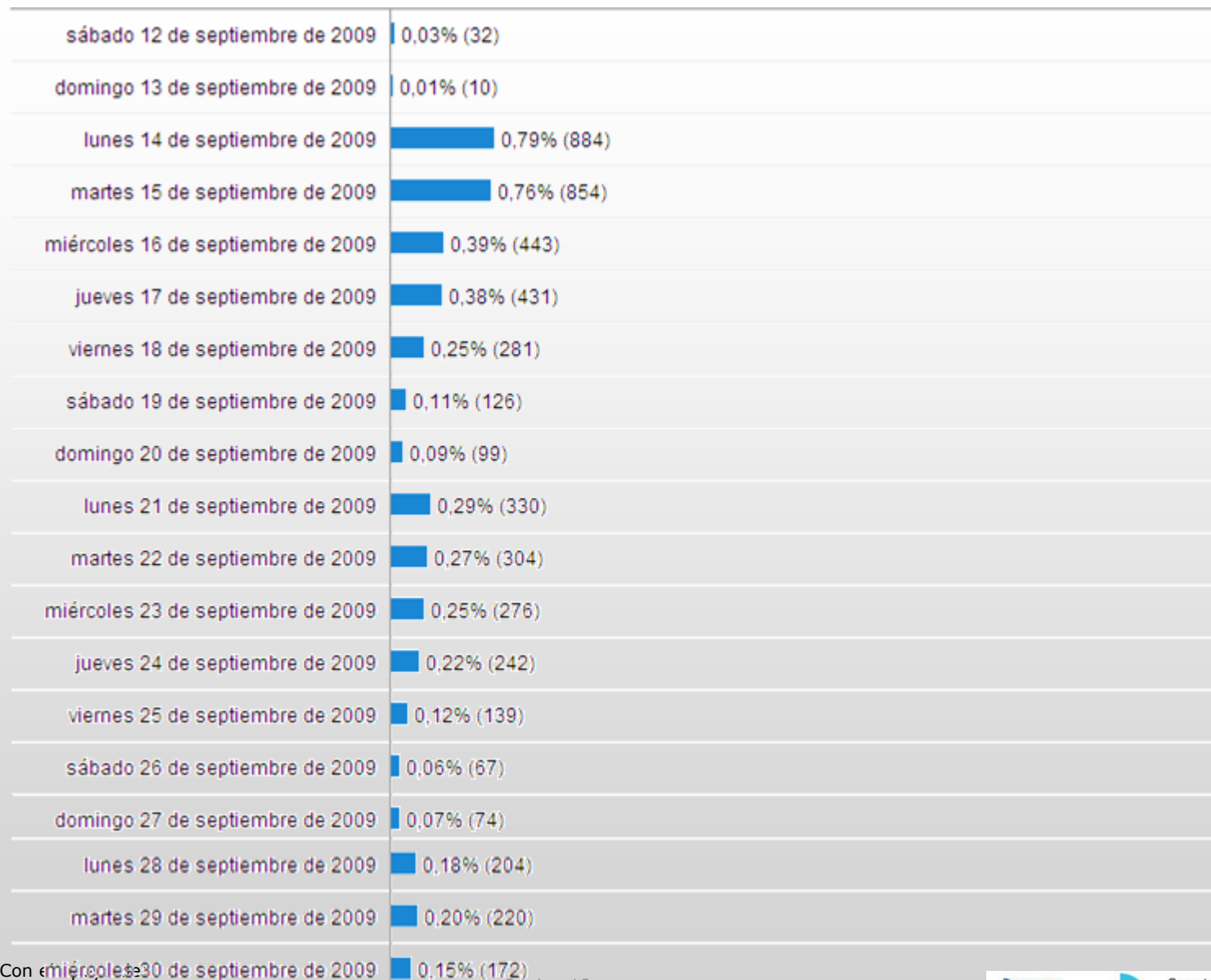
Página 17



Con el apoyo de:



