

Nombre de la Campaña	Características	Monto
<p>1. "Deja de Guardar el Secreto" Campaña externa Campaña gráfica y radiofónica</p>	<p>El eje central de esta campaña fue promover la denuncia, se hizo a través de mensajes que impactaran a las mujeres de tal forma que se sintieran con la seguridad de tomar acciones para presentar dichas denuncias, ésta se realizó a través de espectaculares, spots de radio, carteles, planes de seguridad, folletos y bolsas ecológicas. Fue dirigida a mujeres de 15 años y más, con mayor alcance en los municipios de Puebla y Tehuacán, su difusión tuvo lugar de septiembre a noviembre de 2016.</p> <p>Espectaculares: Con 3 versiones de mensajes "Tú eres fuerte y lo puedes lograr", "Tú puedes detectar las señales" y "Tú puedes tomar la decisión". Se colocaron espectaculares en Puebla, Tehuacán.</p> <p>Carteles: 6 mil 625 piezas con contenido de los servicios y los números telefónicos de atención que se difundieron en los municipios de Puebla y Tehuacán de septiembre a diciembre.</p> <p>Folletos: 10 mil piezas con el mensaje "Tú eres fuerte y lo puedes lograr" a fin de detectar las señales de violencia, difundir los servicios y números telefónicos de atención. Se distribuyeron en los municipios de Puebla y Tehuacán de septiembre a diciembre.</p> <p>Planes de Seguridad: 10 mil piezas a fin de detectar las señales de violencia que pueden encontrar las mujeres en su vida cotidiana. Se distribuyeron en los municipios de Puebla y Tehuacán de septiembre a diciembre.</p> <p>Bolsas Ecológicas: 6 mil 833 piezas, que promovieron los mensajes "Tú eres fuerte y lo puedes lograr", "Tú puedes detectar las señales" y "Si sufres violencia deja de guardar el secreto". En cada una de las versiones se incluyeron las líneas de atención telefónica.</p> <p>Spots de radio: Se difundieron dos versiones con los mensajes "Señales de violencia" con un total de 1,652 transmisiones, y "Tú eres fuerte y lo puedes lograr", con un total de 27,000 transmisiones durante el 17 de octubre al 24 de noviembre pasado. Los spots se pautaron en 8 estaciones de radio comerciales: Cinco Radio, La Tropical Caliente, Grupo Tribuna, Grupo Imagen, Ultra FM, ABC Radio, Ke Buena y Radiorama, ubicadas en el municipio de Puebla. A través de radiodifusoras regionales, los spots se transmitieron de la manera siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tehuacán: Exa FM, La Mejor, Los 40 Principales, Radiorama y Stereo Luz FM - Huauchinango: Exa FM y XENG FM "La Única" - Ciudad Serdán: Exa FM, Ke Buena y Radio Esmeralda - Teziutlán / Sierra Nororiental: "La consentida" AM y XEOL Radio Impacto 	<p>\$738,839.40 MN</p>

	- Xicotepec: Radio Xicotepec - Izúcar de Matamoros: Radio Capital y "La Poderosa" Radiorama.	
2. Campaña "No es de Hombres" Campaña externa	Para promover una conciencia sobre la "masculinidad dañina para las mujeres y que alimenta al machismo y la violencia". En esta campaña participaron los líderes de opinión más representativos de los medios de comunicación del Estado, conforme al Convenio de Colaboración entre la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión Puebla-Tlaxcala y la Secretaría General de Gobierno para la difusión de campañas sobre Prevenir la Discriminación y la Violencia Contra las Mujeres La difusión se inició el 25 de noviembre Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres el objetivo fue desarrollar y ejecutar acciones de comunicación entre la población masculina – sin distinción de ningún tipo - enfocadas a crear conciencia sobre el rol que, como hombres, cumplen en la prevención y erradicación de todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas. Estuvo dirigida a hombres de 15 años y más del Estado de Puebla, con alcance mayor en los municipios de Puebla y Tehuacán. A diciembre de 2016 se pautaron spots de radio y televisión de la manera siguiente - 12,184 spots de radio, difundiendo 8 mensajes - Cuando te dice que no, ¿La obligas? - ¿Le dices qué debe ponerse? - ¿Le revisas el celular? - ¿Prefieres que no trabaje, para que se quede en tu casa? - ¿Te molesta que ella gane más que tú? - ¿La amenazas para que no te deje? - ¿La golpeas y luego le pides perdón? - "La violencia contra las mujeres ¡No es de hombres!, ¡No lo hagas!" - 1, 419 spots de televisión en los que se incluyen los 8 mensajes mencionados, los cuales fueron transmitidos por las televisoras: TV Azteca, Televisa, Ultra TV y Puebla TV. también incluyó: - Espectaculares: Con 8 versiones diferentes, una por cada líder de opinión participante en la campaña, todas con el texto "La violencia contra las mujeres no es de hombres, no lo hagas". En total se colocaron 29 espectaculares en los municipios de Puebla, Tehuacán, Atlixco, San Andrés Cholula, Acatzingo, Teziutlán, Chignautla, Teteles y Huejotzingo. - Carteles: Se imprimieron 625 de cada una de las 8 versiones, es decir, un total de	El importe para dicha campaña fue cubierto por Puebla Comunicaciones.

