



POST-TEST PUBLICITARIO CAMPAÑA  
**“EXPULSEMOS EL ACOSO”**

Julio 2018

*“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”*

*“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”*





Medir el impacto de la campaña:  
***“Expulsemos el acoso”***  
en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

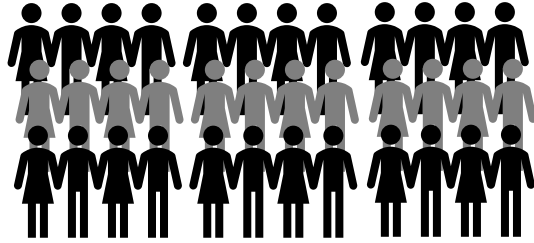
# Metodología

## POBLACIÓN OBJETIVO



Hombres y mujeres mayores de 15 años y más, residentes de la zona metropolitana de Guadalajara

## TAMAÑO DE LA MUESTRA



**402** entrevistas

cara a cara en viviendas.

MUNICIPIO	ENTREVISTAS
GUADALAJARA	140
ZAPOPAN	110
TLAJOMULCO	50
TLAQUEPAQUE	50
TONALÁ	41
EL SALTO	11

## DISEÑO DE LA MUESTRA



Se realizó una muestra polietápica, en la primera etapa, el marco muestral fue conformado por las AGEB de los 6 municipios que integran la ZMG, de este marco, se seleccionaron **40** AGEB con probabilidad proporcional al número de viviendas en el AGEB; en la segunda etapa se seleccionaron **2** manzanas de manera aleatoria en cada una de las AGEB seleccionadas.

En una tercera etapa de muestreo, en cada manzana, se hizo una selección aleatoria sistemática de **5** viviendas, en las que en la última etapa se entrevistó a un residente de la vivienda de 15 años y más.

## FECHAS DE LEVANTAMIENTO



El trabajo de campo se realizó del **21** al **25** de **julio** del **2018**.

**Nivel de confianza de 95 % con un margen de error de  $\pm$  5%.**

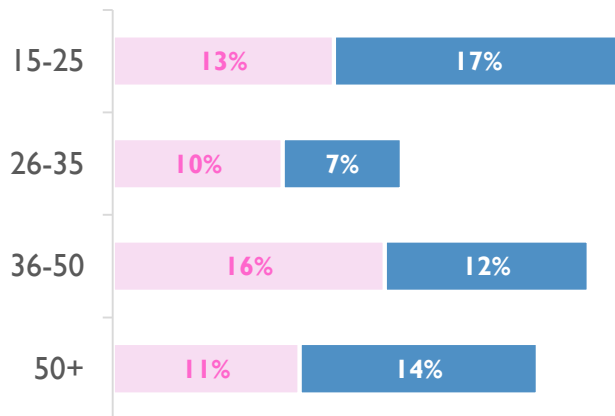
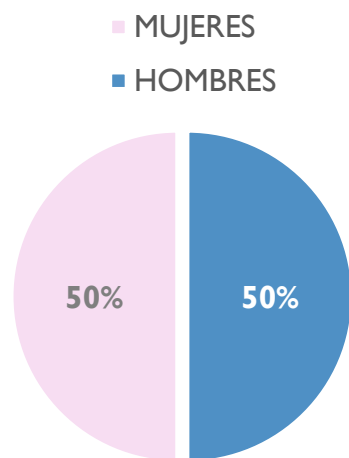
*"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa"*

*"Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo"*

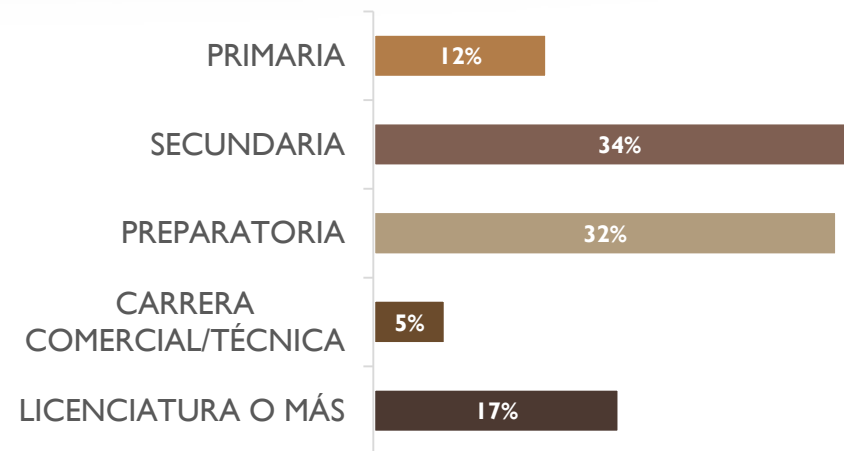
# PERFIL DEL INFORMANTE



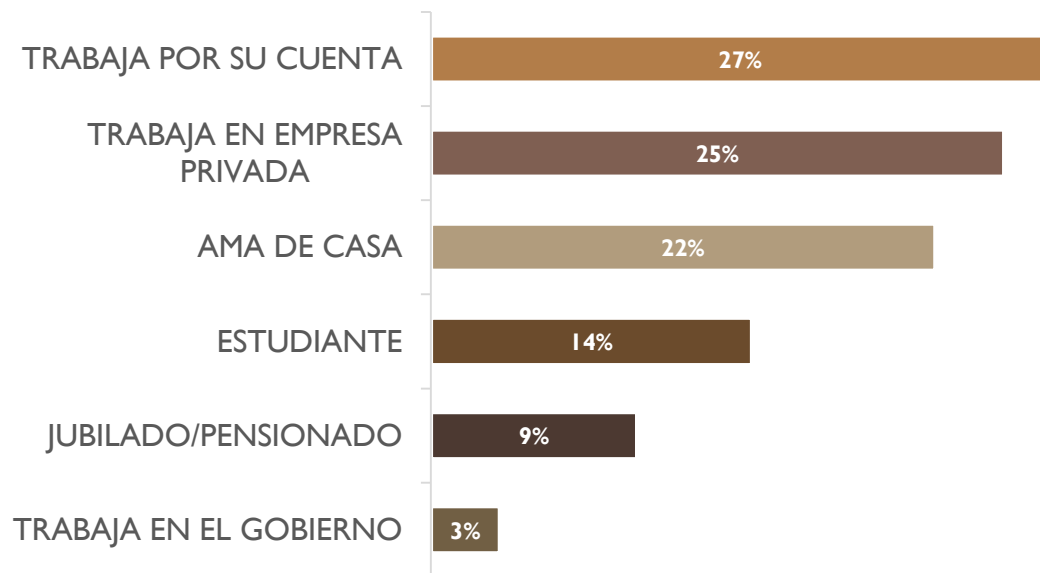
## EDAD Y SEXO



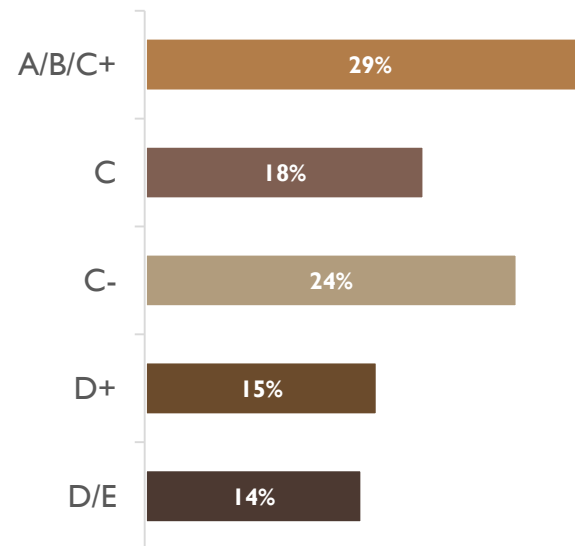
## ESTUDIOS



## OCUPACIÓN



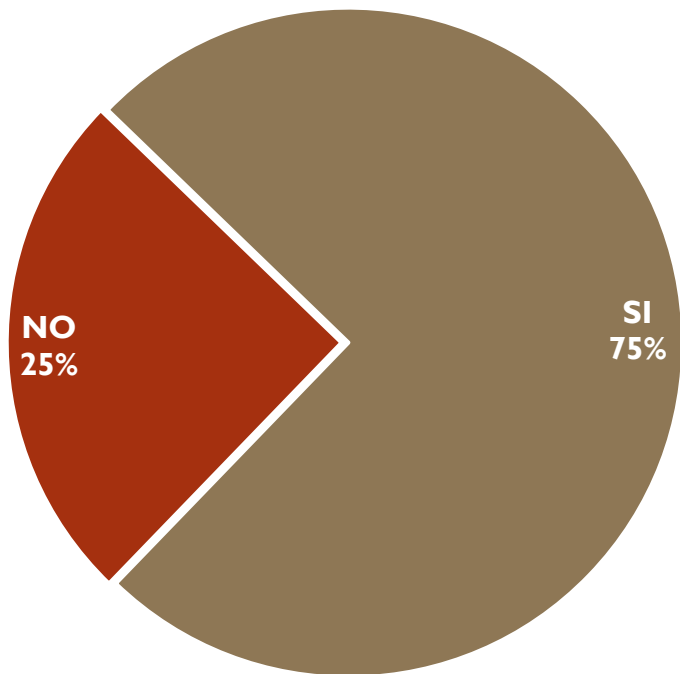
## NSE



# PERCEPCIÓN SOBRE EL ACOSO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO

*Tarjeta roja para el encimoso que queda expulsado.*

## ¿Utiliza usted transporte público?

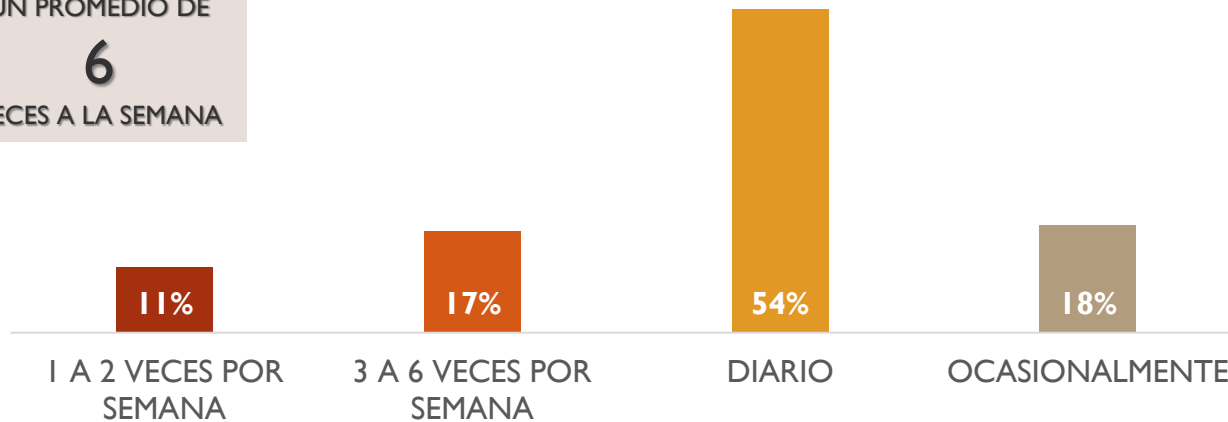


Las mujeres utilizan más el transporte público

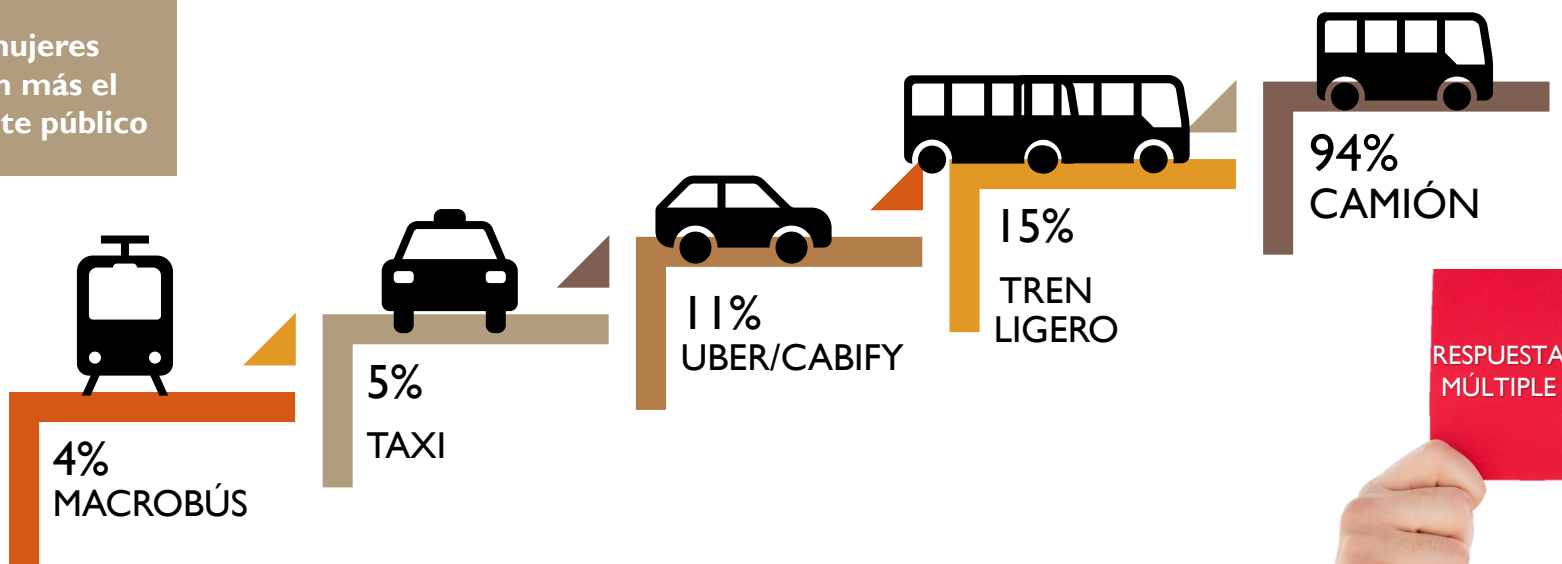
EDAD Y SEXO	NO		SI	
	NO	SI	NO	SI
HOMBRE (15-25)	18%	82%		
HOMBRE (26-35)	20%	80%		
HOMBRE (36-50)	38%	63%		
HOMBRE (50 +)	47%	53%		
MUJER (15-25)	12%	88%		
MUJER (26-35)	7%	93%		
MUJER (36-50)	25%	75%		
MUJER (50 +)	33%	67%		