112.320 Visitas 1182,32 Visitas/ día



Con miércoles 30 de septiembre de 2009

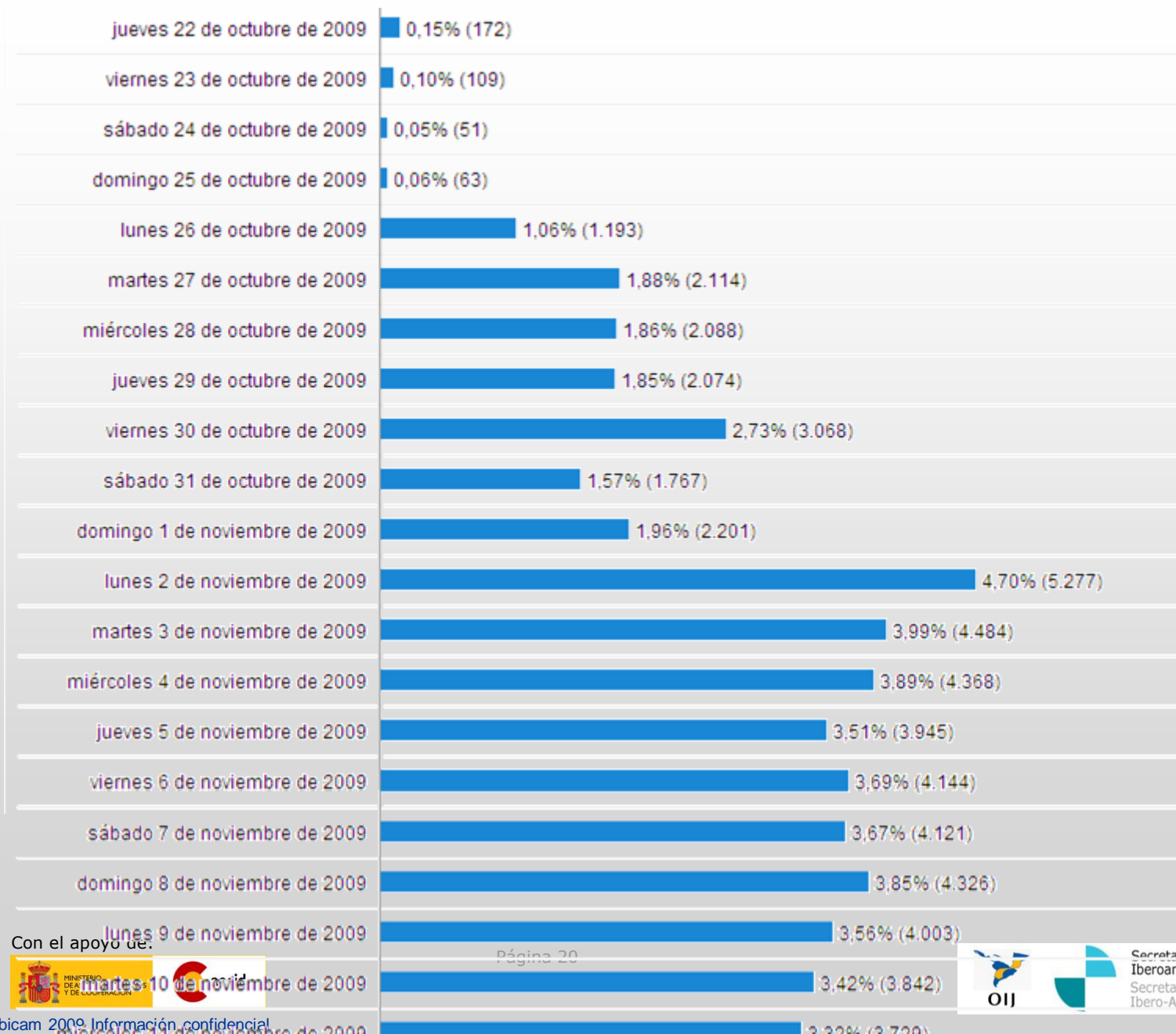
112.320 Visitas 1182,32 Visitas/ día



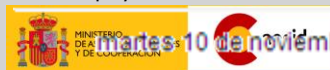
Con el apoyo de:



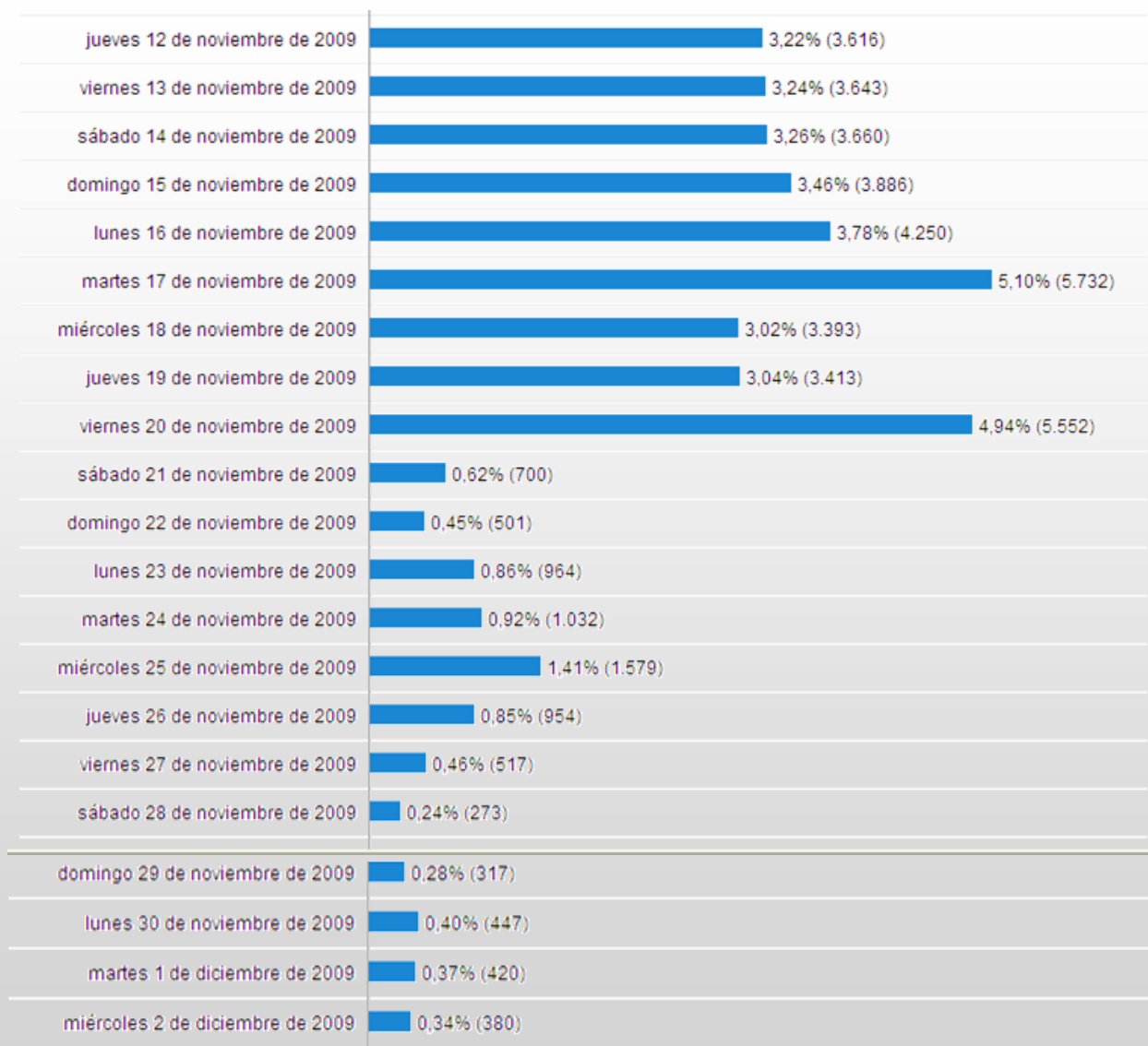
112.320 Visitas 1182,32 Visitas/ día



Con el apoyo de:



112.320 Visitas 1182,32 Visitas/ día



Con el apoyo de:



112.320 Visitas 1182,32 Visitas/ día



Tal y como podemos ver en la gráfica, aunque la visita de usuarios ha bajado en los últimos días, algo previsible dada la ausencia de acciones.

