

# Pro Vida

## Resultados: Campaña de Comunicación



LIBERTAD  
15 DE  
SEPTIEMBRE  
DE 1821

# DESCRIPCIÓN

## CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS

Guatemala es un país que se caracteriza por sus habitantes; su amabilidad y simpatía la hace única; sin embargo, hay algo más fuerte... su fe; así nace la Política Pública de Protección a la Vida y la Institucionalidad de la Familia, un instrumento que puso en el ojo internacional a Guatemala para ser declarada como el primer país Capital Iberoamericana Pro Vida, el 9 de marzo del 2022.

La Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia, fue la encargada de desarrollar la estrategia de comunicación y difusión de los mensajes informativos.

El proceso de comunicación se llevo a cabo con la información de la Política Pública de Protección a la Vida y la Institucionalidad de la Familia, entrevistas con las autoridades rectoras y organizadores del Congreso Iberoamericano Pro Vida.

Para marzo 2022, Guatemala utilizó una estrategia 360° para informar a todos los ciudadanos a nivel nacional e internacional las acciones que el Gobierno del Presidente Alejandro Giammattei realiza para cuidar la vida desde su concepción hasta su final natural.



# RESULTADOS

## CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA



El desarrollo de la imagen gráfica fue una combinación de elementos que representan la multiculturalidad del país, se tomaron en cuenta la psicología de los colores y las emociones que evocan: el azul representa la estabilidad y la protección, los tonos amarillos representan la alegría, la energía y la luz, los tonos fucsias son relacionados con sentimientos de amor, esto para dar a entender el mensaje de las acciones de Gobierno del presidente Dr. Alejandro Giammattei

Se prepararon 33 mensajes claves que dieron a conocer las áreas de trabajo de la Política.



Se utilizó una estrategia de 360° grados que incluyó televisión (canales nacionales, TV Azteca, Canal Antigua), radios nacionales (Sonora, Más Música, Caliente) medios impresos (Nuestro Diario, Prensa Libre, Publinews) publicidad externa como mupies, vallas, pasarelas, Aeropuerto Internacional Bella Auora, mupis móviles, centros comerciales.



# RESULTADOS

## CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA



Aprovechamos las plataformas digitales para difundir los mensajes utilizando Spotify, Facebook, Youtube logrando un alcance de más de 900,000 personas y más de 35 mil vistas.



La Declaratoria de Guatemala como Capital Pro Vida de Iberoamérica, se desarrolló ante un público de más de 5 mil personas; se contó con el respaldo de instituciones de seguridad y salud para resguardar a los asistentes.



Se logró una cobertura institucional exitosa, con entrevistas de actores principales y una transmisión en Canal de Gobierno y redes sociales institucionales ininterrumpida por más de tres horas.



La cobertura mediática que se obtuvo fue positiva, se lograron 102 publicaciones en diferentes medios.



## MEDIOS UTILIZADOS

CIUDAD DE GUATEMALA / CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA

- ✓ 58 vallas
- ✓ 18 pantallas
- ✓ 42 mupis
- ✓ 9 Exteriores (varios en el Aeropuerto Internacional La Aurora)

- ✓ 9 Canales de televisión
- ✓ 21 Emisoras radiales
- ✓ 4 Periódicos



# RESUMEN DE CAMPAÑA

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Haz click o escanea para ingresar a la campaña completa de Pro Vida



Haz click para escuchar el jingle oficial



En las redes sociales se obtuvo un alcance mayor a 900 mil personas, con un sentimiento **positivo** en las interacciones (89%)



Haz click para ingresar al sitio oficial [www.guateesvida.gob.gt](http://www.guateesvida.gob.gt)



# MATERIALES GRÁFICOS

EXPECTATIVA

# MEDIOS DIGITALES

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



# MEDIOS ESCRITOS (NACIONALES Y DEPARTAMENTALES)

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



# MATERIALES GRÁFICOS

LANZAMIENTO

# GRÁFICOS EXTERIORES

## CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



# EXTERIORES Y DIGITAL

## CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



# PAUTA DIGITAL DIGITAL

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



▶ Pauta Digital  
**Completa la Palabra**



▶ Pauta Digital  
**Rompecabezas**



# MUPIES Y TRASERAS DE BUSES

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



# MATERIAL DIGITAL

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



# MATERIAL VISUAL

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Haz clic sobre el vídeo para visualizarlo



▶ Material promocional  
**PRO VIDA 1**

▶ Material promocional  
**PRO VIDA 2**

▶ Material promocional  
**PRO VIDA 3**



# MATERIAL VISUAL

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Haz clic sobre el vídeo para visualizarlo



▶ Línea de Tiempo  
**PRO VIDA**

▶ Material promocional  
**ACTIVIDAD**

▶ Actividad Pro Vida  
**Resumen**



# MATERIAL VISUAL / TESTIMONIALES

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Haz clic sobre el vídeo para visualizarlo



▶ Teestimonial  
Colombia

▶ Testimonial  
Estados Unidos

▶ Testimonial  
Salamanca



# MATERIAL VISUAL / TESTIMONIALES

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Haz clic sobre el vídeo para visualizarlo



▶ Discurso Presidencial  
**PRO VIDA**



▶ Discurso Presidencial  
**ACTIVIDAD**



# MATERIAL VISUAL / TESTIMONIALES

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Haz clic sobre la imagen para visualizarla



**+200**

Fotografías que documentaron toda la actividad



# MEDIOS

EVIDENCIAS

# MEDIOS, EVIDENCIAS

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Promoción de Pro Vida en pantallas multimedia(1), Centros Comerciales(2), vallas interactivas (3)



# MEDIOS, EVIDENCIAS

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



4.



5.



6.

Promoción de Pro Vida en vallas perimetrales (4, 5), pasarelas(6).



# MEDIOS, EVIDENCIAS

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS

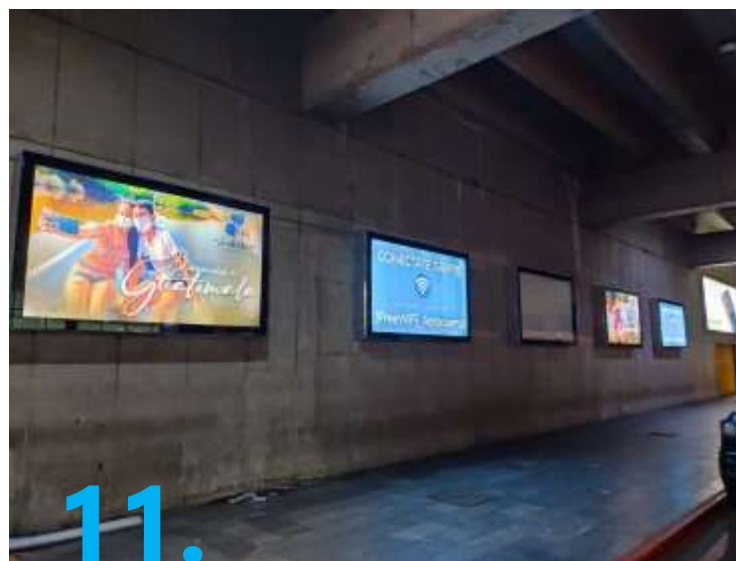


Promoción de Pro Vida en vallas perimetrales del aeropuerto (7, 9), y hoteles de zona 10(8).



# MEDIOS, EVIDENCIAS

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Material promocional en el Aeropuerto Internacional La Aurora, Ciudad de Guatemala



# COBERTURA #EnDirecto

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



+

**horas de transmisión** a nivel nacional e internacional sin cortes, ni interrupciones

3

El 9 de marzo, se realizó la cobertura en directo por Canal de Gobierno, la cual fue enlazada en las plataformas digitales del Gobierno de Guatemala y replicada en Instituciones del Ejecutivo.

La transmisión también se compartió con embajadas y consulados en el exterior para masificar el mensaje.



# MEDIOS, EVIDENCIAS

## CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



DÍA	IMPRESIONES	CLICKS	CTR	COSTO/DÍA	CUMPLIMIENTO DE OBJETIVO %
Mar 9, 2022	5236	238	4.55%	\$62.83	2.22%
Mar 10, 2022	10675	173	1.62%	\$128.10	6.75%
Mar 11, 2022	10695	167	1.56%	\$128.34	11.29%
Mar 12, 2022	10699	151	1.41%	\$128.39	15.83%
Mar 13, 2022	10724	160	1.49%	\$128.69	20.39%
Mar 14, 2022	12893	199	1.54%	\$154.72	25.86%
Mar 15, 2022	9664	192	1.99%	\$115.97	29.96%
Mar 16, 2022	5809	1068	18.39%	\$59.71	32.43%
Mar 17, 2022	7081	1064	15.03%	\$84.97	35.43%
Mar 18, 2022	5977	924	15.46%	\$71.72	37.97%
Mar 19, 2022	5842	1002	17.15%	\$70.10	40.45%

En los ecosistemas digitales se implementaron campañas en las plataformas de Facebook, Instagram, Youtube y red de sitios de Google Ads; superando el promedio de CTR (click through rate = relación entre impresiones y clicks el **promedio es de 3% y las campañas han llegado hasta un 40% por día**) lo que significa que la gente ha interactuado con los anuncios y buscan saber más del tema e interactuar con el contenido; **las interacciones obtenidas fueron positivas.**



# MEDIOS, EVIDENCIAS

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PRO VIDA | RESULTADOS



Escanea el código o da click para conocer parte de la evidencia de materiales publicitarios (evidencia de medios).





GOBIERNO *de*  
**GUATEMALA**  
DR. ALEJANDRO GIAMMATTEI

SECRETARÍA DE  
COMUNICACIÓN  
SOCIAL DE LA  
PRESIDENCIA