## ¿Con qué frecuencia lo utiliza?

UN PROMEDIO DE **6** VECES A LA SEMANA



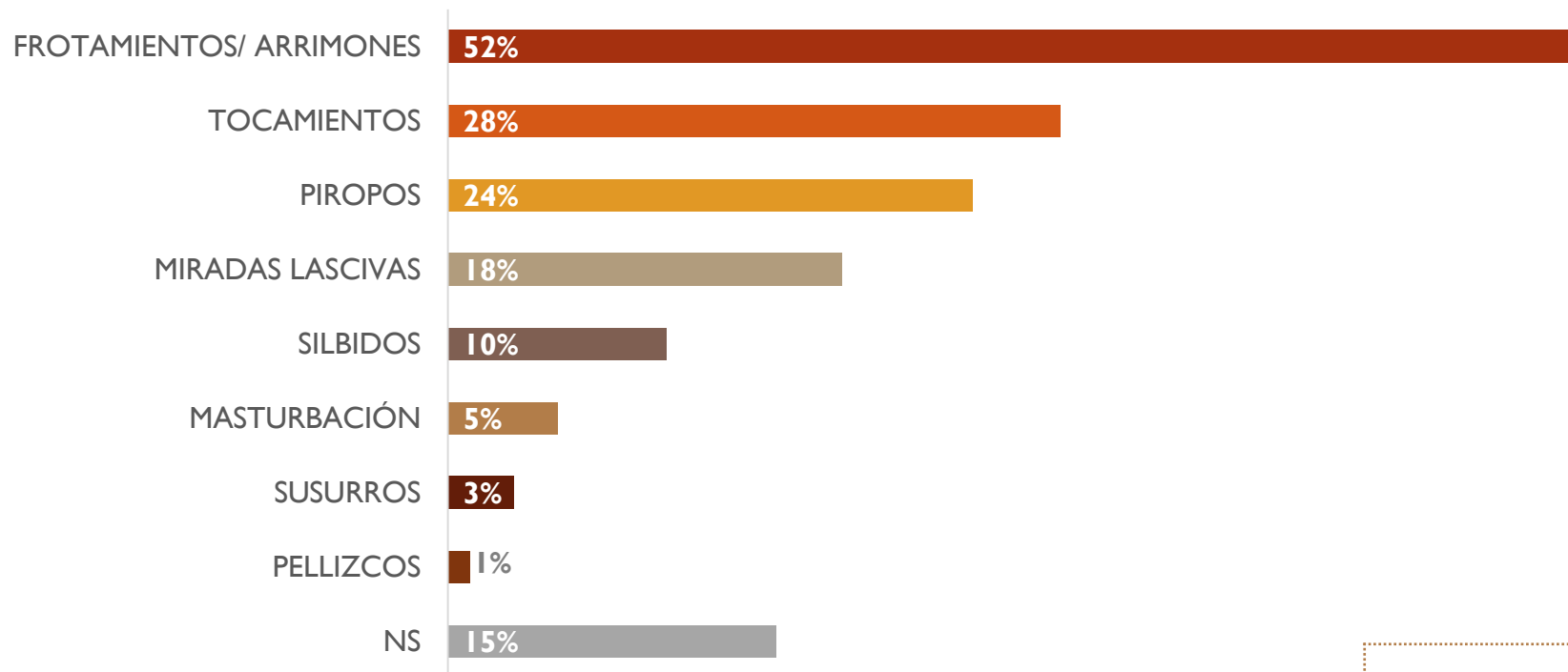
## ¿Qué tipo de transporte público utiliza con mayor frecuencia?



RESPUESTA MÚLTIPLE

De acuerdo con lo que ha escuchado o su propia experiencia,  
¿Qué tipos de acoso son los más comunes en el transporte público?

RESPUESTA  
MÚLTIPLE



		FROTAMIENTOS/ ARRIMONES	TOCAMIENTOS	PIROPOS	MIRADAS LASCIVAS
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	58%	30%	26%	20%
	NO	33%	21%	21%	10%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	67%	33%	32%	26%
	NO	55%	29%	23%	18%



9

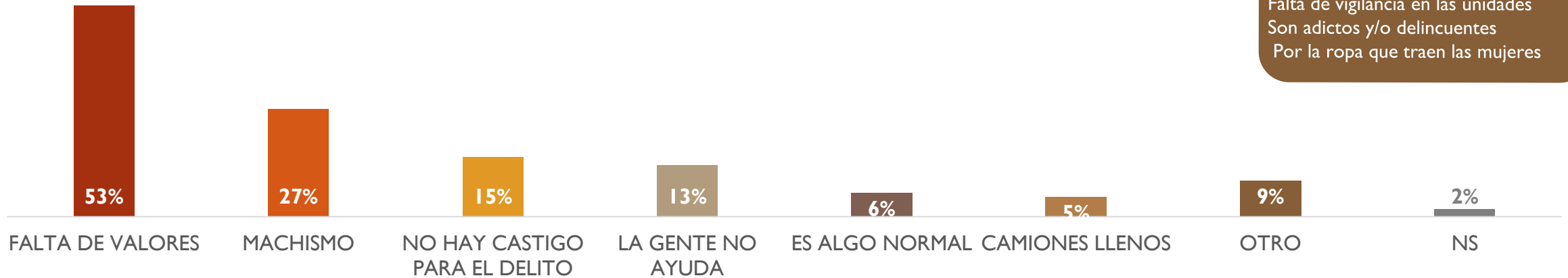
## ¿Qué tan frecuentemente cree usted que se da este tipo de conductas en el transporte público de la Zona Metropolitana de Guadalajara?



		MUY FRECUENTE	ALGO FRECUENTE	POCO FRECUENTE	NADA FRECUENTE
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	64%	23%	7%	2%
	NO	46%	33%	12%	1%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	73%	24%	2%	
	NO	61%	22%	9%	2%

## ¿Por qué cree que se da el acoso en el transporte público?

RESPUESTA  
MÚLTIPLE



OTRO:

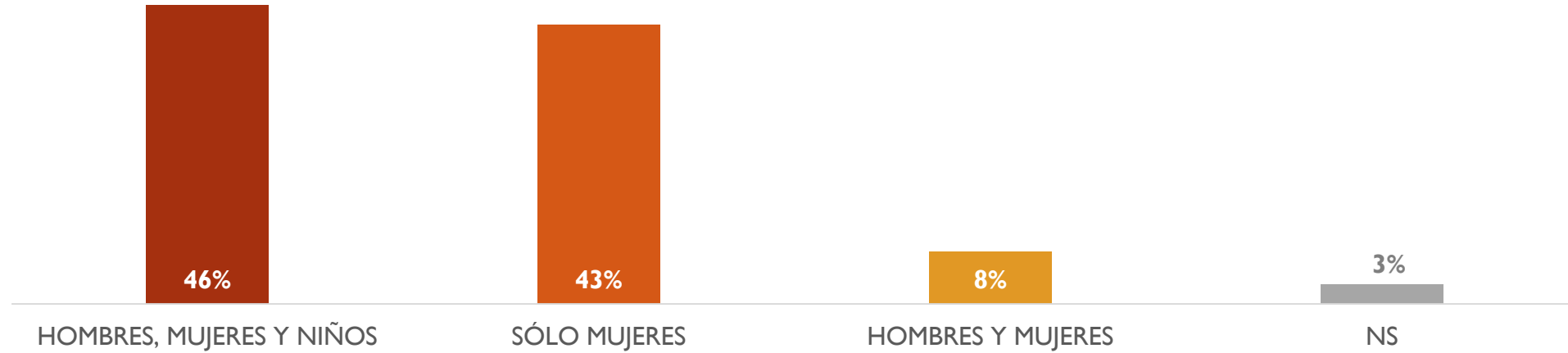
Hombres enfermos psicológicamente  
La cultura  
Falta de vigilancia en las unidades  
Son adictos y/o delincuentes  
Por la ropa que traen las mujeres

		FALTA DE VALORES	MACHISMO	NO HAY CASTIGO PARA ESE DELITO	LA GENTE NO AYUDA
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	51%	19%	9%	19%
	HOMBRE (26-35)	37%	23%	23%	13%
	HOMBRE (36-50)	58%	19%	17%	6%
	HOMBRE (50 +)	58%	22%	7%	9%
	MUJER (15-25)	60%	35%	17%	12%
	MUJER (26-35)	54%	37%	17%	22%
	MUJER (36-50)	51%	21%	24%	14%
	MUJER (50 +)	52%	43%	13%	9%

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa"

"Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo"

¿Cree usted que el acoso en el transporte público es solamente hacia la mujer, o también son acosados los hombres y niños?



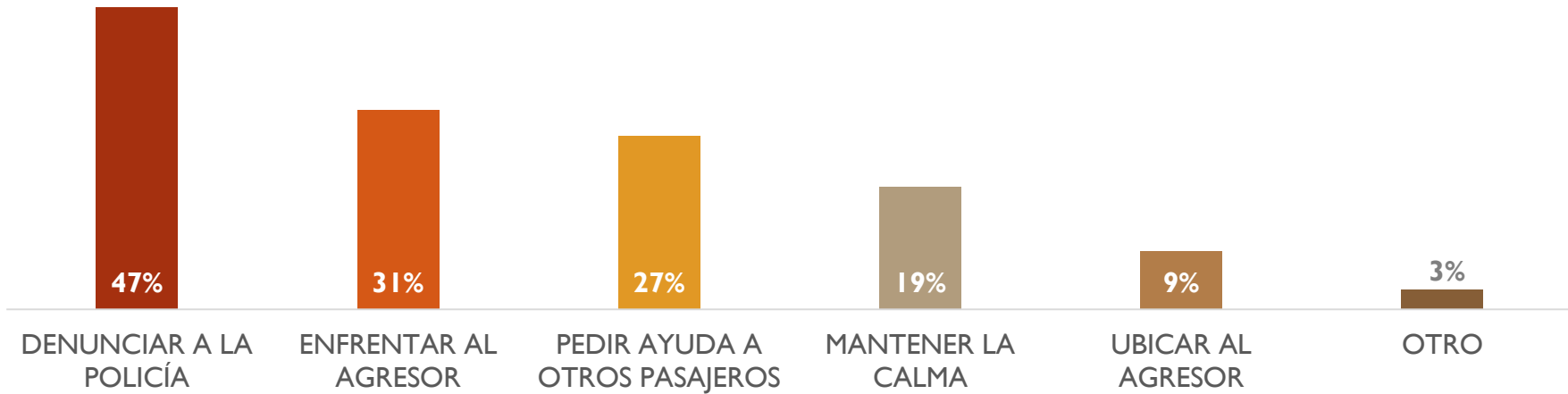
		HOMBRES, MUJERES Y NIÑOS	SÓLO LAS MUJERES	HOMBRES Y MUJERES	NO SABE
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	49%	34%	12%	4%
	HOMBRE (26-35)	20%	63%	13%	3%
	HOMBRE (36-50)	50%	44%	4%	2%
	HOMBRE (50 +)	36%	55%	5%	4%
	MUJER (15-25)	54%	33%	12%	2%
	MUJER (26-35)	49%	44%	7%	
	MUJER (36-50)	43%	41%	13%	3%
	MUJER (50 +)	57%	39%		4%

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”

## De lo que usted sabe o por su propia experiencia, ¿Qué es lo que debe hacer una persona que sufre algún tipo de acoso en el transporte público?