Las cifras siguen siendo muy positivas, al menos 100 usuarios visitan nuestra web cada día

Con el apoyo de:



Rendimiento del contenido

Rendimiento del contenido								Vistas:			
Páginas vistas [?] 494.471 Porcentaje del total del sitio: 100,00%		Páginas vistas únicas [?] 261.098 Porcentaje del total del sitio: 100,00%		Promedio de tiempo en la página [?] 00:00:34 Promedio del sitio: 00:00:34 (0,00%)		Porcentaje de rebote [?] 3,91% Promedio del sitio: 3,91% (0,00%)		Porcentaje de salidas [?] 22,72% Promedio del sitio: 22,72% (0,00%)		Índice de ingresos [?] US\$ 0,00 Promedio del sitio: US\$ 0,00 (0,00%)	
	Página	<input type="text" value="Ninguna"/>	Páginas vistas ↓	Páginas vistas únicas	Promedio de tiempo en la página	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas	Índice de ingresos			
1.	/		247.615	113.218	00:00:09	3,83%	17,96%	US\$ 0,00			
2.	/home/		168.670	82.481	00:00:49	8,31%	30,83%	US\$ 0,00			
3.	/movimiento/videos/lang=es/		15.947	13.779	00:00:37	9,80%	11,16%	US\$ 0,00			
4.	/unete/lang=es/		13.558	10.629	00:02:44	17,24%	24,57%	US\$ 0,00			
5.	/informate/politicas/lang=es/		9.691	8.759	00:00:48	28,00%	18,01%	US\$ 0,00			
6.	/movimiento/fotos/lang=es/		9.135	7.178	00:01:53	12,00%	23,11%	US\$ 0,00			
7.	/movimiento/descargas/lang=es/		3.806	3.339	00:01:28	40,00%	20,70%	US\$ 0,00			
8.	/informate/enlaces/lang=es/		2.000	1.760	00:02:05	0,00%	34,50%	US\$ 0,00			
9.	/index.htm/home/		1.047	486	00:00:58	0,00%	23,59%	US\$ 0,00			
10.	/movimiento/videos/lang=pt/		793	703	00:00:38	0,00%	13,62%	US\$ 0,00			

Con el apoyo de:



112.320 visitas provinieron de 125 países/territorios








112.320 visitas provinieron de 125 países/territorios.


Con el apoyo de:



Visitas por ubicación

Los 25 países de los que provienen más visitas

Uso del sitio **Conjunto de objetivos 1** Vistas:     

Visitas [?] 112.320 Porcentaje del total del sitio: 100,00%		Páginas/visita [?] 4,40 Promedio del sitio: 4,40 (0,00%)		Promedio de tiempo en el sitio [?] 00:01:56 Promedio del sitio: 00:01:56 (0,00%)		Porcentaje de visitas nuevas [?] 89,77% Promedio del sitio: 89,79% (-0,02%)		Porcentaje de rebote [?] 3,91% Promedio del sitio: 3,91% (0,00%)	
Nivel de detalle: Pais/territorio 		Visitas ↓	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote			
1.	Spain	83.187	4,32	00:01:44	89,87%	4,47%			
2.	Peru	5.598	3,63	00:01:51	88,94%	2,95%			
3.	Mexico	5.052	4,66	00:02:45	90,22%	2,36%			
4.	Argentina	3.144	4,43	00:02:15	90,33%	2,35%			
5.	Colombia	2.544	5,08	00:02:42	91,31%	2,00%			
6.	United States	1.612	4,60	00:02:00	91,63%	4,47%			
7.	Portugal	1.415	6,51	00:04:29	83,67%	0,71%			
8.	Venezuela	1.312	4,11	00:01:36	92,30%	2,52%			
9.	Chile	1.294	4,60	00:02:13	88,87%	2,40%			
10.	Brazil	859	6,29	00:05:25	83,93%	0,58%			
11.	France	635	6,41	00:03:13	85,51%	1,42%			
12.	United Kingdom	565	4,46	00:02:03	86,55%	2,48%			
13.	Uruguay	437	4,59	00:02:50	87,87%	2,52%			

Con el apoyo de:



Visitas por ubicación

Los 25 países de los que provienen más visitas

14.	Ecuador	421	4,97	00:04:25	86,94%	1,43%
15.	El Salvador	351	6,33	00:05:05	75,78%	1,14%
16.	Germany	342	4,91	00:02:01	89,77%	1,75%
17.	Dominican Republic	291	4,87	00:02:54	92,44%	1,72%
18.	Guatemala	271	4,76	00:03:01	91,51%	1,85%
19.	Italy	236	4,22	00:01:51	90,25%	1,69%
20.	Bolivia	227	4,07	00:03:30	92,95%	2,64%
21.	Costa Rica	174	4,94	00:02:21	94,83%	1,15%
22.	Panama	155	5,38	00:01:55	94,84%	1,29%
23.	Canada	143	4,76	00:01:21	88,81%	1,40%
24.	Switzerland	142	4,58	00:01:16	93,66%	1,41%
25.	Puerto Rico	135	5,12	00:02:31	92,59%	1,48%

Filtrar por País/territorio: Filtro avanzado Ir a: Mostrar filas:

Fuentes de tráfico

Visión general de las fuentes de tráfico

12/09/2009 - 15/12/2009

Visitas

Gráfico realizado por:








Todas las fuentes de tráfico han enviado un total de 112.320 visitas.