2017

Campaña	Características	Monto
1. "Alianza y Compromiso a favor de las Mujeres y las Niñas Poblanas" Campaña gráfica	La población objetivo fueron hombres y mujeres de todas las edades del municipio de Puebla, San Andrés Cholula y San Martín Texmelucan. La campaña consistió en el diseño y distribución de manteletas en restaurantes y cafeterías de zonas urbanas a través de una alianza con la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Servicios Condimentados y restauranteros independientes. El material de difusión promovió el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia, los tipos de violencia, estadísticas de incidencia de modalidades de violencia, promoción de la igualdad para público infantil y los servicios de atención del IPM. Estos materiales y su distribución se difundieron en redes sociales (Facebook y Twitter), medios impresos, radio, televisión y medios digitales. Tuvo una duración de 1 mes (29 de noviembre al 30 de diciembre de 2017), el alcance fue de aproximadamente 60,000 personas.	\$72,000.00 MN Más IVA.

<p>2. "Papel para envolver Tortillas"</p>	<p>La población objetivo fue mujeres y hombres de 8 municipios de la entidad: Tehuacán, Atlixco, San Andrés Cholula, San Pedro Cholula, Puebla, Zacatlán, Xicotepec y Huauchinango.</p> <p>La campaña consistió en el diseño, impresión y distribución de papel para envolver tortillas en tortillerías de los municipios seleccionados, con información sobre los tipos de violencia y los servicios de atención del IPM. El material se presentó con dueños/as del sector tortillero para explicar el objetivo de la campaña y su compromiso como distribuidores en la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres.</p> <p>Los materiales y su distribución se difundieron en redes sociales (Facebook y Twitter), medios impresos, radio, televisión y medios digitales. La duración de la campaña fue del 08 de noviembre al 28 de diciembre de 2017, el alcance fue de aproximadamente 200,000 familias. El objetivo fue difundir información para visibilizar, prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres</p>	<p>\$ 172,000.00 MN</p> <p>Más IVA.</p>
<p>3. "Cartilla para Atención a Mujeres Migrantes"</p>	<p>Esta campaña fue dirigida a mujeres y niñas migrantes en situación de retorno en 34 municipios del Estado de Puebla: Huaquechula, Molcaxac, Acatlán de Osorio, San Andrés Cholula, Huitzeltepec, Tepexi de Rodríguez, Santa Isabel Cholula, San Diego La Mesa, Ixcaquixtla, Tlapanalá, Ahuatlán, Atlixco, Izúcar de Matamoros, Tehuizingo, Chiautla, Tecamachalco, Zacatlán, Huejotzingo, Guadalupe, Piaxtla, Ixcamilpa de Guerrero, Huehuetlán el Chico, San Jerónimo Tecuanipan, Tulcingo Del Valle, Epatlán, San Gregorio Atzompa, Santa Inés, Ahuatempan, Tzicatlacoyan, Chila de la Sal, Tepeojuma, Chinantla, San Pedro Cholula, Cuautlancingo, Teopantlán.</p> <p>La campaña consistió en el diseño, impresión y distribución de una cartilla para dar a conocer los tipos de violencia, información estadística de mujeres migrantes y migrantes de retorno, recomendaciones para prevenir la violencia contra mujeres migrantes, sus derechos humanos, así como la ubicación de las oficinas de atención a migrantes. Este documento fue presentado en coordinación con la Coordinación Estatal de Asuntos Internacionales y Apoyo a Migrantes Poblanos en un evento en el que se dio a conocer el alcance de la campaña, carteles de apoyo y los servicios de atención del IPM.</p> <p>Los medios utilizados para la difusión del contenido de la cartilla fueron redes sociales (facebook y twitter), medios impresos, radio, televisión y medios digitales. La duración de la campaña fue de dos meses (24 de octubre al 28 de diciembre de 2017), el alcance fue de 10,000 mujeres.</p>	<p>\$129,429.30 MN</p> <p>Más IVA.</p>
<p>Por lo que respecta al 2018, me permito comentar que el Instituto Poblano de las Mujeres no reportó ninguna campaña permanente con perspectiva de género, enfoque de derechos humanos e interculturalidad que visibilicen y prevengan la violencia contra las mujeres, y que se han diseñado e implementado en su conjunto para la sociedad en el estado de Puebla, a partir de la Recomendación No. 3 realizada por el Grupo de trabajo conformado para atender la Solicitud de Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres en el estado de Puebla.</p>		