RESPUESTA MÚLTIPLE



		DENUNCIAR A LA POLICIA	ENFRENTAR AL AGRESOR	PEDIR AYUDA A OTROS PASAJEROS	MANTENER LA CALMA	UBICAR AL AGRESOR
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	42%	40%	27%	18%	4%
	HOMBRE (26-35)	33%	43%	30%	10%	13%
	HOMBRE (36-50)	60%	23%	25%	19%	8%
	HOMBRE (50 +)	42%	33%	25%	20%	15%
	MUJER (15-25)	44%	27%	25%	19%	8%
	MUJER (26-35)	41%	37%	24%	15%	7%
	MUJER (36-50)	43%	29%	33%	22%	16%
	MUJER (50 +)	65%	20%	24%	22%	

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”

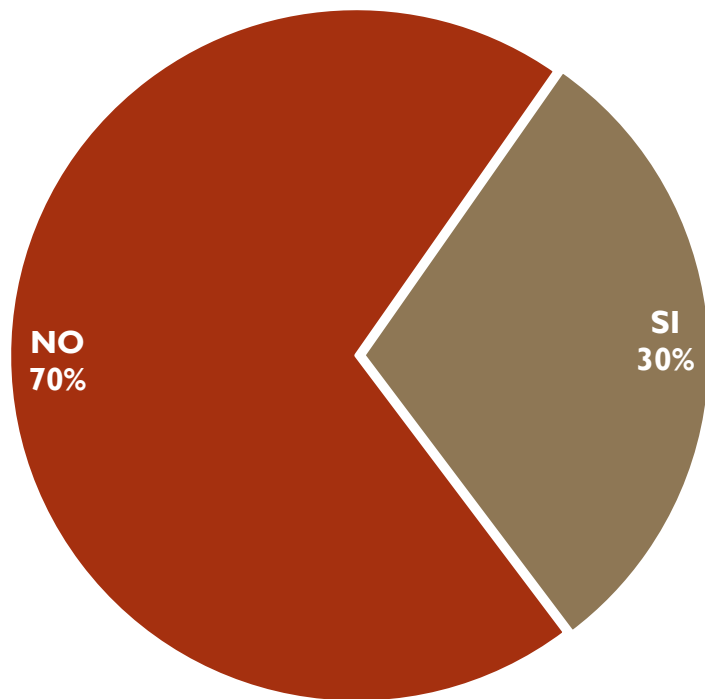
## 75% Usuarios del transporte público

Dígame por favor

Ha tenido usted que..	SI	HOMBRE	MUJER	HA SIDO ACOSADO EN EL TP
AUMENTAR EL USO DE TAXIS O TRANSPORTE PRIVADO	28%	14%	39%	44%
CAMBIAR SU FORMA DE VESTIR	23%	5%	38%	47%
EVITAR EL USO DE ALGUNAS RUTAS Y PREFERIR TOMAR MÁS CAMIONES	23%	11%	34%	41%
EVITAR EL USO DE TACONES	17%	--	32%	38%

## 75% Usuarios del transporte público

¿En el último año, ha sentido usted algún tipo de acoso en el transporte público?

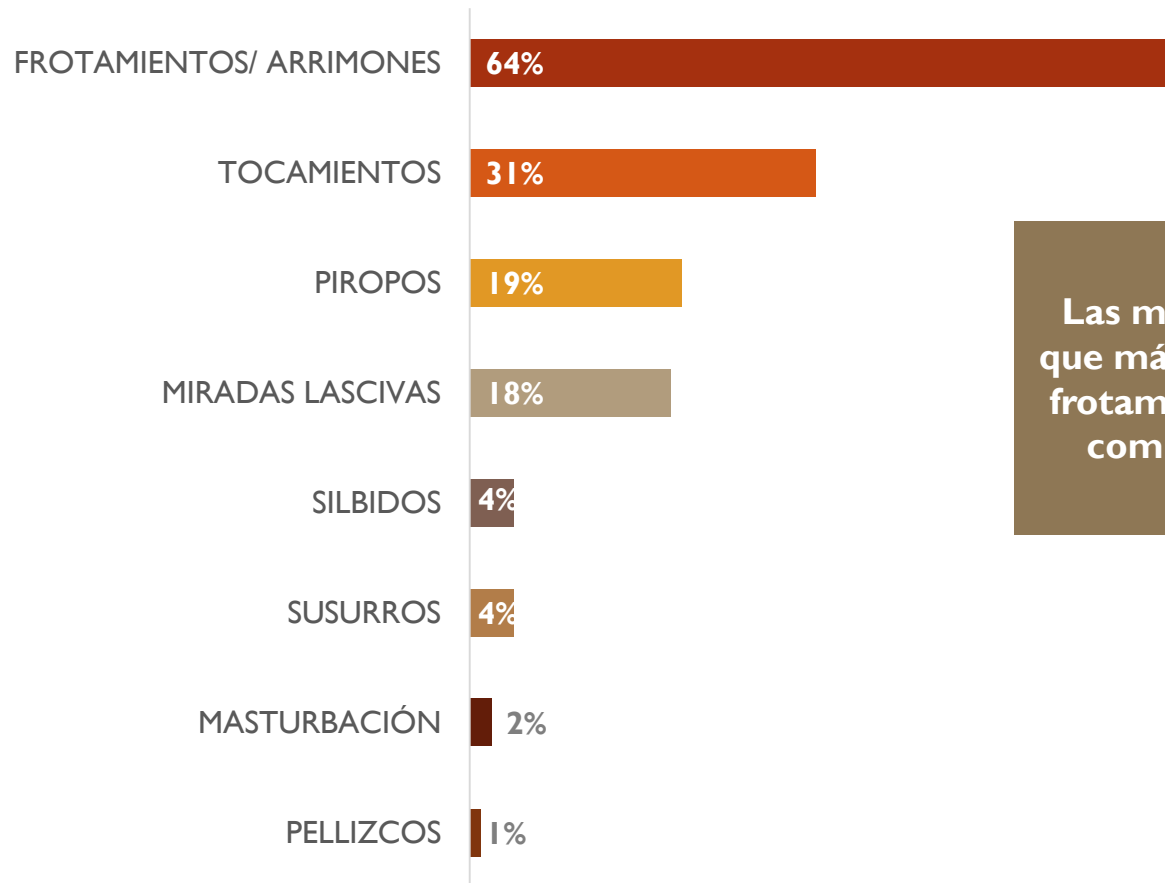


**57%** de quienes utilizan diariamente el transporte público, mencionan haber sufrido de acoso.

**1** de cada **10** usuarios que lo han sufrido son hombres, mientras que casi la mitad de las mujeres han sido víctimas de este delito.

30% de los usuarios del transporte que si han sentido algún tipo de acoso en el transporte público  
¿Qué fue lo que le pasó?

RESPUESTA  
MÚLTIPLE



Las mujeres entre 15 y 25 años son las que más han sufrido de acoso, siendo los frotamientos y arrimones, la forma más común en que han sido violentadas.

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa"

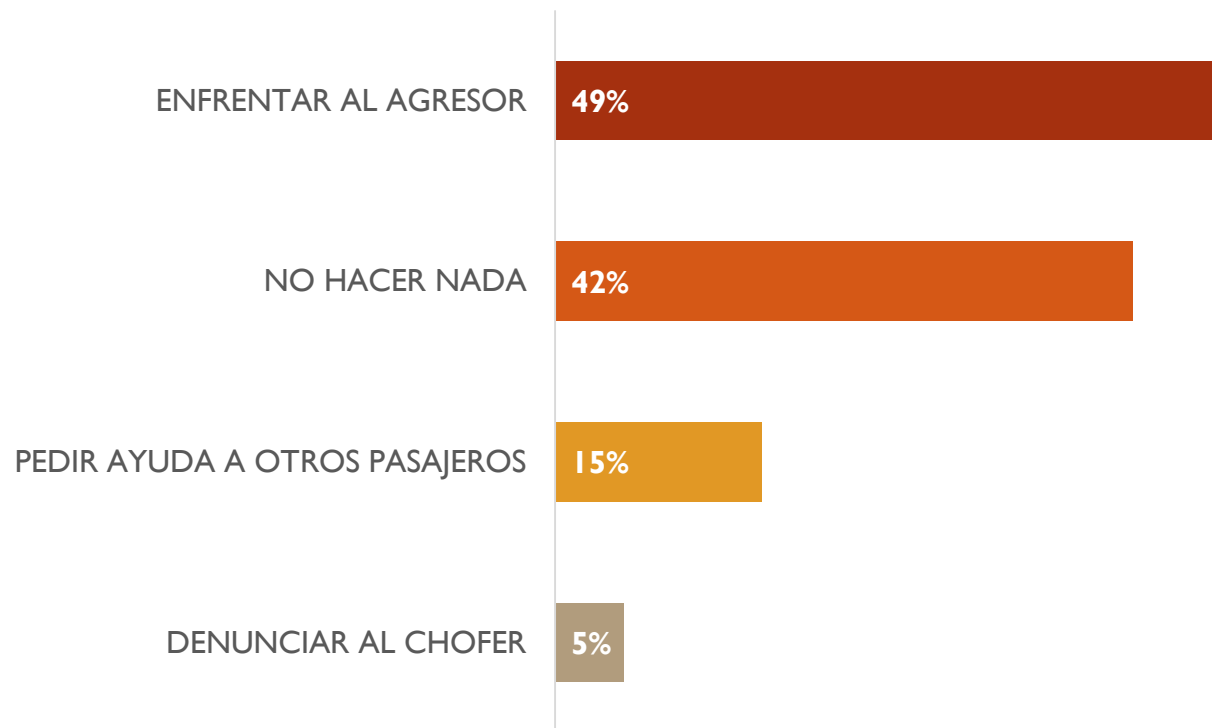
"Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo"

## 30% de los usuarios del transporte que si han sentido algún tipo de acoso en el transporte público

### ¿Cuál ha sido su reacción?



RESPUESTA  
MÚLTIPLE



SEXO	ENFRENTAR AL AGRESOR		NO HACE NADA		PEDIR AYUDA A OTROS PASAJEROS		DENUNCIAR AL CHOFER	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
	35%	53%	53%	39%	6%	18%	12%	4%

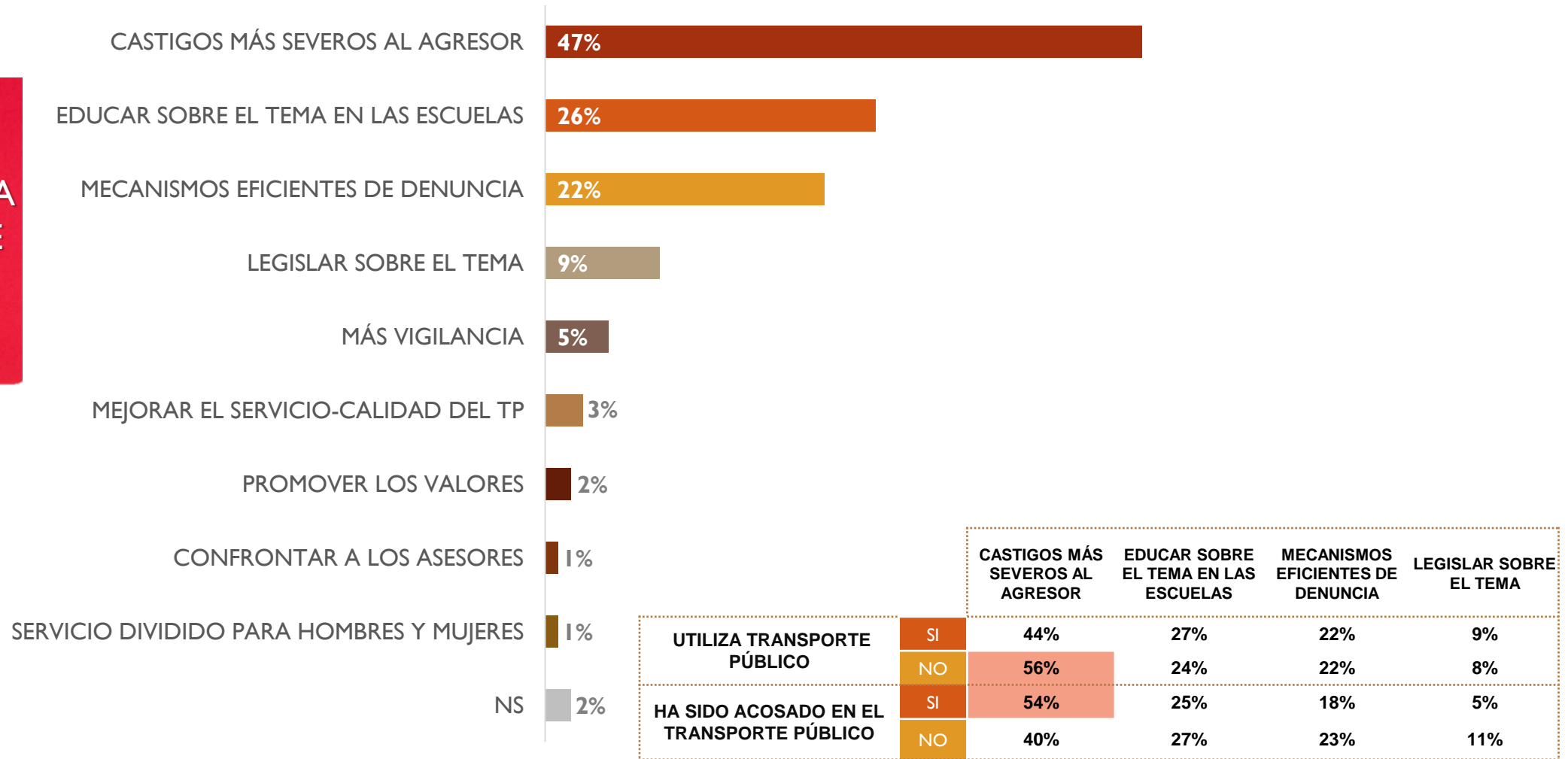
"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa"

"Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo"



## En su opinión, ¿Qué se necesita hacer para terminar con el acoso en el transporte público?

RESPUESTA  
MÚLTIPLE



**expulsemos EL ACOSO**

**EL ACOSO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO PUEDE SER VERBAL O FÍSICO, COMO:**

PIROPOS • SUSURROS • SILBIDOS • TOCAMIENTOS • PELLIZCOS  
 • FROTAMIENTO • MASTURBACIÓN • MIRADAS LASCIVAS

DENUNCIA AL CENTRO DE JUSTICIA PARA LAS MUJERES 01 33 3030 5450 EMERGENCIAS 911

\*Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos al desarrollo social.\*

**expulsemos EL ACOSO**

**SI TE ENCUENTRAS EN UNA SITUACIÓN DE ACOSO SEXUAL:**

- MANTÉN LA CALMA
- DETECTA AL ACOSADOR (AGRESOR)
- UBICA PERSONAS QUE PUEDEN SER TESTIGOS
- VERIFICA SI TIENES A TU ALCANCE UN TELÉFONO Y/O ELEMENTO POLICIACO

DENUNCIA AL CENTRO DE JUSTICIA PARA LAS MUJERES 01 33 3030 5450 EMERGENCIAS 911

**expulsemos EL ACOSO**

**SI HAS SENTIDO...**

- CULPA ANTE LA VIOLENCIA EN EL TRANSPORTE PÚBLICO
- IRRITABILIDAD, FRUSTRACIÓN, MIEDO Y TRISTEZA
- QUE TE OBSERVAN DEMASIADO
- RESPUESTAS PASIVAS O NULAS ANTE UNA AGRESIÓN

**¡HAS VIVIDO ACOSO SEXUAL EN EL TRANSPORTE PÚBLICO!**

DENUNCIA AL CENTRO DE JUSTICIA PARA LAS MUJERES 01 33 3030 5450 EMERGENCIAS 911

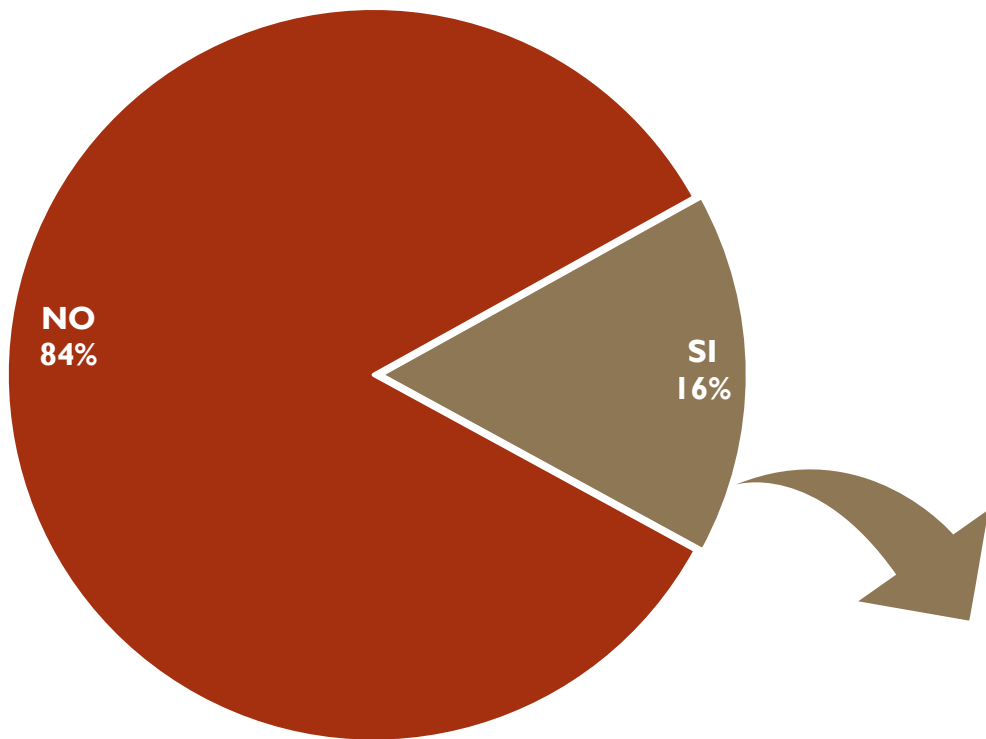
**RECORDACIÓN  
 CAMPAÑA PUBLICITARIA**

**“EXPULSEMOS EL ACOSO”**



# Recientemente, ¿Ha escuchado o visto alguna campaña sobre acoso en el transporte público?

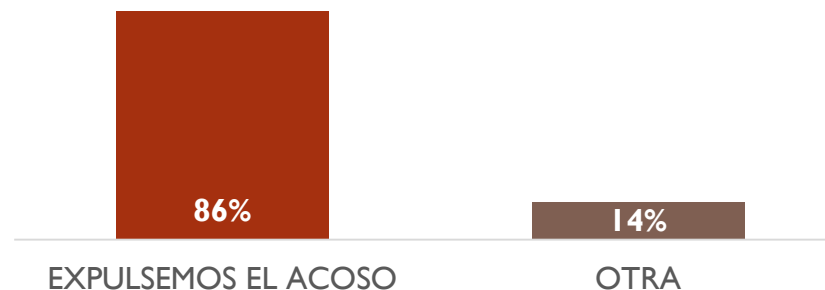
RESPUESTA ESPONTÁNEA



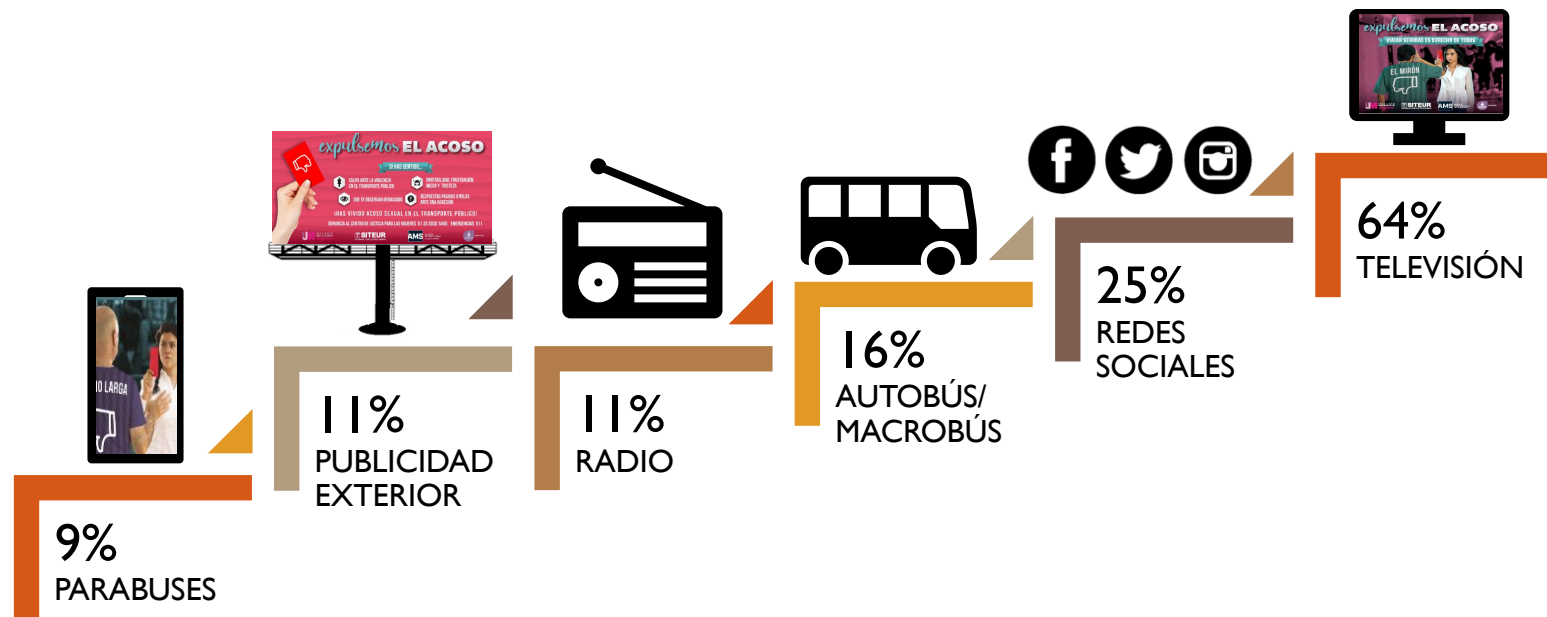
EDAD Y SEXO		NO	SI
		HOMBRE (15-25)	90%
HOMBRE (26-35)	77%	23%	
HOMBRE (36-50)	83%	17%	
HOMBRE (50 +)	85%	15%	
MUJER (15-25)	83%	17%	
MUJER (26-35)	71%	29%	
MUJER (36-50)	89%	11%	
MUJER (50 +)	85%	15%	

UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO		NO	SI
		SI	83%
NO	85%	15%	
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO		SI	73%
		NO	88%

¿Cuáles?



*16% de los usuarios que han escuchado alguna campaña sobre acoso en el transporte público*  
 ¿En dónde recuerda haber visto o escuchado publicidad de la campaña “Expulsemos el Acoso”?

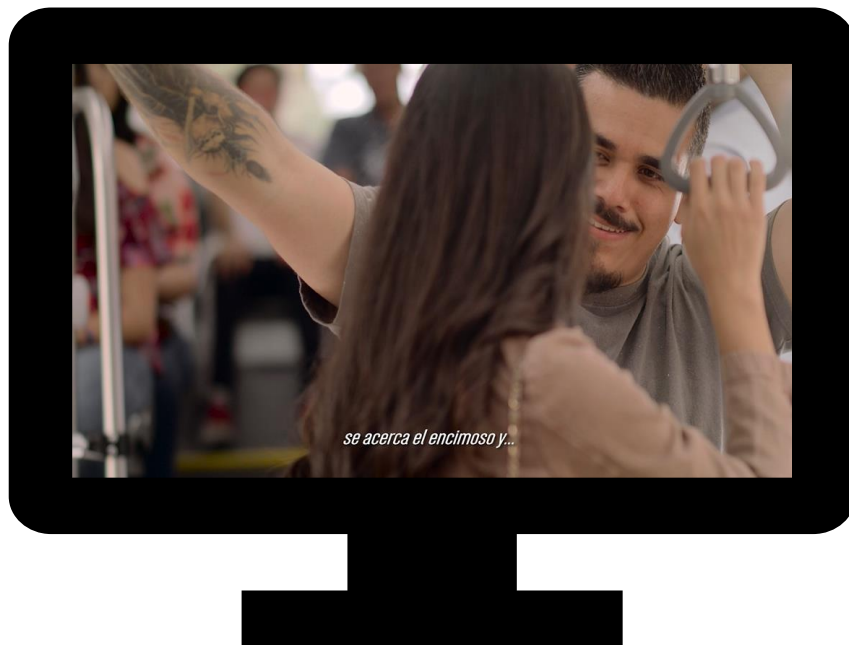


RESPUESTA MÚLTIPLE

		TELEVISIÓN	REDES SOCIALES	AUTOBÚS /MACROBÚS	PUBLICIDAD EXTERIOR	RADIO	PARABUSES
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	63%	30%	20%	10%	8%	10%
	NO	67%	13%	7%	13%	20%	7%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	52%	43%	26%	13%	9%	13%
	NO	76%	12%	12%	6%	6%	6%

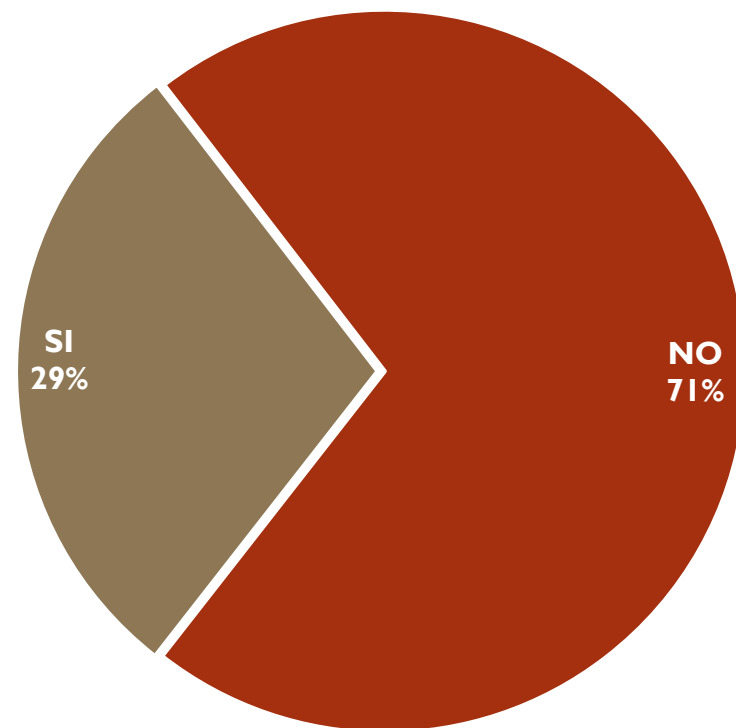
## COMERCIAL DE TV

Antes de que le mostrara el comercial, ¿Ya lo había visto antes?