Tráfico directo	72.115,00 (64,20%)
Sitios web de referencia	29.998,00 (26,71%)
Motores de búsqueda	10.207,00 (9,09%)

Fuentes de tráfico principales

Sitios web de referencia

Uso del sitio **Conjunto de objetivos 1** Vistas:     

Visitas [?] 112.320 Porcentaje del total del sitio: 100,00%		Páginas/visita [?] 4,40 Promedio del sitio: 4,40 (0,00%)		Promedio de tiempo en el sitio [?] 00:01:56 Promedio del sitio: 00:01:56 (0,00%)		Porcentaje de visitas nuevas [?] 89,77% Promedio del sitio: 89,79% (-0,02%)		Porcentaje de rebote [?] 3,91% Promedio del sitio: 3,91% (0,00%)	
Origen/Medio	<input type="text" value="Ninguna"/>	Visitas ↓	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote			
1.	(direct) / (none)	72.115	3,76	00:01:26	92,57%	5,24%			
2.	google / organic	9.610	8,62	00:05:30	75,23%	0,32%			
3.	es.kioskea.net / referral	4.530	2,80	00:00:12	98,10%	2,54%			
4.	bs.serving-sys.com / referral	2.305	4,37	00:01:02	97,14%	0,69%			
5.	filmaffinity.com / referral	1.940	2,48	00:00:11	98,66%	4,12%			
6.	europapress.es / referral	1.398	3,21	00:00:29	96,64%	3,15%			
7.	cochesyconcesionarios.com / referral	1.386	2,95	00:00:13	97,98%	2,96%			
8.	facebook.com / referral	1.048	5,08	00:04:12	79,96%	0,38%			
9.	tuenti.com / referral	952	5,23	00:04:18	92,02%	0,42%			
10.	tu.tv / referral	951	3,03	00:00:23	96,11%	7,57%			
11.	publico.es / referral	766	4,74	00:01:22	92,43%	1,31%			
12.	migualdad.es / referral	549	8,27	00:06:09	79,05%	0,55%			
13.	elaboves.com / referral	427	6,05	00:01:46	91,57%	0,23%			








Fuentes de tráfico principales

Sitios web de referencia

14.	apps.facebook.com / referral	408	5,35	00:02:50	78,68%	15,20%
15.	infoempleo.com / referral	392	2,76	00:00:14	99,23%	2,81%
16.	mail.google.com / referral	331	4,56	00:04:17	46,83%	1,81%
17.	search / organic	254	8,90	00:04:38	79,53%	0,00%
18.	bing / organic	232	7,71	00:04:51	79,74%	0,00%
19.	injuve.migualdad.es / referral	219	6,87	00:04:05	79,45%	0,91%
20.	segib.org / referral	218	7,11	00:04:23	45,41%	0,46%
21.	vefutbol.com.mx / referral	211	5,16	00:01:35	99,05%	0,47%
22.	entretenimiento.es.msn.com / referral	177	4,55	00:02:05	97,18%	0,56%
23.	200.130.7.5 / referral	175	7,75	00:04:24	88,57%	1,14%
24.	forojuventudyviolenciadegenero.com / refer...	146	6,86	00:06:14	71,23%	0,68%
25.	imex.juntaex.es / referral	134	6,37	00:02:37	74,63%	0,00%

Fuentes de tráfico principales

Motores de búsqueda

Uso del sitio **Conjunto de objetivos 1** Vistas:     

Origen/Medio	Visitas ↓	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote
1. (direct) / (none)	72.115	3,76	00:01:26	92,57%	5,24%
2. google / organic	9.610	8,62	00:05:30	75,23%	0,32%
3. es.kioskea.net / referral	4.530	2,80	00:00:12	98,10%	2,54%
4. bs.serving-sys.com / referral	2.305	4,37	00:01:02	97,14%	0,69%
5. filmaffinity.com / referral	1.940	2,48	00:00:11	98,66%	4,12%
6. europapress.es / referral	1.398	3,21	00:00:29	96,64%	3,15%
7. cochesyconcesionarios.com / referral	1.386	2,95	00:00:13	97,98%	2,96%
8. facebook.com / referral	1.048	5,08	00:04:12	79,96%	0,38%
9. tuenti.com / referral	952	5,23	00:04:18	92,02%	0,42%
10. tu.tv / referral	951	3,03	00:00:23	96,11%	7,57%
11. publico.es / referral	766	4,74	00:01:22	92,43%	1,31%
12. migualdad.es / referral	549	8,27	00:06:09	79,05%	0,55%

Visitas
112.320

Porcentaje del total del sitio: 100,00%

Páginas/visita
4,40

Promedio del sitio: 4,40 (0,00%)

Promedio de tiempo en el sitio
00:01:56

Promedio del sitio: 00:01:56 (0,00%)

Porcentaje de visitas nuevas
89,77%

Promedio del sitio: 89,79% (-0,02%)

Porcentaje de rebote
3,91%

Promedio del sitio: 3,91% (0,00%)

Gráficas Comparativas con Otros sitios

Comparativas

12/09/2009 - 15/12/2009

Comparación: Todos sitios de un tamaño similar [?](#) [Abrir lista de categorías](#)

--- Comparativas ●●● Su sitio



112.320 Visitas

Comparativas: 12.676 (+786,08%)

Consulte también el informe [Todas las fuentes de tráfico](#) para obtener un análisis adicional de este indicador.



3,91% Porcentaje de rebote

Comparativas: 47,42% (-91,75%)

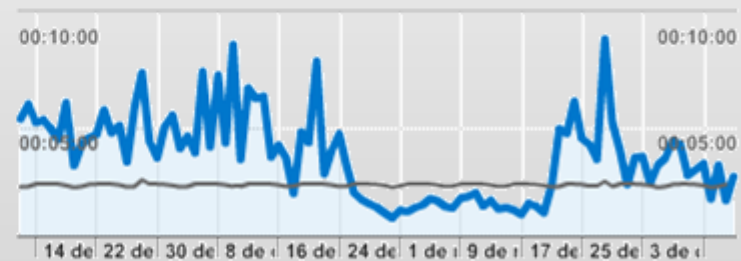
Consulte también el informe [Páginas de destino principales](#) para obtener un análisis adicional de este indicador.



494.471 Páginas vistas

Comparativas: 42.718 (+1.057,52%)

Consulte también el informe [Contenido por títulos](#) para obtener un análisis adicional de este indicador.



00:01:56 Promedio de tiempo en el sitio

Comparativas: 00:02:25 (-19,63%)

Consulte también el informe [Duración de la visita](#) para obtener un

Con el apoyo de:



Página 31



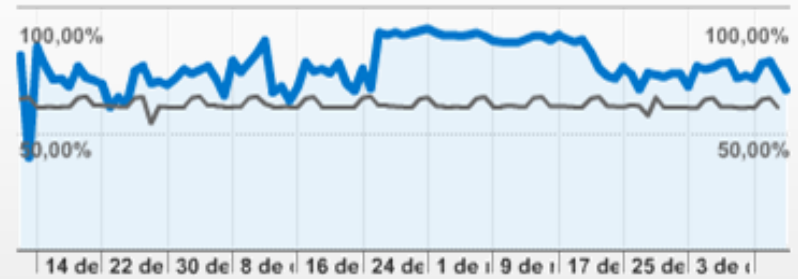
Gráficas Comparativas con Otros sitios



4,40 Páginas/visita

Comparativas: 3,37 (+30,63%)

Consulte también el informe [Páginas visitadas por visita](#) para obtener un análisis adicional de este indicador.



89,79% Nuevas visitas

Comparativas: 62,27% (+44,20%)

Consulte también el informe [Fidelización del usuario](#) para obtener un análisis adicional de este indicador.

Facebook - Fans

facebook

A fecha de 16 de diciembre hemos logrado llevar al perfil público de MaltratoZero un total de **42.865 Fans**.

Casi el doble de hace un mes.



Fecha	Número total de fans actuales	Fans nuevos ese día	Crecimiento
9/14/09	486	486	
9/15/09	840	359	73%
9/16/09	1116	263	33%
9/17/09	1374	259	23%
9/18/09	1659	286	21%
9/19/09	1913	342	15%
9/20/09	2196	287	15%
9/21/09	2516	320	15%
9/22/09	2836	323	13%
9/23/09	3104	274	9%
9/24/09	3438	334	11%
9/25/09	3742	304	9%
9/26/09	3947	205	5%
9/27/09	4176	229	6%
9/28/09	4573	397	10%
9/29/09	4908	335	7%
9/30/09	5165	257	5%
10/1/09	5411	250	5%
10/2/09	5588	178	3%
10/3/09	5728	140	3%
10/4/09	5912	184	3%
10/5/09	6068	160	3%
10/6/09	6177	109	2%
10/7/09	6288	111	2%
10/8/09	6422	137	2%
10/9/09	6515	94	1%
10/10/09	6573	58	1%
10/11/09	6631	58	1%
10/12/09	6703	73	1%
10/13/09	6800	98	1%
10/14/09	6866	69	1%
10/15/09	6972	106	2%
10/16/09	7063	92	1%
10/17/09	7144	88	1%
10/18/09	7271	129	2%
10/19/09	7377	110	1%
10/20/09	7454	79	1%
10/21/09	7566	114	2%
10/22/09	7674	114	1%
10/23/09	7760	86	1%
10/24/09	7808	54	1%
10/25/09	7883	81	1%
10/26/09	8031	147	2%
10/27/09	8192	167	2%
10/28/09	8458	274	3%
10/29/09	8802	330	4%
10/30/09	9132	316	4%
10/31/09	9424	296	3%
11/1/09	9854	435	5%
11/2/09	10479	636	6%
11/3/09	10479	733	0%
11/4/09	11935	745	14%
11/5/09	12828	896	7%
11/6/09	13526	714	5%
11/7/09	14169	659	5%
11/8/09	14936	767	5%
11/9/09	16000	1079	7%
11/10/09	17179	1184	7%
11/11/09	18245	1077	6%
11/12/09	19125	901	5%
11/13/09	20100	970	5%
11/14/09	21055	966	5%

Fecha	Número total de fans actuales	Fans nuevos ese día	Crecimiento
11/15/09	22218	1171	6%
11/16/09	23645	1439	6%
11/17/09	24828	1206	5%
11/18/09	26109	1280	5%
11/19/09	27481	1388	5%
11/20/09	28528	1051	4%
11/21/09	29446	916	3%
11/22/09	30617	1194	4%
11/23/09	31932	1329	4%
11/24/09	33082	1158	4%
11/25/09	33993	922	3%
11/26/09	34530	531	2%
11/27/09	34879	358	1%
11/28/09	35074	200	1%
11/29/09	35295	239	1%
11/30/09	35537	266	1%
12/1/09	35746	223	1%
12/2/09	36124	362	1%
12/3/09	37034	948	3%
12/4/09	37609	579	2%
12/5/09	38038	425	1%
12/6/09	38516	491	1%
12/7/09	39080	570	1%
12/8/09	39642	562	1%
12/9/09	40279	637	2%
12/10/09	40754	475	1%
12/11/09	41178	424	1%
12/12/09	41546	368	1%
12/13/09	41962	435	1%
12/14/09	42472	528	1%



Con el apoyo de:



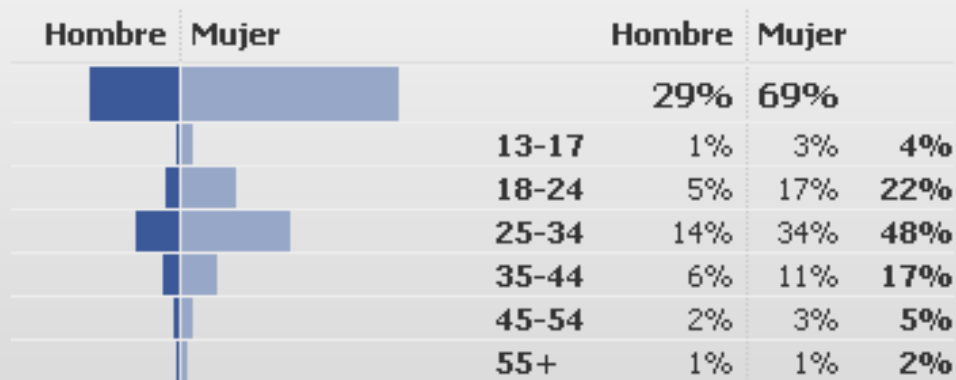
Facebook - Fans

El porcentaje de hombres participantes ha aumentado ligeramente en el último mes.