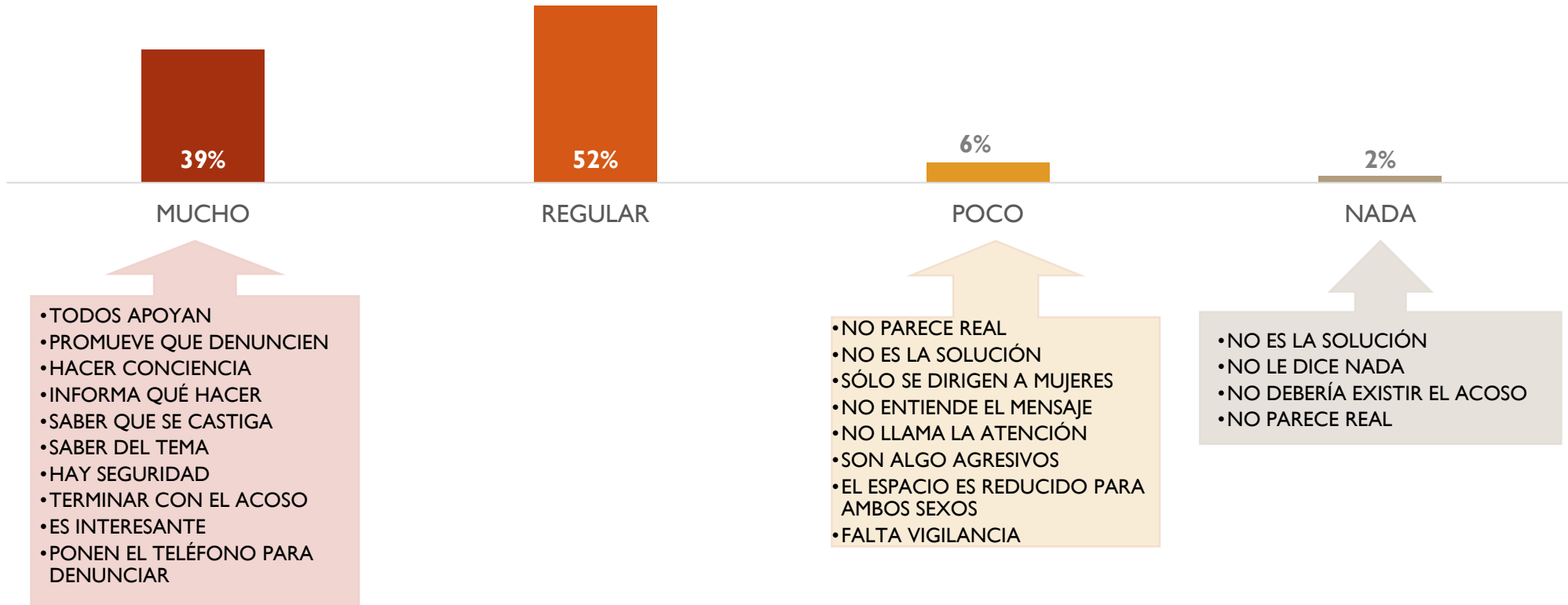
SE MOSTRÓ COMERCIAL DE TV

		SI	NO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	31%	69%
	NO	24%	76%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	38%	62%
	NO	28%	72%



		SI	NO
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	27%	73%
	HOMBRE (26-35)	30%	70%
	HOMBRE (36-50)	23%	77%
	HOMBRE (50 +)	36%	64%
	MUJER (15-25)	37%	63%
	MUJER (26-35)	27%	73%
	MUJER (36-50)	24%	76%
	MUJER (50 +)	30%	70%

## ¿Le gustó el comercial MUCHO, POCO o NADA?



		MUCHO	REGULAR	POCO	NADA
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	42%	50%	6%	2%
	NO	31%	60%	6%	3%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	46%	47%	5%	1%
	NO	40%	51%	7%	3%

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”

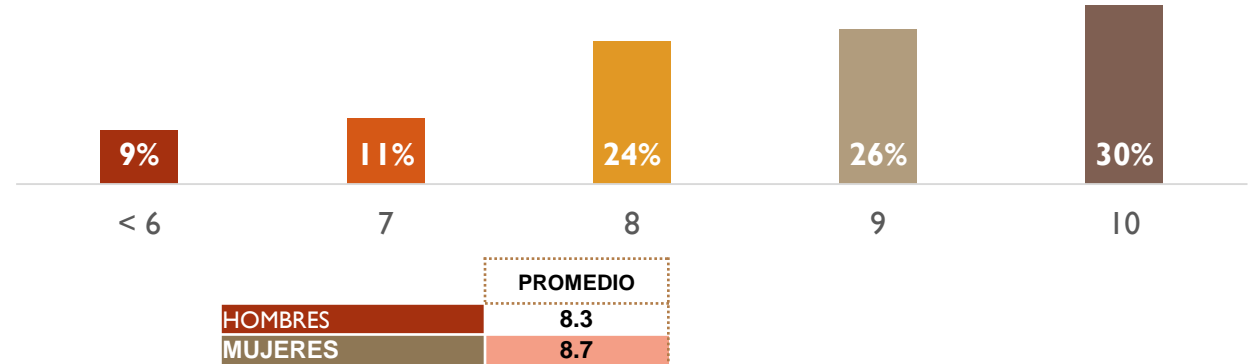
“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”

Del 1 al 10, donde 1 es lo más bajo y 10 lo más alto ¿Qué calificación le daría a este comercial en cuanto a ...?

PROMEDIO **8.5**

# CLARIDAD

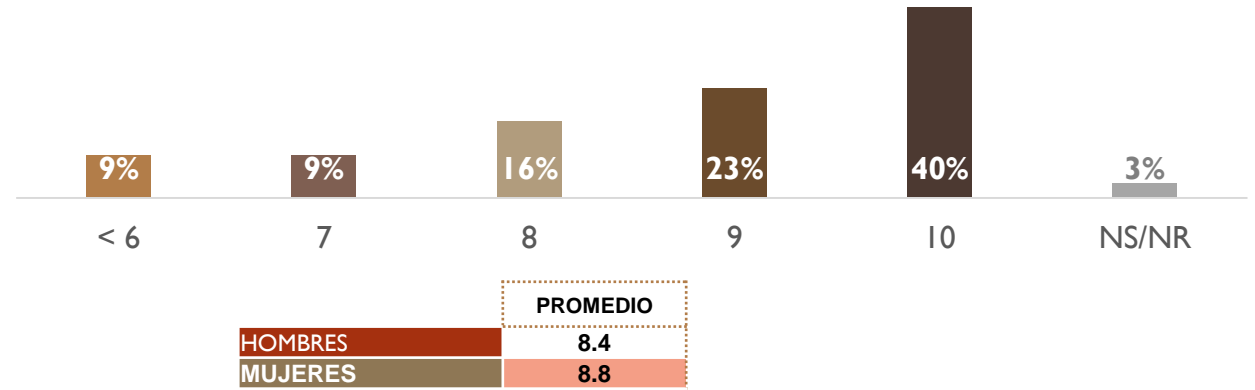
		PROMEDIO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.6
	NO	8.2
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.6
	NO	8.6



PROMEDIO **8.6**

# ORIGINALIDAD

		PROMEDIO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.7
	NO	8.5
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.7
	NO	8.7

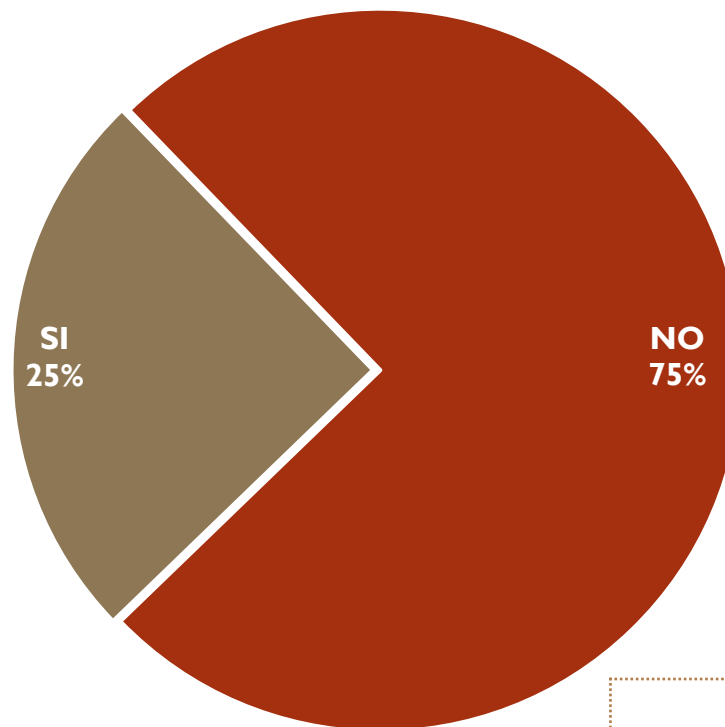


# COMERCIAL DE RADIO

Ahora por favor escuche el siguiente comercial, ¿Ya lo había escuchado antes?



SE MOSTRÓ COMERCIAL DE RADIO

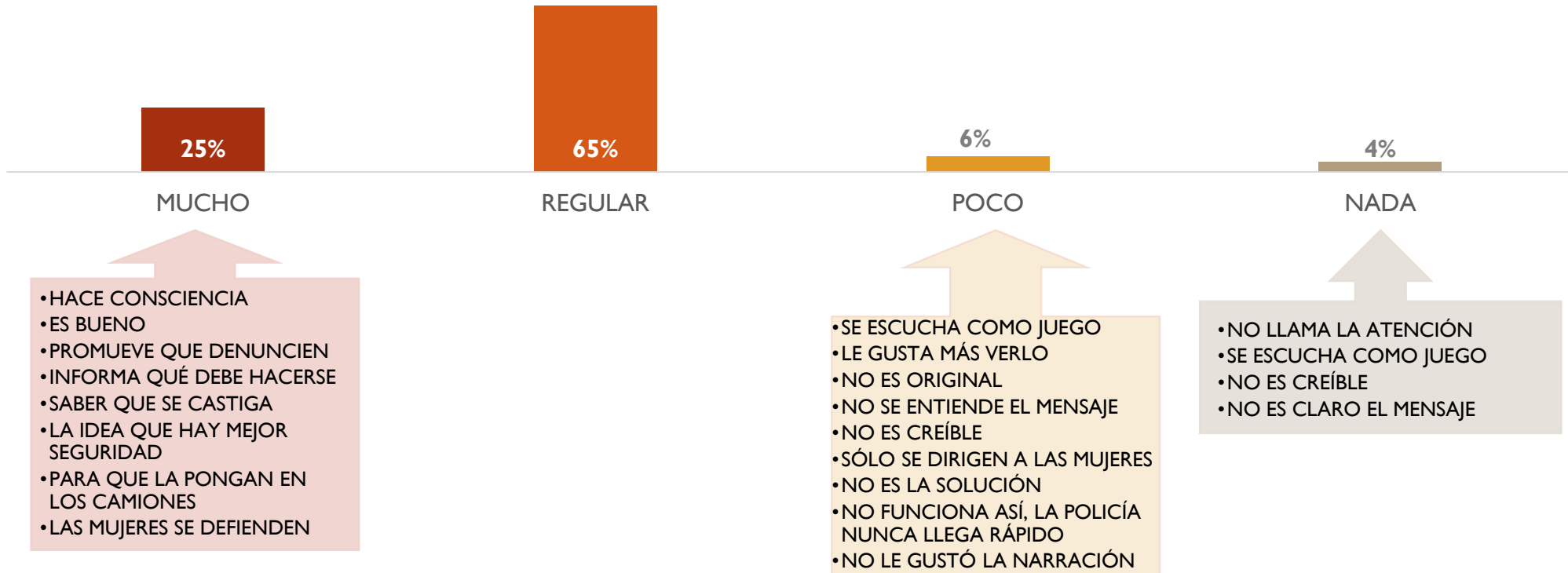


		SI	NO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	26%	74%
	NO	23%	77%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	25%	75%
	NO	26%	74%