Los usuarios de 18-24 años han pasado de ser un 12% a un 22% de los participantes.

Los países más populares son España, Argentina, Chile, Colombia y Guatemala.

Países más populares		Principales ciudades	
Spain	37.757	Madrid	21.896
Argentina	540	Barcelona	8.237
Chile	537	Valencia	2.257
Colombia	436	La	906
Guatemala	422	Coruna	
Mexico	308	Santiago	523
United States	298	Bilbao	501
Portugal	224	Buenos	461
United Kingdom	208	Aires	
Venezuela	199	Oviedo	444
Italy	152	Seville	424
France	123	Guatemala	422
Costa Rica	110	Bogota	315
Dominican Republic	99	Alicante	284
Peru	95	Vigo	260
Uruguay	71	Malaga	253
Brazil	68	Las Palmas	224
Germany	62	De Gran Canaria	
El Salvador	58	Valladolid	219
Bolivia	56	Lisbon	197
		Caracas	183
		Murcia	182
		Mexico City	162



Facebook – Páginas vistas

Hasta el 14/12/09 hemos alcanzado **56.792 visitas a nuestra página y 25.805 Visitas únicas.**

Este dato no puede compararse a los de una página normal. En Facebook los usuarios no tienen que visitar la página para ver el contenido: Este les llega a sus propias páginas de inicio (“El Muro”)



Con el apoyo de:



Página 35

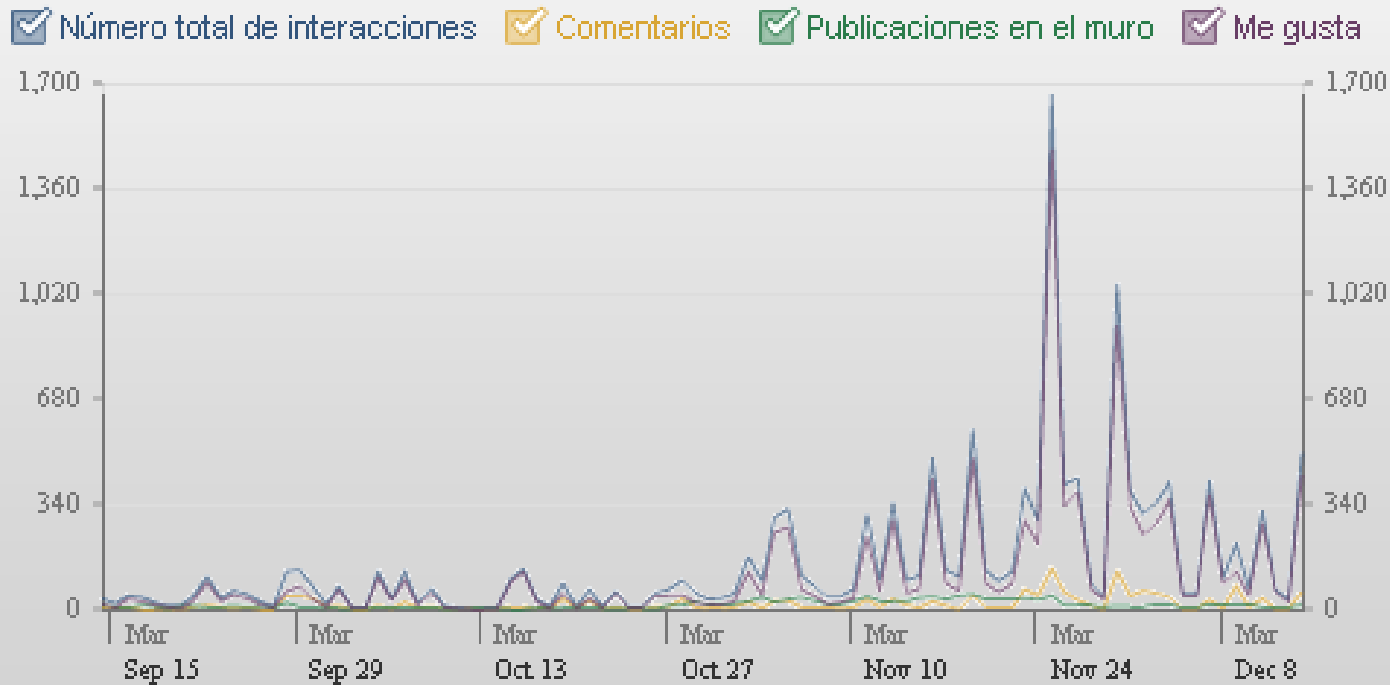


Facebook - Interacciones

Las interacciones se miden por comentarios, clicks en “me gusta” y publicaciones en el muro.

Hasta el 14/12/2009 se produjeron 13.707 interacciones.

En el último mes se han incrementado las interacciones y respuesta de los usuarios.



Con el apoyo de:



Página 36



Orkut – Amigos y páginas vistas



En Orkut contamos con **269 amigos** y **641 visitas a la página**.

MaltratoZero MaltratoZero

Você acredita que o maltrato entre casais pode ser detectado a tempo? Você perceberia se seu/sua parceiro/a seria um/a agressor/a no futuro?

blocs de notas 2 fotografías 6 fotografías de ella 0 vídeos 0 fans 2

información personal: MaltratoZero é uma iniciativa que incentiva todos os jovens dos 22 países iberoamericanos a se juntarem para expressar abertamente a sua total rejeição a qualquer tipo de violência contra as mulheres. O nosso desafio é converter o movimento em uma corrente mobilizadora, diversa e intercultural que unirá todos, pessoas e países, em um único objetivo: acabar com os maus tratos.

Dê seu apoio ao movimento em www.maltratozero.com. Entre na seção UNE-TE, registre-se e poderá gravar seu próprio vídeo e criar seu próprio cartaz da campanha. Demonstre que se uniu ao movimento MaltratoZero. Junte-se a nós! Levante sua voz!

ubicación: Brasil

sus amigos (115)

Alexandre, Fá, Bruna, Diana, Diego, Cecy, Daniel, Babi, Clarinha

sus comunidades (24)

NÃO à violência, contra a violência, CHEGA DE VIOLÊNCIA

Amigos totales	269
Nuevos Fans	n/d
Páginas Vistas	641
Interacciones	n/d



Con el apoyo de:



Eventos y presentaciones de la campaña



Con el apoyo de:



Presentaciones de la campaña en diferentes países

- Maltratozero fue presentado en diferentes países latinoamericanos como: Brasil, México, Portugal y España. Esperamos que en el año 2010 otros países tomen la misma iniciativa.



Eventos de la campaña en diferentes países

■ La campaña fue secundada en diferentes eventos organizados durante este último trimestre, en donde los asistentes se han adherido al movimiento. Algunos de estos eventos donde Maltratozero ha tenido presencia han sido: Iber Líderes, El III encuentro de Interlocutores, Encuentro Cívico y El Foro Internacional Juventud y Violencia de Género. Especial atención debemos hacer en la Cumbre Iberoamericana celebrada en Portugal donde diversas personalidades y dirigentes se acercaron al stand de Maltratozero para formar parte del movimiento y mostrar su apoyo al mismo.



Con el apoyo de:



Eventos de la campaña en diferentes países



Con el apoyo de:



Eventos de la campaña en diferentes países



Con el apoyo de:



Implementación de la campaña en España

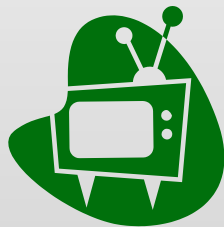


Con el apoyo de:



Campaña Maltrato Cero España

■ Gracias al apoyo ofrecido por el Ministerio de Igualdad, la campaña pudo implementarse con éxito en España. Los medios escogidos al efecto fueron los siguientes: TV, radio, prensa, exteriores e Internet. En televisión se realizó una amplia cobertura en los canales públicos y privados más importantes del país. Para la radio se escogieron las emisoras más destacadas del país además de las llamadas radio fórmulas. En prensa, la aparición fue principalmente en los diarios de mayor tirada nacional además de la prensa gratuita. También hubo una gran presencia en vallas y marquesinas a lo largo de todo el territorio nacional. Por último se empleo el medio on-line como refuerzo, teniendo presencia en las páginas con más visitas y más afines a nuestro target.



30" anónimos



15" Dani Martín

Campaña Maltrato Cero España, prensa



DE TODAS LAS MUJERES QUE HAYA EN MI VIDA, NINGUNA SERÁ MENOS QUE YO.

Dani Martín, El Canto del Loco

Entre un hombre y una mujer, maltrato cero.
www.maltratoCero.com

Con el apoyo de:

FORO INTERNACIONAL JUVENTUD Y VIOLENCIA DE GÉNERO
MADRID, 23 Y 24 DE NOVIEMBRE



DE TODOS LOS HOMBRES QUE HAYA EN MI VIDA, NINGUNO SERÁ MÁS QUE YO.

Angie Cepeda, actriz

Entre un hombre y una mujer, maltrato cero.
www.maltratoCero.com

Con el apoyo de:

FORO INTERNACIONAL JUVENTUD Y VIOLENCIA DE GÉNERO
MADRID, 23 Y 24 DE NOVIEMBRE



Con el apoyo de:



Campaña Maltrato Cero España, prensa



DE TODOS LOS HOMBRES QUE HAYA EN MI VIDA, NINGUNO SERÁ MÁS QUE YO.

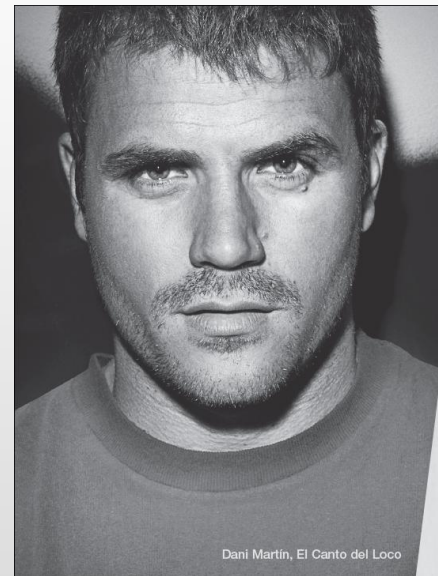
Entre un hombre y una mujer, maltrato cero.
www.maltratoCero.com

Con el apoyo de:



FORO INTERNACIONAL JUVENTUD Y VIOLENCIA DE GÉNERO
MADRID, 23 Y 24 DE NOVIEMBRE


Angie Cepeda, actriz



DE TODAS LAS MUJERES QUE HAYA EN MI VIDA, NINGUNA SERÁ MENOS QUE YO.

Entre un hombre y una mujer, maltrato cero.
www.maltratoCero.com

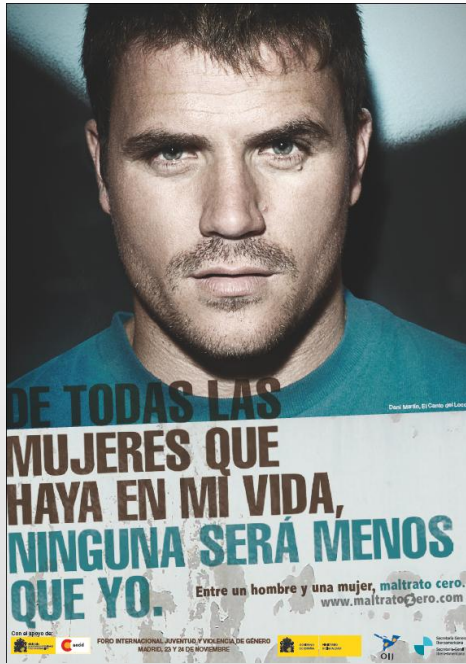
Con el apoyo de:



FORO INTERNACIONAL JUVENTUD Y VIOLENCIA DE GÉNERO
MADRID, 23 Y 24 DE NOVIEMBRE

Dani Martín, El Canto del Loco

Campaña Maltrato Cero España, exteriores



Tótems



Valla

Campaña Maltrato Cero España, banners

Angie Cepeda - actriz

DE TODOS LOS HOMBRES QUE HAYA EN MI VIDA,
NINGUNO SERÁ MÁS QUE YO.