		SI	NO
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	28%	72%
	HOMBRE (26-35)	23%	77%
	HOMBRE (36-50)	23%	77%
	HOMBRE (50 +)	29%	71%
	MUJER (15-25)	31%	69%
	MUJER (26-35)	27%	73%
	MUJER (36-50)	19%	81%
	MUJER (50 +)	17%	83%



## ¿Le gustó el comercial MUCHO, POCO o NADA?



		MUCHO	REGULAR	POCO	NADA
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	28%	62%	6%	4%
	NO	17%	74%	5%	5%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	27%	59%	9%	4%
	NO	28%	63%	5%	4%

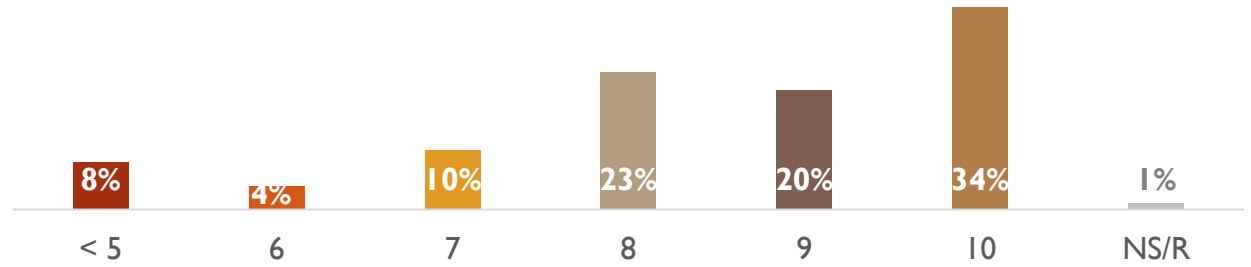
“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”

Del 1 al 10, donde 1 es lo más bajo y 10 lo más alto ¿Qué calificación le daría a este comercial en cuanto a ...?

PROMEDIO  
8.4

## CLARIDAD

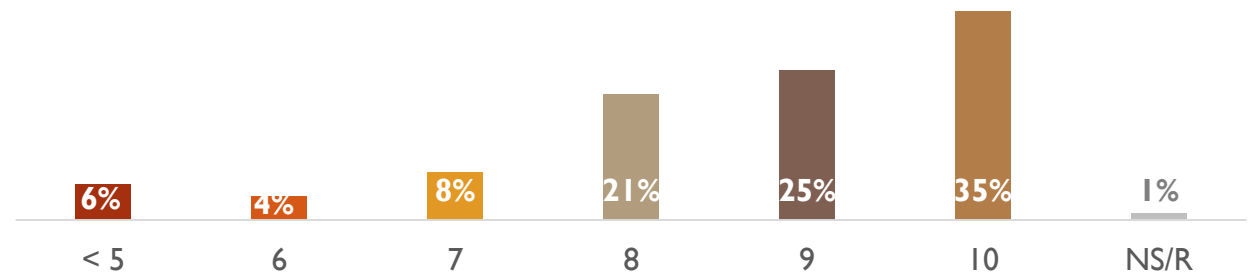


		PROMEDIO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.5
	NO	8.2
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.3
	NO	8.5

		PROMEDIO
HOMBRES		8.3
MUJERES		8.5

PROMEDIO  
8.5

## ORIGINALIDAD



		PROMEDIO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.6
	NO	8.3
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.5
	NO	8.6

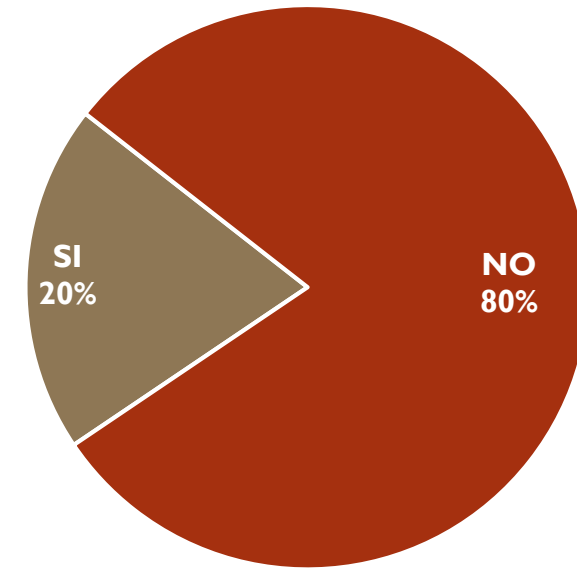
		PROMEDIO
HOMBRES		8.3
MUJERES		8.7

Antes de que le mostrara estos folletos,  
¿Recuerda haberlos visto?



SE MOSTRARON FOLLETOS

		SI	NO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	19%	81%
	NO	23%	77%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	31%	69%
	NO	13%	87%



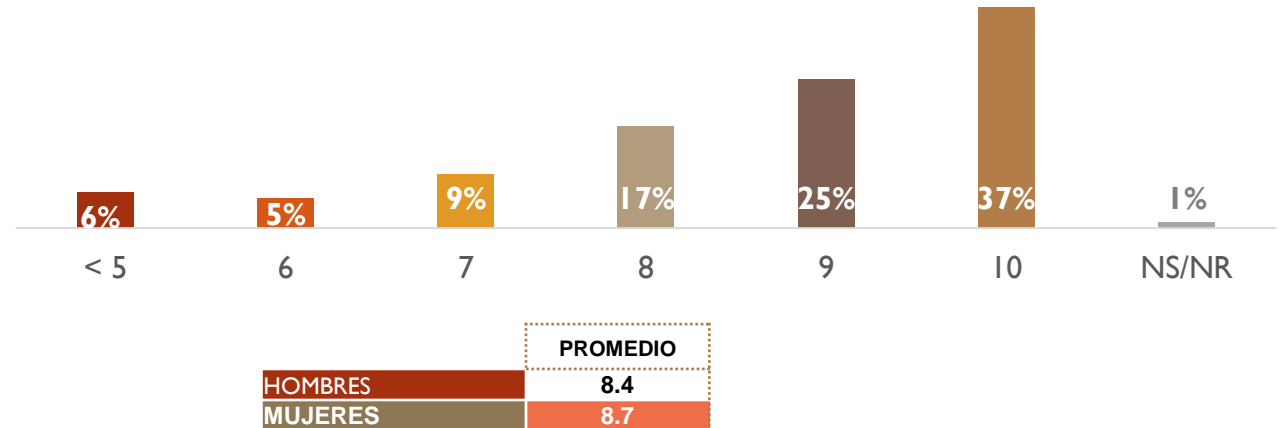
		SI	NO
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	15%	85%
	HOMBRE (26-35)	13%	87%
	HOMBRE (36-50)	8%	92%
	HOMBRE (50 +)	13%	87%
	MUJER (15-25)	29%	71%
	MUJER (26-35)	34%	66%
	MUJER (36-50)	29%	71%
	MUJER (50 +)	15%	85%

Del 1 al 10, donde 1 es lo más bajo y 10 lo más alto ¿Qué calificación le daría a los folletos que acaba de ver en cuanto a ...?

PROMEDIO  
8.6

## DISEÑO

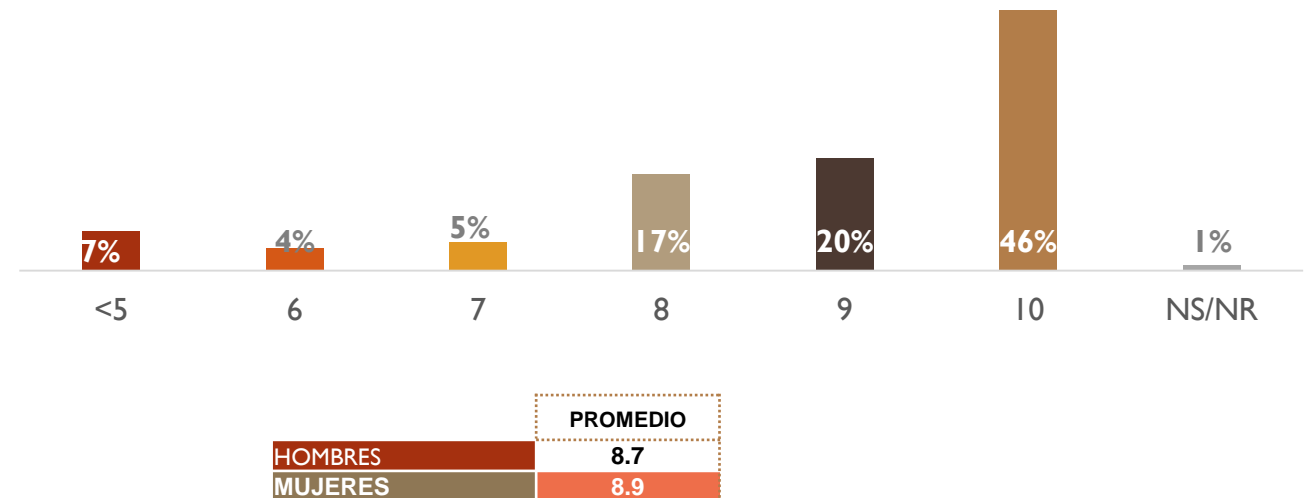
		PROMEDIO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.6
	NO	8.3
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.8
	NO	8.6



PROMEDIO  
8.8

## INFORMACIÓN DEL FOLLETO

		PROMEDIO
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.8
	NO	8.8
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	8.9
	NO	8.8



## ¿Qué emoción le causó la publicidad que acabo de mostrarle de la campaña “Expulsemos el acoso”?

**FELICIDAD**  
42%  
Porque...

- SE ESTÁ PONIENDO ATENCIÓN EN ESTOS CASOS
- HABRÁ MÁS SEGURIDAD
- DISMINUIRÁ EL ACOSO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO
- SERÁN CASTIGADOS LOS ACOSADORES
- FOMENTA EL RESPETO A LAS MUJERES
- SE ESTÁN DANDO ESPACIOS PARA DENUNCIAR
- SE ESTÁ EDUCANDO PARA EVITARLO
- SE INFORMA QUÉ HACER
- SE SIENTE EL APOYO
- ES BUENA



**SORPRESA**  
21%  
Porque...

- NO LO HABÍA VISTO
- NO SON TEMAS QUE SE HABLEN MUCHO
- YA ES CONSIDERADO DELITO
- QUIEREN MEJORAR LA SEGURIDAD
- ESTÉN PONIENDO ATENCIÓN EN LA MUJER
- PROMUEVE QUE DENUNCIEN



**INDIFERENCIA**  
12%  
Porque...

- NO CREE QUE LO CUMPLAN
- NADA VA A CAMBIAR
- LE FALTA SERIEDAD
- NADA EN PARTICULAR



**DUDA**  
10%  
Porque...

- QUE LA POLICÍA HAGA BIEN SU TRABAJO
- NO ES CLARO EL MENSAJE
- NO ES CREÍBLE
- NECESITA VER SU IMPACTO
- NO HAY MUCHA DIFUSIÓN



**ENOJO**  
5%  
Porque...

- LAS MUJERES PASAN POR ESTAS SITUACIONES
- LAS PERSONAS NO ESTÁN EDUCADAS



**TRISTEZA**  
5%  
Porque...

- SE DAN ESTOS CASOS CON MUCHA FRECUENCIA
- SE ESTÁ EDUCANDO QUE NO DEBE DE PASAR



**MIEDO**  
2%  
Porque...

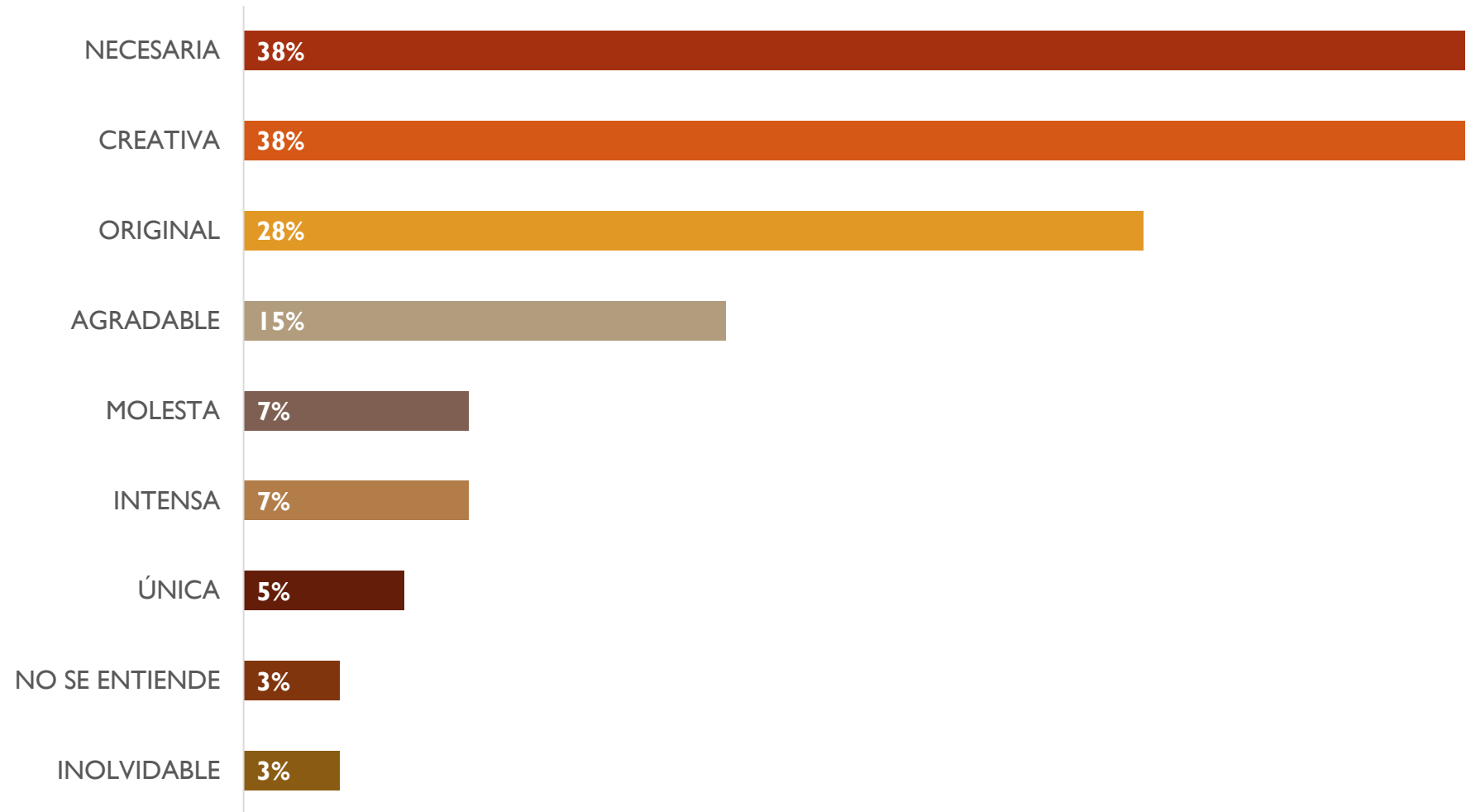
- NS



**NINGUNA**  
3%

## ¿Cómo describiría usted esta campaña “Expulsemos el acoso”?

RESPUESTA  
MÚLTIPLE



*“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”*

*“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”*

En escala de 1 al 5, donde 1 es NADA útil y 5 MUY útil  
 ¿Qué tan útil considera usted que es la información que proporciona la campaña “Expulsemos el acoso”?



Con el 2% de NS/INR es el 100%

		POCO ÚTIL	ALGO ÚTIL	ÚTIL	MUY ÚTIL
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	1%	9%	27%	63%
	HOMBRE (26-35)	3%	7%	30%	60%
	HOMBRE (36-50)	6%	8%	27%	58%
	HOMBRE (50 +)	2%	13%	24%	56%
	MUJER (15-25)		4%	17%	79%
	MUJER (26-35)		5%	17%	76%
	MUJER (36-50)		6%	16%	76%
	MUJER (50 +)	2%	7%	20%	70%

		POCO ÚTIL	ALGO ÚTIL	ÚTIL	MUY ÚTIL
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	2%	6%	21%	69%
	NO	2%	11%	25%	63%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	1%	4%	15%	78%
	NO	2%	7%	23%	65%

## ¿Le mejoraría algo a esta campaña?



## ¿Usted cree que las campañas sobre acoso sexual son MUY efectivas, ALGO efectivas, POCO efectivas, NADA efectivas?



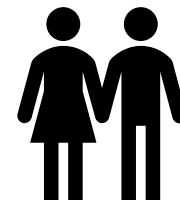
		MUY EFECTIVAS	ALGO EFECTIVAS	POCO EFECTIVAS	NADA EFECTIVAS
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	55%	28%	15%	1%
	HOMBRE (26-35)	50%	27%	13%	10%
	HOMBRE (36-50)	44%	29%	23%	4%
	HOMBRE (50 +)	44%	35%	11%	11%
	MUJER (15-25)	54%	35%	12%	
	MUJER (26-35)	44%	27%	22%	7%
	MUJER (36-50)	59%	30%	11%	
	MUJER (50 +)	52%	26%	15%	7%

		MUY EFECTIVAS	ALGO EFECTIVAS	POCO EFECTIVAS	NADA EFECTIVAS
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	54%	27%	15%	4%
	NO	42%	37%	16%	5%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	55%	29%	14%	2%
	NO	53%	27%	15%	5%



## PENETRACIÓN DE LA CAMPAÑA

(Agrega a quienes vieron o escucharon la publicidad a través de la radio, televisión y lo folletos)



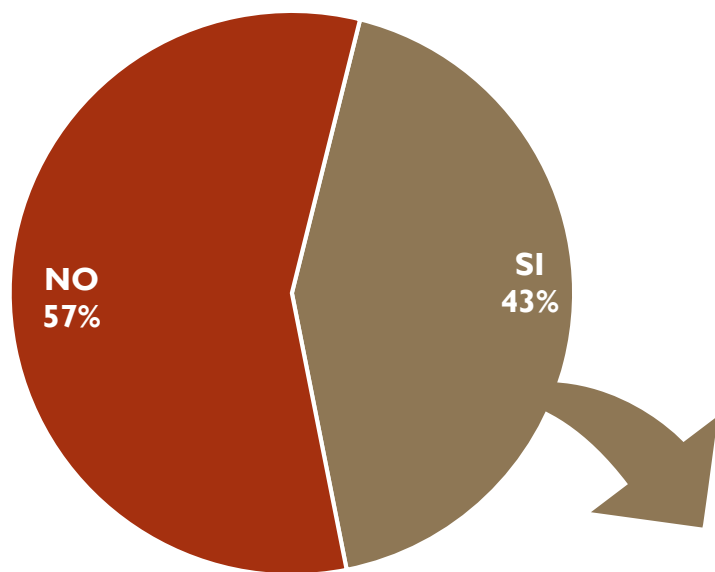
		NO VIO LA CAMPAÑA	SI VIO LA CAMPAÑA
UTILIZA TRANSPORTE PÚBLICO	SI	55%	45%
	NO	54%	46%
HA SIDO ACOSADO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO	SI	49%	51%
	NO	58%	42%

		NO VIO LA CAMPAÑA	SI VIO LA CAMPAÑA
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	55%	45%
	HOMBRE (26-35)	60%	40%
	HOMBRE (36-50)	65%	35%
	HOMBRE (50 +)	49%	51%
	MUJER (15-25)	50%	50%
	MUJER (26-35)	46%	54%
	MUJER (36-50)	59%	41%
	MUJER (50 +)	57%	43%



# POSICIONAMIENTO DEL INSTITUTO JALISCIENSE DE LAS MUJERES

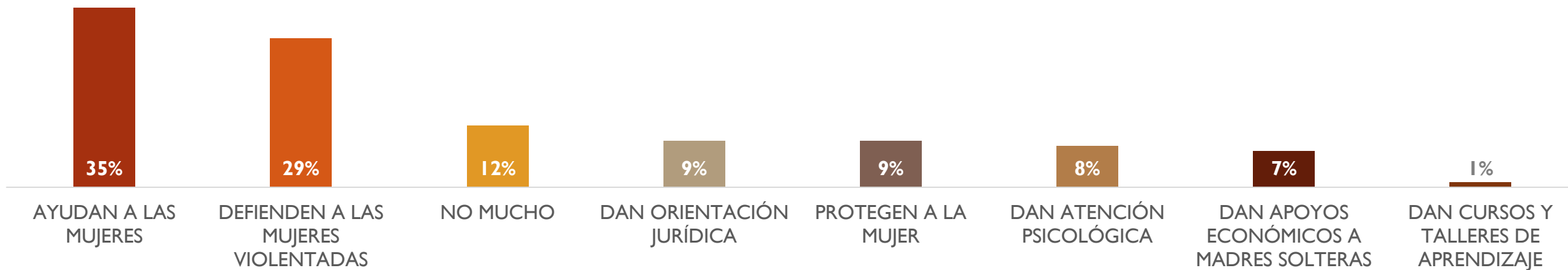
## ¿Conoce o ha escuchado hablar sobre el Instituto Jalisciense de las Mujeres?



		NO	SI
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	72%	28%
	HOMBRE (26-35)	70%	30%
	HOMBRE (36-50)	56%	44%
	HOMBRE (50 +)	60%	40%
	MUJER (15-25)	54%	46%
	MUJER (26-35)	49%	51%
	MUJER (36-50)	43%	57%
	MUJER (50 +)	59%	41%

RESPUESTA MÚLTIPLE

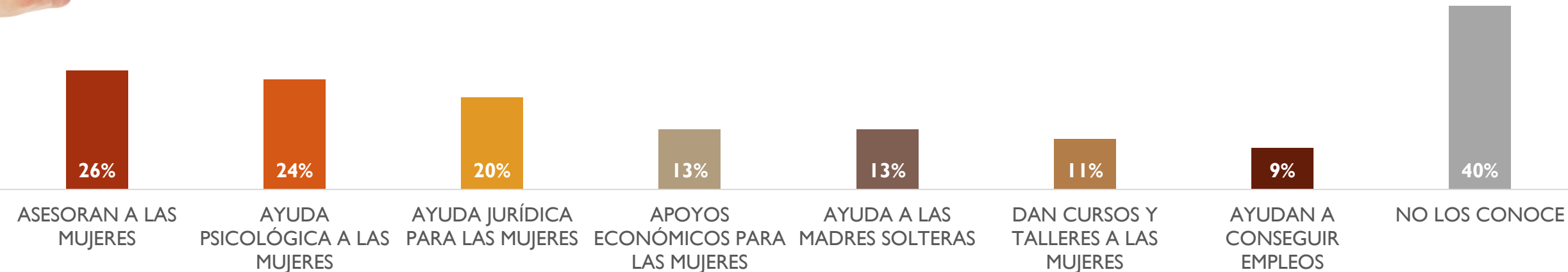
## Dígame por favor, ¿Qué es lo que sabe o conoce sobre el Instituto Jalisciense de las Mujeres?



RESPUESTA MÚLTIPLE

## ¿Usted conoce los servicios que ofrece el Instituto Jalisciense de las Mujeres?

43% de entrevistados que han escuchado hablar sobre Instituto Jalisciense de las Mujeres



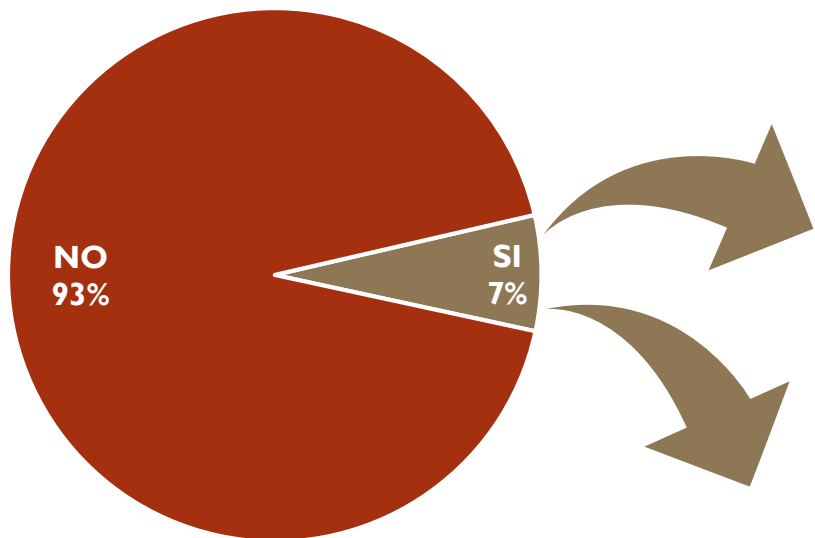
		ASESORAN A LAS MUJERES	AYUDA PSICOLÓGICA A MUJERES	AYUDA JURÍDICA A LAS MUJERES	NO LOS CONOCE
EDAD Y SEXO	HOMBRE (15-25)	32%	11%	11%	58%
	HOMBRE (26-35)	11%	11%	11%	56%
	HOMBRE (36-50)	19%	24%	14%	48%
	HOMBRE (50 +)	18%	9%	27%	50%
	MUJER (15-25)	13%	25%	17%	50%
	MUJER (26-35)	52%	33%	29%	19%
	MUJER (36-50)	31%	25%	31%	28%
	MUJER (50 +)	26%	47%	11%	32%

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”

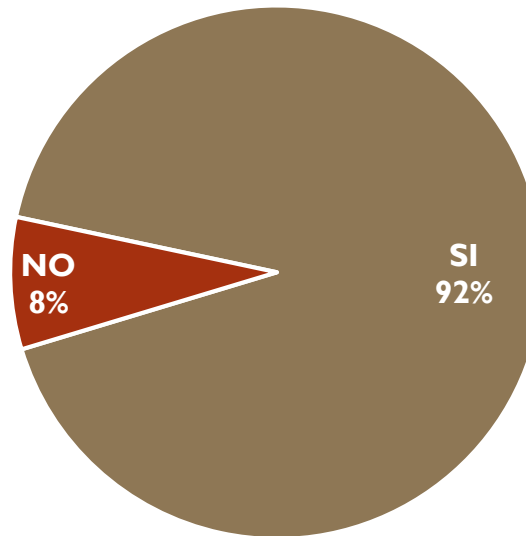
“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”

43% de entrevistados que han escuchado hablar sobre Instituto Jalisciense de las Mujeres

¿Ha acudido por alguna razón al Instituto Jalisciense de las Mujeres?

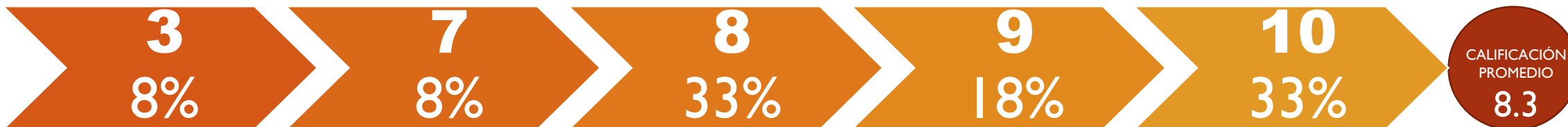


¿Recibió la información o servicio que solicitó?



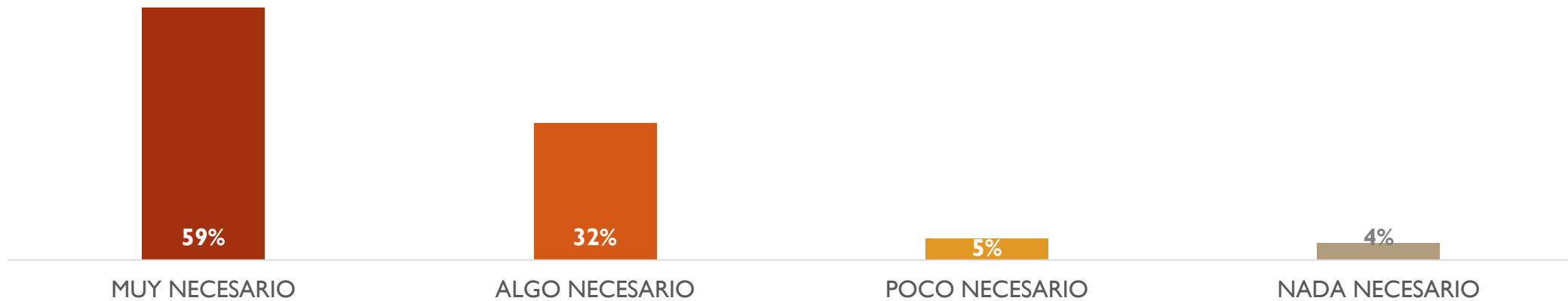
En una escala del 1 al 10, donde 1 es muy mala y 10 muy buena

¿Qué calificación le otorgaría a la atención y el servicio que le brindaron en el Instituto Jalisciense de las Mujeres ?



	PROMEDIO
HOMBRES	10.0
MUJERES	8.6

¿Usted piensa que es **MUY** necesario, **ALGO** necesario, **POCO** necesario o **NO** es necesario contar con el Instituto Jalisciense para las Mujeres?



	MUY NECESARIO	ALGO NECESARIO	POCO NECESARIO	NO ES NECESARIO
HOMBRE (15-25)	54%	37%	6%	3%
HOMBRE (26-35)	40%	47%	10%	3%
HOMBRE (36-50)	65%	27%	6%	2%
HOMBRE (50 +)	44%	44%	5%	7%
MUJER (15-25)	73%	25%		2%
MUJER (26-35)	61%	34%	5%	
MUJER (36-50)	75%	19%	3%	3%
MUJER (50 +)	57%	30%	4%	9%

“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos al programa”

“Este producto es generado con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las(los) autoras(es) del presente trabajo”



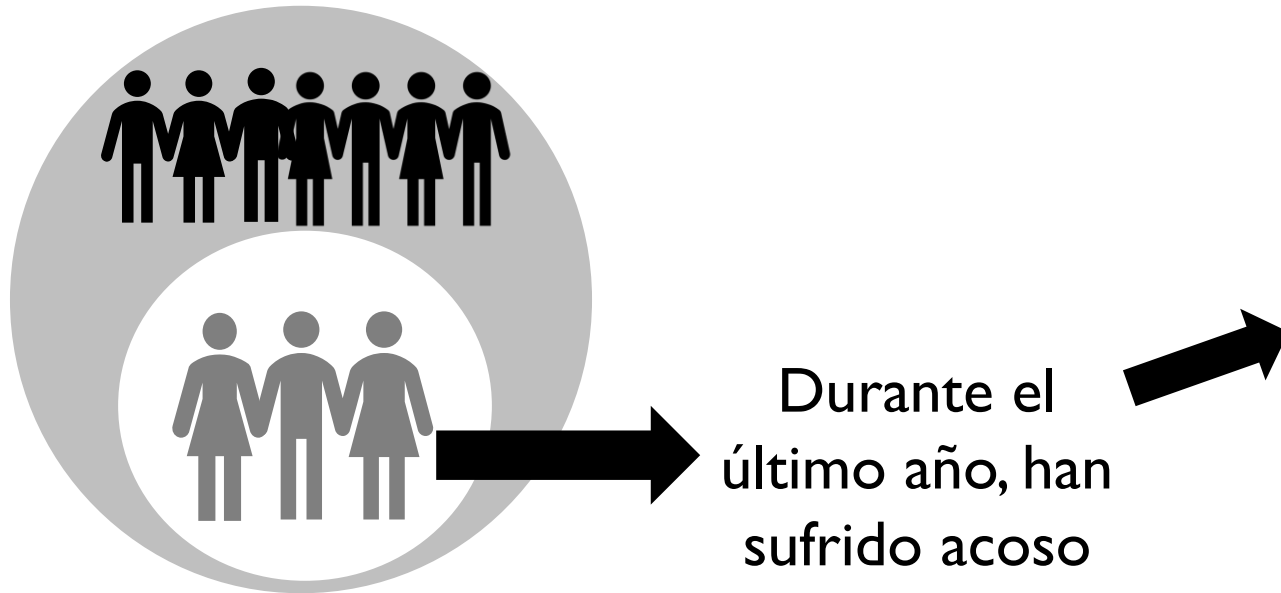
# PRINCIPALES HALLAZGOS



- El 75% de los habitantes de la zona metropolitana son usuarios del transporte público, de los cuales, más de la mitad lo utiliza diariamente, en especial el camión.
- Entre la población, es alta la percepción de la existencia del acoso en el transporte público.
- La falta de valores y el machismo son lo que consideran las principales causas del acoso en el transporte público.
- Si bien, la mitad coincide que el acoso es por igual en hombres, mujeres y niños, hay un 43% que piensa que sólo las mujeres lo sufren.
- Hay coincidencia entre los usuarios y no usuarios del transporte de que la principal acción para erradicar este delito es dar castigos más severos al agresor.



## AFECTADOS POR EL ACOSO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO



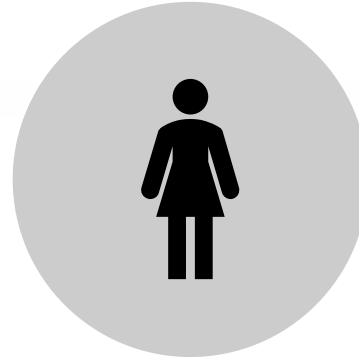
- 3 de cada 10 usuarios han sufrido de acoso en el transporte público.
- Las mujeres son quienes lo sufren en mayor medida.
- La reacción de la mayoría de las mujeres es enfrentar al acosador. En cambio, los hombres optan por no hacer nada.
- Las mujeres son quienes han cambiado de alguna manera sus hábitos para sus traslados, especialmente el uso de transporte privado y su forma de vestir.

## EVALUACIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA “EXPULSEMOS EL ACOSO”

- El 16% recuerda haber visto alguna campaña sobre el acoso en el transporte público, de los cuales 9 de cada 10, mencionaron de manera espontánea la campaña “Expulsemos el acoso”, siendo la televisión el medio en el que mayormente la han visto.
- La campaña publicitaria, logró una penetración del 45% en los diferentes medios de exposición, siendo la publicidad en televisión y radio la más vista/ escuchada.
- La campaña en general logró una buena aceptación, ya que mencionan como positivo el tratar de hacer conciencia sobre este delito, porque se promueve la denuncia e informa lo que debe de hacerse en estos casos. A quienes no les gustó, mencionan que le faltó credibilidad o no les gustó la narración.
- En cuanto a los sentimientos generados al ver y escuchar esta campaña, el más mencionado fue el de la felicidad, debido especialmente al hecho de que se está poniendo atención en este delito y se tomarán las medidas pertinentes para que disminuya. Los negativos se enfocan en el pesimismo sobre que se logre algún cambio en esta situación.
- Describieron la publicidad como necesaria y creativa, considerándola de mucha utilidad.

# INSTITUTO JALISCIENSE DE LAS MUJERES

- 4 de cada 10 conocen el IJM, entre las mujeres es más alto el conocimiento de la institución.
- Ayudar a las mujeres y defender a las que han sido violentadas son las principales actividades que asocian al Instituto.
- Los servicios del IJM más conocidos son la ayuda y asesoramiento a las mujeres, aunque el 40% los desconoce.
- 7% de los que lo conocen, han acudido para solicitar información o algún servicio; en general se manifiestan satisfechos con la respuesta que califican con 8.3.
- 6 de cada 10, consideran muy necesario contar con el IJM. Entre las mujeres menores de 50 años es más alta esta percepción.





## NORMAS DE CALIDAD

Este proyecto fue realizado en cumplimiento con las normas de calidad: ISO 20252:2012 y ESIMM 3.0

## DERECHOS PATRIMONIALES

**Berumen** reconoce que los derechos patrimoniales de los resultados y/o información producto de la presente investigación son de la contratante, así como los derechos de publicación, reproducción o difusión, de conformidad con los Artículos 82 y 84 de **LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**. No obstante, **Berumen** no es responsable del análisis, interpretación o consecuencias legales que deriven de su utilización parcial o total. **(ISO 4.8.5)**

## AVISO DE PRIVACIDAD

**Berumen y Asociados, SA de CV**, con domicilio en Altadena # 15 Col. Nápoles, Delegación Benito Juárez, C.P. 03810, México, Distrito Federal, es una empresa que realiza investigación de mercados y consultas de opinión desde marzo de 1992 y tiene cobertura en todo el territorio nacional. Perteneció a la Asociación de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México **AMAI** y está certificada bajo la Norma Estándar de Servicios para la Investigación de Mercados en México **ESIMM**, por lo que hace del conocimiento de todos nuestros informantes, clientes y autoridades, que los Datos Personales e Información Sensible de sus titulares solo es obtenida con el consentimiento expreso y voluntario de quien los proporciona, previa notificación de su derecho a hacerlo o no.

Por lo que la información de Datos Personales e Información Sensible aludida en **LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE LOS PARTICULARES** es utilizada invariablemente en forma agregada y para efectos estadísticos, nunca con fines de divulgación o comercialización, por lo que una vez obtenida es disociada respecto a tópicos específicos de interés para nuestros clientes.

No obstante que esta empresa se encuentra en los supuestos de excepción del Artículo 2 Fracc. II y 10 Fracc. III del citado ordenamiento el titular de los datos personales podrá en todo momento Revocar su Autorización con el solo hecho de solicitarlo con el envío de un correo electrónico a la siguiente dirección [ccalidad@berumen.com.mx](mailto:ccalidad@berumen.com.mx).