Dani Martín - El Cantor del Loco

DE TODAS LAS MUJERES QUE HAYA EN MI VIDA,
NINGUNA SERÁ MENOS QUE YO.

Diego Forlán - futbolista

DE TODAS LAS MUJERES QUE HAYA EN MI VIDA,
NINGUNA SERÁ MENOS QUE YO.

Entre un hombre y una mujer, **maltrato cero.**
www.maltratoCero.com

Con el apoyo de

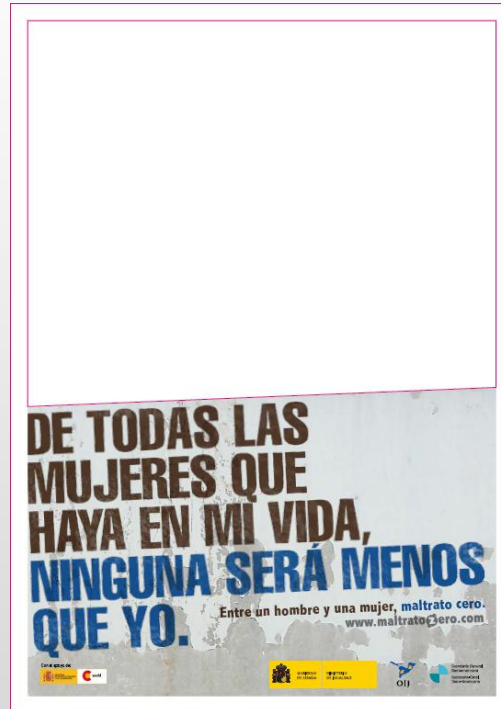
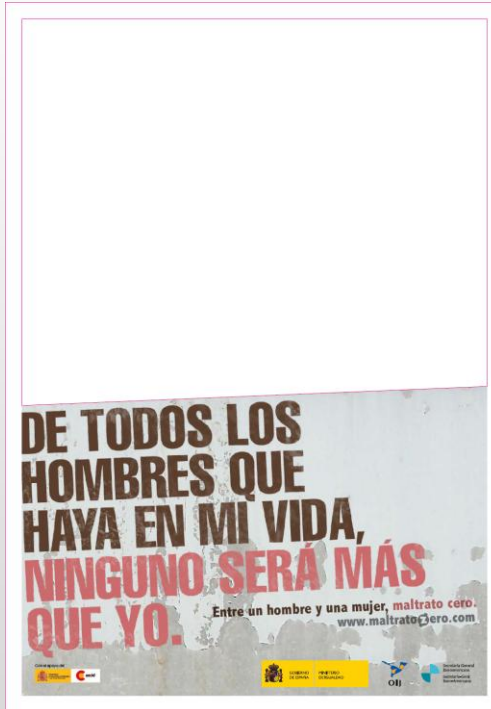
GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN

aeid

OIJ

Secretaría General Iberoamericana
Secretaría Geral Ibero-Americana

Campaña Maltrato Cero España, otras piezas



Espejos

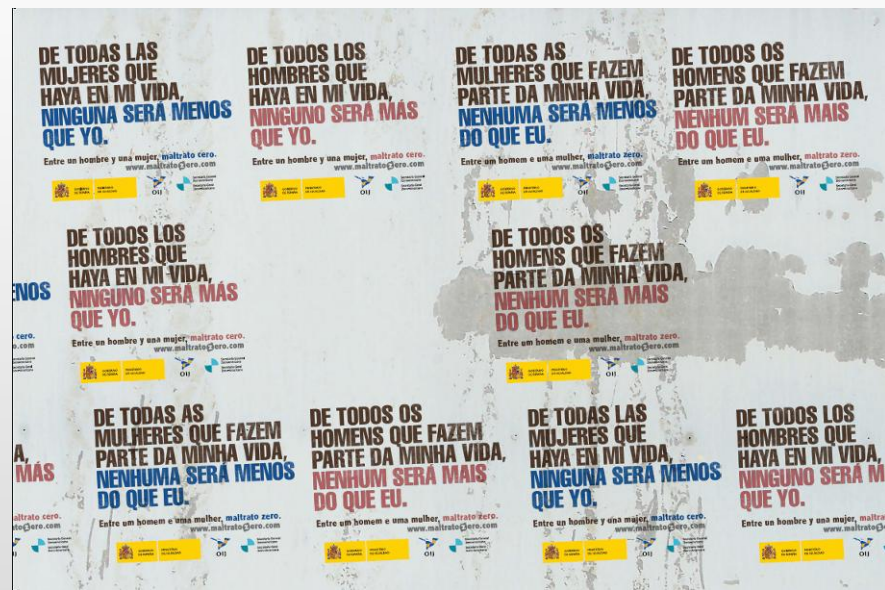


Folleto

Campaña Maltrato Cero España, otras piezas



Enaras



Photocall

Con el apoyo de:



Premio Violeta

Con el apoyo de:



Premio Violeta

■ La campaña Maltrato Cero ha recibido el Premio Violeta al compromiso internacional en la I Edición de los premios Violeta contra la Violencia de Género que ha organizado Juventudes Socialistas de España de Zaragoza.

El galardón ha sido concedido a la Campaña, coordinada conjuntamente por la Organización Iberoamericana de Juventud y la Secretaría General Iberoamericana, por ser una campaña innovadora que por primera vez da voz a jóvenes de 22 países iberoamericanos en contra de la violencia de género con el objetivo de convertirlos en parte de una corriente movilizadora capaz de concienciar de la necesidad de acabar con la violencia ejercida sobre las mujeres y promover la igualdad.



Página 52

Con el apoyo de:

