



PROYECTOS  
DE APLICACIÓN  
PROFESIONAL



Universidad  
Casa Grande

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA**

**SISTEMATIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE RELACIONES  
PÚBLICAS Y STAKEHOLDERS PARA LA DIFUSIÓN  
MEDIÁTICA DE LA CAMPAÑA SÚBETE Y SÚMATE**

**Para optar al grado de:**

**LICENCIATURA EN MARKETING**

**Elaborado por:**

**FÁTIMA MARIANA PACHECO ROMERO**

**Guías del Proyecto:**

**Ana Luisa Vallejo**

**Verónica Carrera del Río**

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

**Agosto, 2022**

## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo **FÁTIMA MARIANA PACHECO ROMERO**, declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**SISTEMATIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y STAKEHOLDERS PARA LA DIFUSIÓN MEDIÁTICA DE LA CAMPAÑA SÚBETE Y SÚMATE**”
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Mario Rafael Díaz Pazmiño, Juan Carlos Pérez Lavayen, Humberto Xavier Pacheco Guevara, Cynthia Elizabeth Lambertucci Álvarez.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

FÁTIMA MARIANA PACHECO ROMERO

0922925649

Declaro que

**PACHECO ROMERO FÁTIMA MARIANA** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**SISTEMATIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y STAKEHOLDERS PARA LA DIFUSIÓN MEDIÁTICA DE LA CAMPAÑA SÚBETE Y SÚMATE**”, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

FÁTIMA MARIANA PACHECO ROMERO

0922925649

### 3. RESUMEN EJECUTIVO

La violencia de género es un problema latente, se vive a diario y en todo nivel sociocultural, las estadísticas de las instituciones relacionadas denotan incremento de actos de abuso, nuestra experiencia de campo arroja resultados alarmantes que hacen de esta experiencia, un proyecto de alto impacto y aprendizaje de vida.

Preocupados por la problemática que genera la violencia de género, en el transporte público, específicamente en la Metrovía, movidos por el interés de contribuir a la disminución de la violencia de género, nace la campaña Súbete y Súmate, una campaña de carácter social que invita a sumarse a un cambio positivo de respeto, pensamos en las posibles soluciones, determinamos cómo podíamos contribuir, cómo sumarnos a esta ardua misión, determinamos ¿qué sabemos? y ¿qué no sabemos? Partiendo de esto comenzó la lluvia de ideas, empezando por la investigación, ¿para qué?, ¿por qué?, ¿dónde?, ¿cómo lo haríamos?... de forma cualitativa usando la observación para recopilar datos no numéricos, se consideró técnicas cualitativas tales como entrevistas, encuestas, técnicas de observación y observación participante.

Con los resultados logramos identificar datos importantes, tales como, la frecuencia de uso del medio de transporte y cómo hace la Metrovía para gestionar los casos de abuso que se dan en este medio de transporte, por lo cual nos fue socializado el protocolo de la institución ante eventos de este tipo, con el mismo desarrollamos la capacitación que fue muy enriquecedora para el personal de la Metrovía y para nosotros como conductores de la misma, al poder conocer más profundamente la realidad que se vive desde una mirada más amplia.

Con la ejecución de la campaña buscamos disminuir la violencia en el transporte público Metrovía, mediante una comunicación que invite al respeto y que cuenta con la información suficiente, con un llamado a la acción de denunciar, que promueva la

concientización de este problema y cómo enfrentarlo, logrando así fortalecer la seguridad en este medio de transporte y brindando las facilidades para las víctimas de abuso.

#### **4. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

La propuesta para este proyecto ha sido desarrollada tomando como inicio las consideraciones éticas establecidas en el respeto a la propiedad intelectual, trabajando con responsabilidad en el desarrollo de esta iniciativa. El proyecto para disminuir la violencia de género dentro del transporte público Metrovía, ha sido elaborado en su plenitud por estudiantes de la Universidad Casa Grande, buscando concientizar a población de Guayaquil, en este esfuerzo se encuentran incluidas referencias y citas de otros autores, respetando la autoría y las normas que rigen a los derechos de autor.

#### **5. PALABRAS CLAVES**

Abuso, violencia de género, respeto, súmate, Metrovía

## 6. ÍNDICE DE CONTENIDO

1. CARÁTULA.....	i
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN.....	ii
3. RESUMEN EJECUTIVO.....	iv
4. CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	vi
5. PALABRAS CLAVES.....	vi
6. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
6.1. ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
6.2. ÍNDICE DE TABLAS.....	x
7. INTRODUCCIÓN.....	1
8. ANTECEDENTES.....	3
9. ANÁLISIS DEL PROBLEMA Y DISEÑO DE PROYECTO.....	6
9.1. Investigación realizada.....	6
9.1.1. Objetivo general.....	6
9.1.2. Objetivos específicos.....	6
9.1.3. Metodología de Investigación.....	6
9.1.4. Resultados de Investigación.....	8
9.2. Análisis del Problema.....	14
9.3. Hipótesis de Mejora.....	16
10. EL PROYECTO.....	17
10.1. Campaña de comunicación.....	17

10.2. Nombre de la campaña.....	20
10.3. Concepto central de la campaña .....	20
10.4. Concepto creativo: Súbete y Súmate .....	21
10.5. Alcance de la campaña.....	23
10.6. Principales actores involucrados y sus responsabilidades .....	23
10.7. Ejes de acción .....	24
10.8. Plataformas publicitarias.....	26
10.9. Primeros alcances de resultados del monitoreo y evaluación del proyecto.....	27
10.10. Contraparte que nos permitirá dar sostenibilidad a la iniciativa .....	28
10.11. Cronograma de implementación .....	29
10.11. Presupuesto.....	30
11. SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LA GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y STAKEHOLDERS PARA LA DIFUSIÓN MEDIÁTICA DE LA CAMPAÑA SÚBETE Y SÚMATE. ....	31
11.1. Reconstrucción de la experiencia.....	32
11.3. Análisis del proceso .....	34
11.4. Principales hallazgos.....	35
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	39
13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	42
14. ANEXOS .....	44



## 6.1. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Formas de violencia sexual conocidas por las mujeres usuarias de la Metrovía,.....	8
Figura 2 Reconocimiento de acoso sexual en el sistema de transporte público .....	8
Figura 3 Porcentaje de denuncias por violencia sexual .....	9
Figura 4 Tipos de denuncias presentadas.....	10
Figura 5 Edad.....	10
Figura 6 Motivo de uso del transporte .....	11
Figura 7 ¿Se siente segura en el medio de transporte? .....	11
Figura 8 ¿Ha sufrido violencia sexual en el medio de transporte? .....	12
Figura 9 ¿Cómo reaccionó? .....	13
Figura 10 Árbol del problema.....	15

## 6.2. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad .....	10
Tabla 2 Motivo porque usa el medio de transporte público.....	11
Tabla 3¿Se siente segura en el medio de transporte?.....	11
Tabla 4 ¿Ha sufrido violencia sexual en el medio de transporte?.....	12
Tabla 5 ¿Cómo reaccionó?.....	12
Tabla 6 Matriz de Marco Lógico .....	16
Tabla 7 Cronograma de implementación.....	29
Tabla 8 Presupuesto .....	30

## 7. INTRODUCCIÓN

La sistematización es una actividad visualizada para producir conocimiento a partir de la intervención en la realidad. Esta temática tuvo gran acogida por quienes buscaban trascender la contingencia de sus experiencias de terreno a través de una modalidad que les permitiera socializar la información emanada de sus prácticas.

En la actualidad, la sistematización está adquiriendo gran importancia y significado ya que es una toma de conciencia de los aportes de la sistematización a la práctica social, a la construcción de conocimientos a partir de experiencias concretas que realizan los actores en diferentes procesos. La sistematización debe verse como: producción de conocimiento, como una teorización de la práctica vivida que permita reflexionar sobre nuestras experiencias para mejorarlas y que otros aprendan de estos procesos.

Sistematizar una experiencia equivale a ordenar, organizar, clasificar. Es entender por qué ese proceso se está desarrollando de esa manera, entender e interpretar lo que está aconteciendo a partir de un ordenamiento de lo que ha sucedido en el proceso. Teorizar la práctica vivida produce conocimiento a partir de la experiencia y comprenderlo atribuye un sentido y reflexión sobre la experiencia.

El desarrollo del problema de violencia de género dentro del transporte público ha sido un desafío que nos ha permitido no quedarnos sólo en la reconstrucción de lo sucedido, sino realizar una interpretación crítica para la reconstrucción de lo acontecido, lo que, a su vez, ha permitido extraer aprendizajes con utilidad para el futuro.

Para construir el objeto de sistematización, ha sido necesario desarrollar el proyecto por medio de una práctica o intervención que ha implicado involucrar el problema de disminución del abuso dentro del transporte público Metrovía y el trabajo en grupo.

La sistematización del proyecto para la disminución de la violencia de género dentro del transporte público, permitirá que otros no caigan en los mismos errores y que aprendan de nuestros avances en este tema; es decir que, es importante que se aprenda de nuestra experiencia para no caer en la repetición de procedimientos, pero sobre todo para mejorar nuestra propia práctica.

## 8. ANTECEDENTES

La Asamblea Nacional consagró a través del Código Orgánico Integral Penal<sup>1</sup> (2021) la definición para abuso sexual:

Art. 170.- La persona que, en contra de la voluntad de otra, ejecute sobre ella o la obligue a ejecutar sobre sí misma u otra persona, un acto de naturaleza sexual, sin que exista penetración o acceso carnal, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años (...)

Esta definición establece que los actos de violencia que provoquen un daño o sufrimiento, físico o psicológico, que se relacione con temas sexuales, son abuso. Esto lleva a analizar situaciones que se desarrollan en la sociedad a diario y que quizás se pasan por alto: ¿cuántas veces se ve en la calle a un hombre gritando palabras obscenas a una mujer?, ¿alguna vez ha visto a un pasajero pegándose en exceso a otro mientras toman el bus?, ¿cuántas personas han actuado de alguna manera buscando detener estas conductas?

El abuso sexual, no es una situación ajena al país y la ciudad de Guayaquil. Es común ser testigo o tener conocimiento de una situación de abuso sexual, violentando los derechos humanos, y por lo general, lo más común es ver a las mujeres como víctimas. De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (2020), mediante un comité que monitorea la convención contra todas las formas de discriminación contra la mujer, se define como abuso a los actos de violencia que tengan o puedan tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida

---

<sup>1</sup> COIP: Código Orgánico Integral Penal

privada. Los actos pueden ser propinados por la familia o los parientes cercanos, por conocidos o extraños, tanto en el espacio público como en el privado.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2011) en un estudio, estableció que 6 de cada 10 mujeres han vivido algún tipo de violencia de género. En este mismo sentido, según la directiva del Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer publicado en el Diario El Telégrafo (2011), indica que 8 de cada 10 mujeres han sufrido alguna vez algún tipo de violencia machista, ya sea física, psicológica, sexual o patrimonial.

La Constitución del Ecuador menciona en su artículo 70, lo siguiente:

El Estado formulará y ejecutará políticas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, a través del mecanismo especializado de acuerdo con la ley, e incorporará el enfoque de género en planes y programas, y brindará asistencia técnica para su obligatoria aplicación en el sector público.

Las leyes ecuatorianas analizadas en esta introducción no solo condenan estos accionares, también buscan precautelar los derechos ciudadanos, bajo el amparo de la Carta Magna.

La Fundación Metrovía, debido al gran índice de usuarios hombres y mujeres, ha buscado desarrollar iniciativas para que las mujeres se sientan seguras en el sistema de transportación público de la ciudad; además de una forma de lucha contra la violencia y experiencias traumáticas dentro del transporte público como la violencia sexual e inseguridad.

Es preocupante el reconocer a las mujeres como las mayores víctimas de abuso; evidenciando un problema que debe ser atendido inmediatamente por las autoridades. Es por este motivo que, desde el 8 de marzo de 2016, el sistema Metrovía diseñó un protocolo de auxilio que busca disminuir el índice de abusos sexuales contra niñas y mujeres dentro del transporte público urbano. El protocolo permite generar una alerta cuando se presentan incidentes contra mujeres.

Lo mencionado anteriormente ha sido el enfoque y eje de este proyecto a presentar, buscando una ciudad con menos violencia de género, con menos abusos, con un sistema de transporte seguro y tranquilo, no solo para los hombres sino fundamentalmente para las mujeres, creando una sociedad de igualdad. Según Julio Urrestro (2022), “Guayaquil debe construir un modelo de ciudad con enfoque de género. Este debe pensarse, componerse y transformarse desde las experiencias, necesidades y derechos de las mujeres a habitar y vivir en una ciudad libre de cualquier tipo de violencia.”

## 9. ANÁLISIS DEL PROBLEMA Y DISEÑO DE PROYECTO

### 9.1. Investigación realizada

#### 9.1.1. *Objetivo general*

Identificar las causas del problema de violencia de género hacia la mujer en el sistema Metrovía, a fin de plantear estrategias para concienciar a la ciudadanía acerca de la violencia de género en esta transportación pública.

#### 9.1.2. *Objetivos específicos*

- Identificar la frecuencia de uso del medio de transporte público.
- Analizar las principales formas de violencia que sufren las mujeres en la Metrovía.
- Determinar si existe algún protocolo o sistema de apoyo para estos actos de abuso en el sistema de transporte.

#### 9.1.3. *Metodología de Investigación*

Se busca identificar los antecedentes del problema de violencia de género dentro del transporte público, Metrovía, de la ciudad de Guayaquil; enfocando la investigación en los sectores con mayor problemática. Buscando obtener *insights* a partir de las experiencias desarrolladas, incluso en la investigación de campo, que permitan el desarrollo de la campaña.

Para este estudio, se implementó una investigación mixta, cualitativa y cuantitativa, que permitirá obtener datos más detallados de hábitos, actitudes y comportamientos de los usuarios, teniendo como herramientas de investigación, las siguientes:

- Observación de campo

En los espacios de transporte público para documentar la violencia de género (observación participante)



La observación ocurrió durante la semana del 7 al 9 de mayo del 2022, dentro de buses y paradas del sistema, donde se observaba el comportamiento de las personas. Fue un estudio de ejercicio cotidiano de acompañamiento a mujeres que se encontraban utilizando el servicio.

Se realizó esta parte de la investigación en los siguientes puntos:

- Troncal 2: Sur - Río Daule
  - Sur: Parada colegio Cristóbal Colón
  - Centro: IESS
  - Correo
  - Las Peñas
- Entrevistas

Se realizó entrevistas a diferentes directivos para identificar la problemática y a las denuncias presentadas dentro del transporte público:

- En el sistema de transporte Metrovía, al Eco. Bolívar Valarezo
- En la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil y ECU 911, a la Lcda. Liz Valarezo asesora Relaciones Públicas
- En AYNES, a la Lcda. Gina Galeano

También se entrevistó a algunas usuarias del sistema de transporte público, las mujeres que fueron entrevistadas fueron informadas sobre el trabajo de investigación que se estaba realizando, solicitándoles respuestas de manera voluntaria.

- Encuestas

En las encuestas se tomó información cuantitativa de un estudio realizado por el sistema de transporte Metrovía (2021), lo que ayudó como parte de información. Además, se realizó

unas encuestas a un total de 150 mujeres mayores de 18 años, usuarias del sistema de transporte en la ciudad de Guayaquil.

#### 9.1.4. Resultados de Investigación.

##### 9.1.4.1. Resultados Cuantitativos.

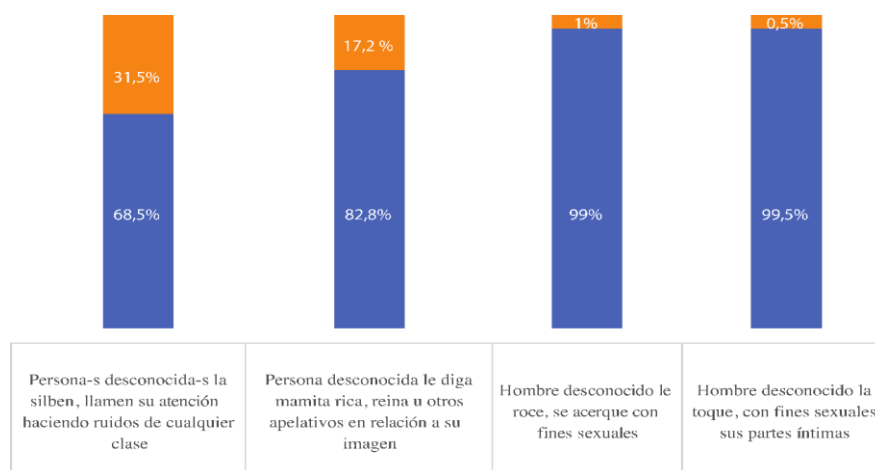


Figura 1. Formas de violencia sexual conocidas por las mujeres usuarias de la Metrovía,

Fuente: Sistema de Transporte Metrovía (2021)

En las estadísticas proporcionadas, un gran porcentaje de mujeres reconocen hechos específicos de acoso sexual dentro del sistema de transporte público Metrovía.

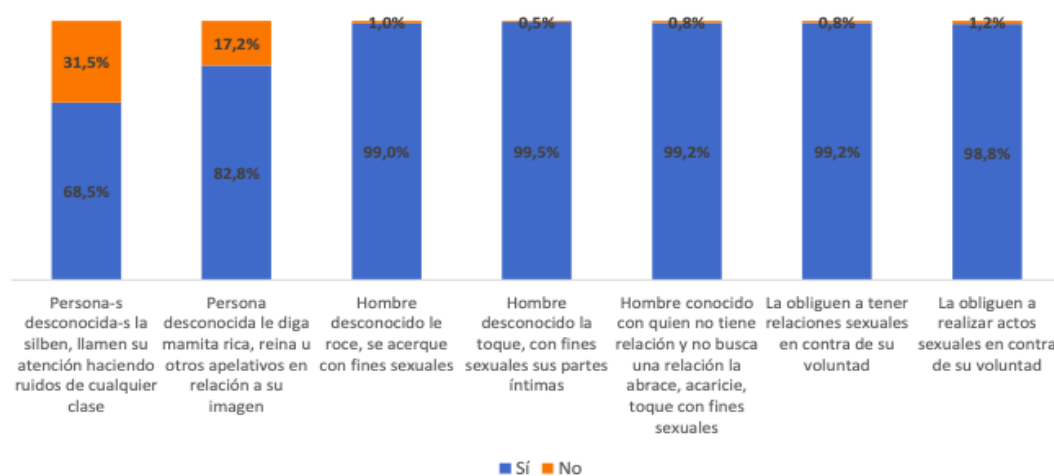


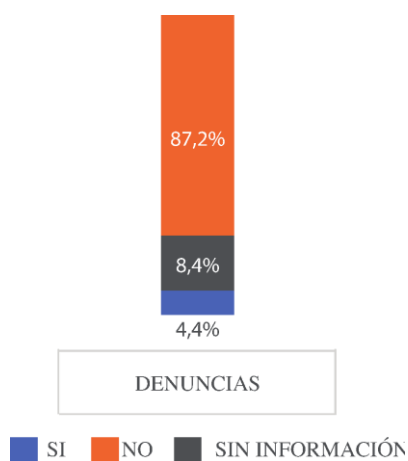
Figura 2 Reconocimiento de acoso sexual en el sistema de transporte público

Fuente: Sistema de Transporte Metrovía (2021)

Desde un análisis cuantitativo, se destaca que las mujeres jóvenes, con mayor nivel de educación, reconocen más fácilmente las diversas formas de acoso sexual, a diferencia de las mujeres con menor grado de formación educativa.

Siendo la violencia sexual un delito tipificado en el Código Orgánico Integral Penal, se espera la puesta en marcha de acciones que pongan en conocimiento de las autoridades dicha vulneración de derechos, ya sea mediante una denuncia formal o un reporte a instancias pertinentes. Al consultarle a las mujeres si llevaron a cabo acciones de esta índole sobre el hecho ocurrido, se tiene que el 87.2% no lo reportaron, ni denunciaron, seguido por mujeres que no brindan una respuesta.

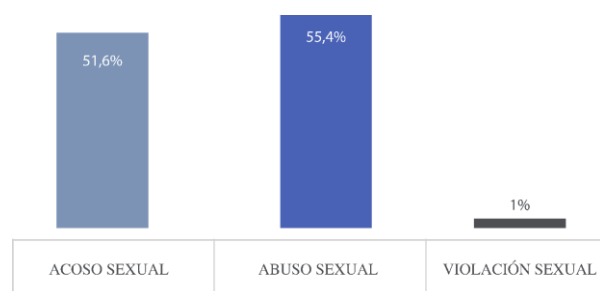
En total, se asume que un 95.6% de las mujeres no lleva a cabo una denuncia, reporte o puesta en conocimiento de la autoridad respecto al hecho de violencia sexual ocurrido en el sistema Metrovía



*Figura 3* Porcentaje de denuncias por violencia sexual

Fuente: Sistema de Transporte Metrovía (2021)

## Tipos de denuncias presentadas en el 2021 por violencia de género en el sistema de transporte Metrovía



*Figura 4* Tipos de denuncias presentadas

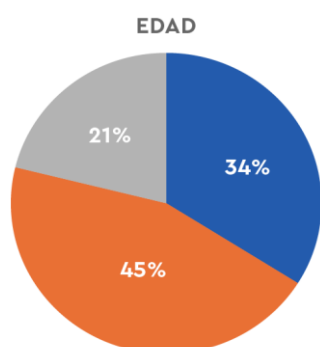
Fuente: Sistema de Transporte Metrovía (2021)

Las 150 encuestas realizadas por los autores del proyecto, tuvieron como finalidad obtener datos respecto a la existencia de hechos de violencia sexual en contra de las mujeres en el sistema Metrovía de la ciudad de Guayaquil. Para este fin, se consultó a las participantes de la encuesta las siguientes preguntas de las que se exponen además sus resultados:

Tabla 1 *Edad*

EDAD:	
<b>18-25</b>	34%
<b>26-40</b>	45%
<b>+ 40</b>	21%

Fuente: Elaborado por los autores



*Figura 5* Edad

Fuente: Elaborado por los autores

### ¿Por qué motivo usa el servicio de transporte público?

Tabla 2 *Motivo porque usa el medio de transporte público*

MOTIVO	
<b>Laboral</b>	48%
<b>Estudios</b>	27%
<b>Compras del hogar</b>	21%
<b>Paseo</b>	4%

Fuente: Elaborado por los autores

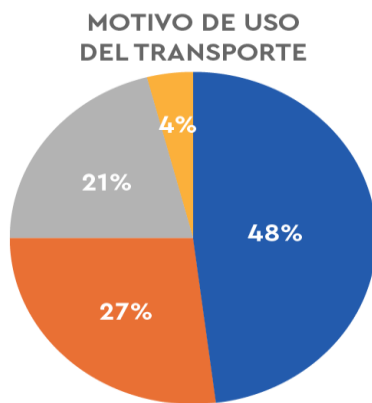


Figura 6 Motivo de uso del transporte

Fuente: Elaborado por los autores

### ¿Se siente segura cuando utiliza el sistema Metrovía?

Tabla 3 *¿Se siente segura en el medio de transporte?*

SE SIENTE SEGURA	
<b>SÍ</b>	13%
<b>NO</b>	87%

Fuente: Elaborado por los autores

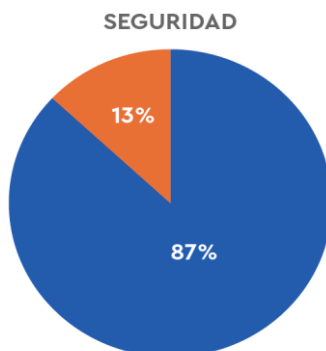


Figura 7 ¿Se siente segura en el medio de transporte?

Fuente: Elaborado por los autores

**¿Ha sufrido algún tipo de violencia sexual dentro del bus del sistema Metrovía?**

Ha sufrido violencia sexual	
<b>SÍ</b>	71%
<b>NO</b>	16%
<b>No recuerda</b>	13%

Tabla 4 *¿Ha sufrido violencia sexual en el medio de transporte?*

Fuente: Elaborado por los autores

HA SUFRIDO VIOLENCIA SEXUAL EN EL BUS METROVÍA

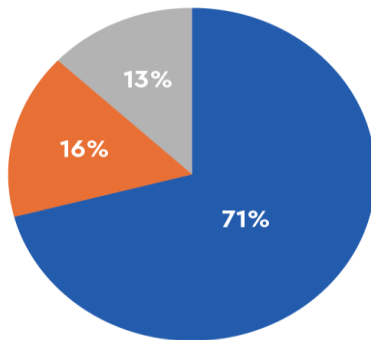


Figura 8 *¿Ha sufrido violencia sexual en el medio de transporte?*

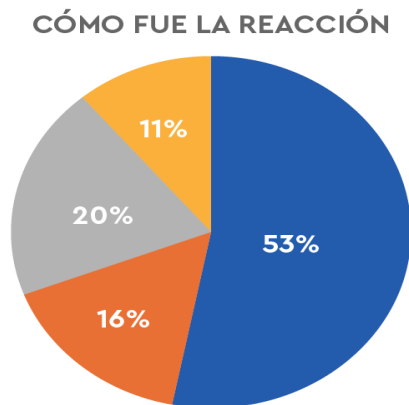
Fuente: Elaborado por los autores

**Si la respuesta es SÍ: ¿Cómo reaccionó?**

Tabla 5 *¿Cómo reaccionó?*

Reacción	
<b>No reaccionó</b>	53%
<b>Se retiró del lugar</b>	16%
<b>Reclamó al abusador</b>	20%
<b>Denunció</b>	11%

Fuente: Elaborado por los autores



*Figura 9 ¿Cómo reaccionó?*

Fuente: Elaborado por los autores

#### **9.1.4.2. Resultados cualitativos.**

En la observación y en algunas entrevistas realizadas de forma aleatoria a usuarios de la Metrovía, se corroboró que:

- Las mujeres son las que mayormente sufren violencia sexual y no lo notifican, ni denuncian, viviendo la experiencia sin poder defenderse.
- Existe un problema de violencia hacia las mujeres reconocido por los usuarios del sistema.
- Las mujeres no creen que sirva notificar para luego denunciar estos hechos por la desconfianza hacia el sistema de justicia o porque no es algo muy importante, esto se debe a la naturalización de la violencia por parte de la sociedad.
- Hay desconocimiento sobre los pasos a seguir para notificar violencia de género. Se desconocen programas de apoyo como: Amiga Ya No Estás Sola (AYNES).
- Algunos hombres también viven abuso en el sistema o son testigos de la situación.

## **9.2. Análisis del Problema**

El proyecto ME SUMO, contribuye a disminuir la violencia de género dentro del sistema de transporte público Metrovía. Planteando y generando un plan de estrategias enfocadas a disminuir la violencia de género dentro del transporte público masivo Metrovía, sensibilizando al personal del sistema Metrovía y promoviendo que la ciudadanía reaccione y contribuya a un cambio frente a la situación de abuso dentro del transporte público por el desconocimiento de los mecanismos de ayuda para combatir el problema.



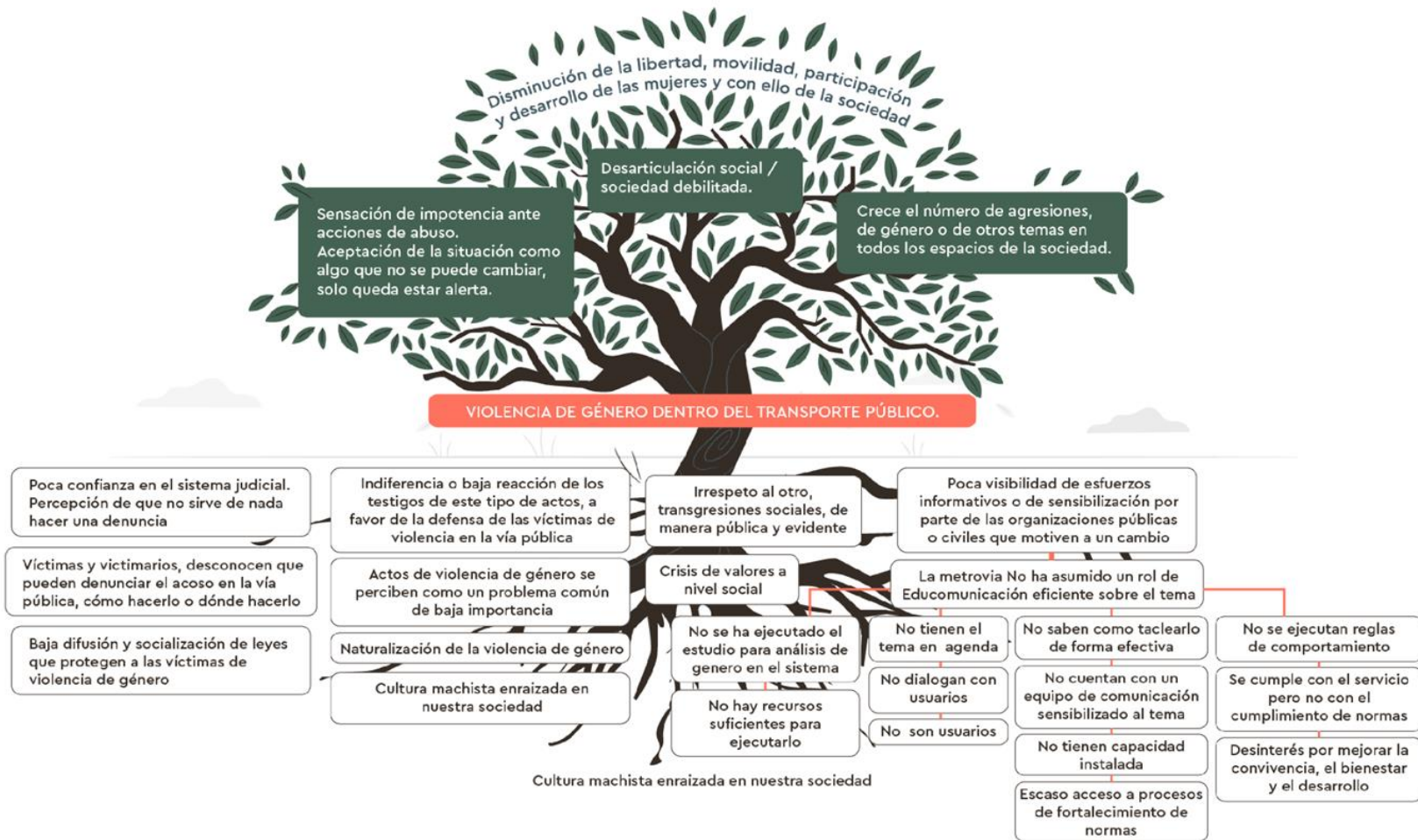


Figura 10 Árbol del problema

Fuente: Elaborado por los autores

### 9.3. Hipótesis de Mejora

Tabla 6 *Matriz de Marco Lógico*

MATRIZ DE MARCO LÓGICO					
	OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<b>Finalidad</b>	Contribuir al mejoramiento de la libertad, movilidad, participación y desarrollo de las mujeres y con ello de la sociedad.	Empoderamiento de las mujeres en su libre movilidad y participación social, con respecto a la violencia en la Metrovía (sienten mayor seguridad y expresan su postura o denuncian)	Encuestas de satisfacción/opinión	Número de denuncias o asistencias en el proceso	Las mujeres empoderadas y una ciudadanía sensibilizada, actúan en contra de situaciones de violencia que restan el desarrollo social a través de la expresión de su opinión, la solidaridad y las denuncias.
<b>Propósito</b>	Disminuir la violencia de género en el sistema de transporte Metrovía	Disminución víctimas de violencia de género en el transporte público - Metrovía.	Casos reportados desde usuarios del sistema a choferes, guardias o vías de comunicación disponibles.	Número de denuncias o asistencias en el proceso.	Las mujeres sienten mayor respaldo del sistema Metrovía, de la sociedad sensibilizada, reportan al agresor o agresión vivida y denuncian.
<b>Componentes</b>					
<b>Acciones</b>	<b>1:</b> Campaña informativa sobre la violencia como un acto ilegal, que no debe ser tolerado y sensibiliza a la ciudadanía a denunciar y/o respaldar a las víctimas.	Número de personas que recibieron el mensaje de campaña. Número de participantes en activación de sensibilización. Cifras Redes Sociales. Cantidad de material entregado.	Encuesta a usuarios del sistema. Entrevistas a usuarios. Testimonios de la ciudadanía. Entrevistas mediante redes sociales.		La ciudadanía se sensibiliza ante el problema, es más solidaria con las víctimas y expresa su rechazo a la violencia de género en el sistema Metrovía.
	<b>2:</b> Participación del sistema Metrovía, Amiga ya no estás sola que se encuentra integrada en CSCG, medios de comunicación, tanto en la ruta de atención a los casos de violencia en la Metrovía, así como en la difusión del tema.	Se difunde protocolo de acción en casos de violencia en el sistema para conocimiento de los usuarios.	Reporte de casos y formas de acción/respuesta.		La ciudadanía exige la ruta de acción en caso de vivir o presenciar un acto de violencia.
	<b>3:</b> Capacitación a choferes sobre la ruta de atención Reconocimiento de su rol en el cambio.	Reportes de guardias y choferes.	Número de personas del sistema capacitadas.		Choferes , guardias y personal de la Metrovía, colaboran ante el reporte de incidentes de violencia sexual

Fuente: Elaborado por los autores

## **10. EL PROYECTO**

El desarrollo del presente proyecto de aplicación tiene los siguientes objetivos:

### **Objetivo General**

Desarrollar y ejecutar un plan publicitario enfocado en disminuir la violencia de género en el sistema de transporte público Metrovía, buscando que la ciudadanía reaccione y contribuya a un cambio frente a la situación de abuso dentro del transporte público.

### **Objetivos específicos**

- Establecer estrategias para contribuir a la disminución de casos de abuso y violencia sexual contra mujeres en el sistema de transporte público Metrovía.
- Comunicar a usuarios en general, las vías que existen para realizar denuncias de abuso.
- Identificar dinámicas que permitan mejorar la movilidad de las mujeres en el transporte Metrovía.
- Sensibilizar y concientizar a la ciudadanía en general, usuarios o no usuarios del sistema de transporte acerca de la problemática

### **Audiencia objetiva**

Usuarios del sistema de transporte público. Hombres y Mujeres.

### **10.1. Campaña de comunicación**

Esta parte del proyecto es de especial relevancia, ya que se busca, por medio de mensajes claros y concisos, persuadir a la ciudadanía a tomar decisiones presentes y futuras que aporten a generar cambios que disminuyan el abuso sexual dentro del transporte público. El proyecto, a través una campaña de comunicación, dará a conocer información relevante a la ciudadanía buscando generar la posibilidad de que el mensaje se expanda entre usuarios del sistema de transporte público.

Se ha trabajado en una campaña inicial que llega a todos los géneros y se ha segmentado a un sector específico del norte de la ciudad de Guayaquil, donde se concentran un gran número de ciudadanos, inclusive que llegan de otros cantones. El *pitch* de comunicación que se propone, responde a una estrategia clara y concisa que busca obtener como resultado, minimizar la violencia de género dentro del transporte público Metrovía.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe<sup>2</sup> (2020) “la estrategia para enfrentar de forma urgente esta verdadera pandemia en la sombra debe basarse en cuatro pilares: financiamiento, prevención, respuesta y recopilación de datos.”

Cabe destacar que se han realizado diferentes campañas contra la violencia de género en la ciudad de Guayaquil, la presente campaña, busca crear mayor impacto con una estrategia que pueda soportarse con cada eje de acción que construye a una reacción y un cambio en la sociedad. La comunicación de la campaña debe manejarse como un proceso integral en el que intervienen las actividades operativas de la institución Metrovía y la participación de la ciudadanía, lo que dará como resultado una comunicación bidireccional e interactiva para defenderse del abuso.

El logo de la campaña, como imagen principal de este esfuerzo, nace de la unión de los íconos de ambos géneros que invitan a llegar al mismo punto para trabajar en conjunto por un cambio positivo. Utiliza colores que llaman la atención por identificar a ambos géneros sin necesidad de especificar cuál sea. La imagen de la campaña generaliza visualmente una unión que viene a traer un cambio.

La ejecución del proyecto, plantea disminuir la violencia de género en la Metrovía con un mensaje positivo que motiva el respeto y a da información de un protocolo trabajado para la actuación frente a casos de violencia. El protocolo es el siguiente:

---

<sup>2</sup> CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

- a. La presunta víctima notifica el hecho:
  - a) En las estaciones o terminales de integración de la Metrovía, a los Guardias de Seguridad, quienes reportarán por radio el suceso al centro de monitoreo de la agencia Metrovía -SCCTV-
  - b) En el bus durante el recorrido, al conductor, quien activará de manera inmediata el botón de abuso/acoso (panel). Activándose la alerta en el centro de monitoreo de la agencia Metrovía.
- b. En el centro de monitoreo de la agencia Metrovía, se coordina de la siguiente manera:
  - a) Si la incidencia se reporta desde las estaciones o terminales de integración de Metrovía por los guardias de seguridad:

El guardia debe identificar al presunto agresor con la finalidad de retenerlo dentro de la parada (hasta que llegue el personal de Policía Nacional).

    - ✓ Llama a la línea gratuita AYNES 1800 112 112 para reportar el hecho.
    - ✓ Facilita a la operadora de AYNES los nombres y número de contacto de la presunta víctima.
    - ✓ Realiza de forma inmediata el monitoreo en el siguiente paradero.
    - ✓ Descarga imágenes o videos en caso existan.
  - b) Si la incidencia se reporta por el conductor del bus Metrovía:

Se contacta con el guardia de seguridad de la parada más próxima para alertar sobre el evento.

    - ✓ El guardia debe identificar a la presunta víctima y al presunto agresor con la finalidad de retenerlos dentro de la parada (hasta que llegue el personal de Policía Nacional)

- ✓ Llama a la línea gratuita AYNES 1800 112 112 para reportar el hecho.
- ✓ Facilita a la operadora de AYNES los nombres y número de contacto de la presunta víctima.
- ✓ Realiza de forma inmediata el monitoreo en el siguiente paradero.
- ✓ Descarga imágenes o videos en caso de que existan.

3. El Guardia de seguridad de la parada:

- ✓ Solicita los datos de la presunta víctima (nombres completos y número de contacto telefónico personal o de algún familiar cercano, en el caso de no tener un número propio).

## **10.2. Nombre de la campaña**

Campaña para disminuir la violencia de género en el transporte público Metrovía:

**“Súbete y Súmate”**

## **10.3. Concepto central de la campaña**

El concepto central de nuestra campaña es Súmate. Una invitación a la ciudadanía a ser parte de cambio.

Se busca que el ciudadano pueda: conocer información importante para responder ante situaciones de abuso, buscando contribuir a un cambio que disminuya este tipo de actos dentro del transporte público.

¿Cómo se vincula este problema de violencia de género al servicio de transporte? Por medio de las experiencias de mujeres cuando utilizan el servicio de transporte y la necesidad de inculcar valores como el respeto en un espacio público.

¿Cuál es la meta de esta campaña? Disminuir la violencia de género dentro del transporte público Metrovía para mejorar la movilidad de las mujeres, incentivando el respeto y obteniendo como resultado el conocimiento de un protocolo ya establecido para notificar casos de abuso.

¿Cómo lo haremos?

- ✓ Anticipando los acontecimientos: para alertar a la posible víctima a que notifique.
- ✓ Ejecutando el plan con flexibilidad y mucha atención a los pequeños detalles: para que invite a un cambio positivo pero que sea inflexible al abuso.

#### **10.4. Concepto creativo: Súbete y Súmate**

Se decidió por un eje que hace referencia a tomar el transporte y de inmediato ser parte de una serie de mensajes positivos.

Teniendo en cuenta el target al que va dirigida la campaña, que es bastante amplio, se trabajó en la parte creativa y redacción, dando como resultado frases descomplicadas y fáciles de entender y que en primera instancia se puedan memorizar también.

**SÚBETE** - Hace referencia a subirse al transporte público.

**SÚMATE** - Hace referencia a ser parte de las acciones de la campaña.

La idea se centra en que los usuarios puedan dejar atrás comportamientos machistas, el irrespeto, la falta de empatía, así como el desconocimiento de poder reaccionar, actuar y denunciar.

Por otro lado, también es necesario trabajar en esa sensación de impotencia que siente la ciudadanía, mediante mensajes que hagan referencia al respeto y buenas prácticas. Así también es oportuno desde el inicio no hacer referencia a cosas negativas, ni mucho menos

mencionar cifras ni estadísticas, sino más bien, haciendo pensar en positivo al usuario y animarlo a sumarse a este gran cambio.

Bajo la consigna de que el efecto de esto sea sensibilizar sobre que todos podemos detener este tipo de abuso, se trabajó en conjunto con la Metrovía, no solo como plataforma sino como un brazo de apoyo en dicha campaña, es importante mencionar que en el camino hubo algunas opiniones y directrices muy específicas por parte de la directiva de la Metrovía, fueron muy enfáticos al decir que no querían transmitir nada negativo a los usuarios en la parte de comunicación. De esta manera se abordó en el concepto mencionado: Súbete y Súmate.

### **3.3. Habilidades y palancas para influir en la opinión pública:**

Habilidades:

1. Capacidad de expresión
2. Empatía
3. Creatividad

Palancas:

1. Relación con administraciones públicas
2. Redes sociales
3. Apertura para uso de espacios públicos
4. Mejora de la percepción del sistema de transporte Metrovía



### *Stakeholders:*

Se ha requerido la habilidad de escuchar, transmitir e influir en los *stakeholders* para añadir valor al objetivo de la campaña, sumar esfuerzos colaborativos e impulsar la campaña coordinadamente con ellos para darle fuerza al eje de acción en redes sociales llegando a más ciudadanos. Los *Stakeholders* que se han adherido a esta iniciativa, son:

- Metrovía
- Universidad Casa Grande
- AYNES, Amiga ya no estás sola
- Comunidad barrial
- Fly Casa Creativa
- Ají Estudio
- Estudio Media Global y Z Content
- Medios de comunicación

### **10.5. Alcance de la campaña**

- La campaña se circunscribe al Sistema Metrovía, ciudad de Guayaquil y su área de acción.
- Además, se replica gracias a AYNES, a sus seguidores en redes sociales.
- Y la réplica del mensaje que puedan hacer ciudadanos usuarios del sistema.

### **10.6. Principales actores involucrados y sus responsabilidades**

#### **Sistema Metrovía:**

Responsable de garantizar el correcto cumplimiento del Protocolo por parte de su personal en las estaciones y unidades (buses), y los permisos correspondientes para la colocación del mensaje de la campaña.

**AYNES, Amiga Ya No Estás Sola:**

Son parte de la Corporación para la Seguridad Ciudadana de Guayaquil, coordinadamente con Metrovía, revisará la buena implementación del protocolo dentro de la campaña. Encargados de atender línea telefónica 1700 112 112 para dar acompañamiento a la víctima.

**Universidad Casa Grande:**

Como Unidad de Educación Superior y parte impulsora de los Proyectos de aplicación profesional, es una institución imprescindible para la difusión en redes sociales del proyecto.

**10.7. Ejes de acción**

- **Comunicación**

Emprender una amplia campaña de sensibilización al personal del sistema Metrovía por medio de capacitaciones, de educación con activaciones en colegios, y constante material informativa con medios audiovisuales e impresos.

- **Capacitación**

Sensibilizar al personal por medio de una capacitación. Construir aprendizajes socialmente efectivos con una metodología que promueva la integridad de las personas.

**“Una estrategia de sensibilización en género que se dará por medio de capacitaciones al personal”**, con una metodología adaptada al personal del sistema Metrovía para que exista una política de actuación frente al abuso y garantice la efectividad en la aplicación del protocolo.

A continuación se detalla el contenido de la capacitación realizada y más detalles en Anexo 1.

**Tema:** Sensibilización sobre la violencia sexual, para la intervención en la disminución del abuso en el transporte público

**Objetivo:** Reflexionar desde experiencias de abuso, presentando datos, imágenes y experiencias; exponiendo las consecuencias de no atender con eficiencia las acciones que pueden disminuir la violencia de género. Al final el personal debe tener la capacidad de intervenir en la implementación del protocolo.

**Cantidad de participantes por curso:** 30 participantes

**Hora invertida en capacitación:** 1h45

- **Comunicación visual**

Activando una invitación al respeto para lograr un cambio de actitud de los ciudadanos y poner en conocimiento del protocolo para notificar abusos por medio de piezas publicitarias.

- a. Con una comunicación impresa caracterizada por ser masiva e impersonal, utilizada para informar o persuadir al público objetivo.
  - ✓ Implementación en estaciones y buses FAE: Estas estaciones cerraron el mes de junio con tránsito de usuarios de 198.382 personas en estación base Norte/Sur y 13.650 en estación Sur/Norte y de ellos el 70% de ellos llegan y regresan a Durán siendo una estación transitada también por madres y padres de familia que llevan y traen a sus hijos en 2 escuelas a sus alrededores.

- ✓ *Flyers* de ruta: entregados en estación río Daule, estaciones implementadas y dentro de los buses
- b. Con una comunicación digital caracterizada por la inmediatez.
- ✓ Videos informativos e institucionales implementados en pantallas de estaciones y buses
  - ✓ Valla, pantalla digital
- c. Social Media: *Stakeholders*
- ✓ Medios radiales: Jingle y entrevistas

### **10.8. Plataformas publicitarias**

Redes Sociales: YouTube, Instagram, Twitter (*Stakeholders*)

Durante la ejecución del proyecto, se implementaron acciones que no teníamos contempladas:

Se implementaron acciones que no se tenía contempladas, como la activación en escuela Indoalemán. Durante el lanzamiento de la campaña fuimos contactados por la Lcda. Jessica García directora del colegio Indoalemán ubicado en Mapasingue, se coordinó una reunión y nos invitó a formar parte de un evento interno que tendría como tema principal el Respeto; nos pareció interesante intervenir con el tema: “ El respeto en el transporte público” al ser niños pequeños se enfocó en realizar una actividad en la que ellos puedan expresar por medio del dibujo, cómo se sentían sobre este tema y abrir un conversatorio para conocer también cómo se sentían respecto al tema y lo que les gustaría que cambie.

Luego en un mural recopilatorio de la actividad se expuso en el evento general atrayendo la atención de los chicos de todas las edades. Pareció interesante aceptar la actividad, ya que permitió considerar cómo afecta a los más pequeños ver actos de esta naturaleza, por ejemplo: “Cuando una persona molesta a su mamá” y esto fue demostrado en sus trabajos.

### **10.9. Primeros alcances de resultados del monitoreo y evaluación del proyecto**

La campaña se creó con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de ciudadanos para cumplir el objetivo general por el que se concibió; desde el inicio los directivos del sistema de transporte Metrovía se vieron muy entusiasmados con la respuesta de los usuarios con el lanzamiento de la campaña en las estaciones asignadas.

Un buen pitch de comunicación durante un encuentro con el director de Metrovía en una de las estaciones implementadas dio como resultado concretar la reunión que nos permitiría solicitar presupuesto para darle fuerza a la campaña Súbete y Súmate.

La campaña con su lanzamiento tuvo una respuesta positiva de parte de los usuarios obteniendo una gran acogida y participación, hubo interacción por medio de preguntas y se notó admiración ante la entrega de información por medio de *Flyers*, ya que desconocían que existía un protocolo. Vendedores informales que trabajan en los alrededores de las estaciones, decidieron sumarse y ayudar a difundir la información.

Otra de las actividades que se logró con la ejecución de la campaña es que el proyecto fue invitado por la Dra. Miriam Estrada, *Chair of Working Group on Arbitrary Detentions (United Nations Human Rights)* a formar parte de la publicación de un libro que presentará AYNES contra la violencia, el mismo que se lanzará el 25 de noviembre, día declarado por la ONU para la “Eliminación de la violencia contra la mujer”. Por medio de la publicación se evidenciará frente a un organismo internacional el trabajo realizado en un espacio público

que forma parte de la cotidianidad de las personas y que debe mucho a la lucha contra el abuso.

Además del alcance logrado con los *Stakeholders*: AYNES, Metrovía, Universidad Casa Grande, por medio de sus redes sociales, logrando una difusión e interacción amplificando de esta manera la difusión de nuestra campaña.

#### **10.10. Contraparte que nos permitirá dar sostenibilidad a la iniciativa**

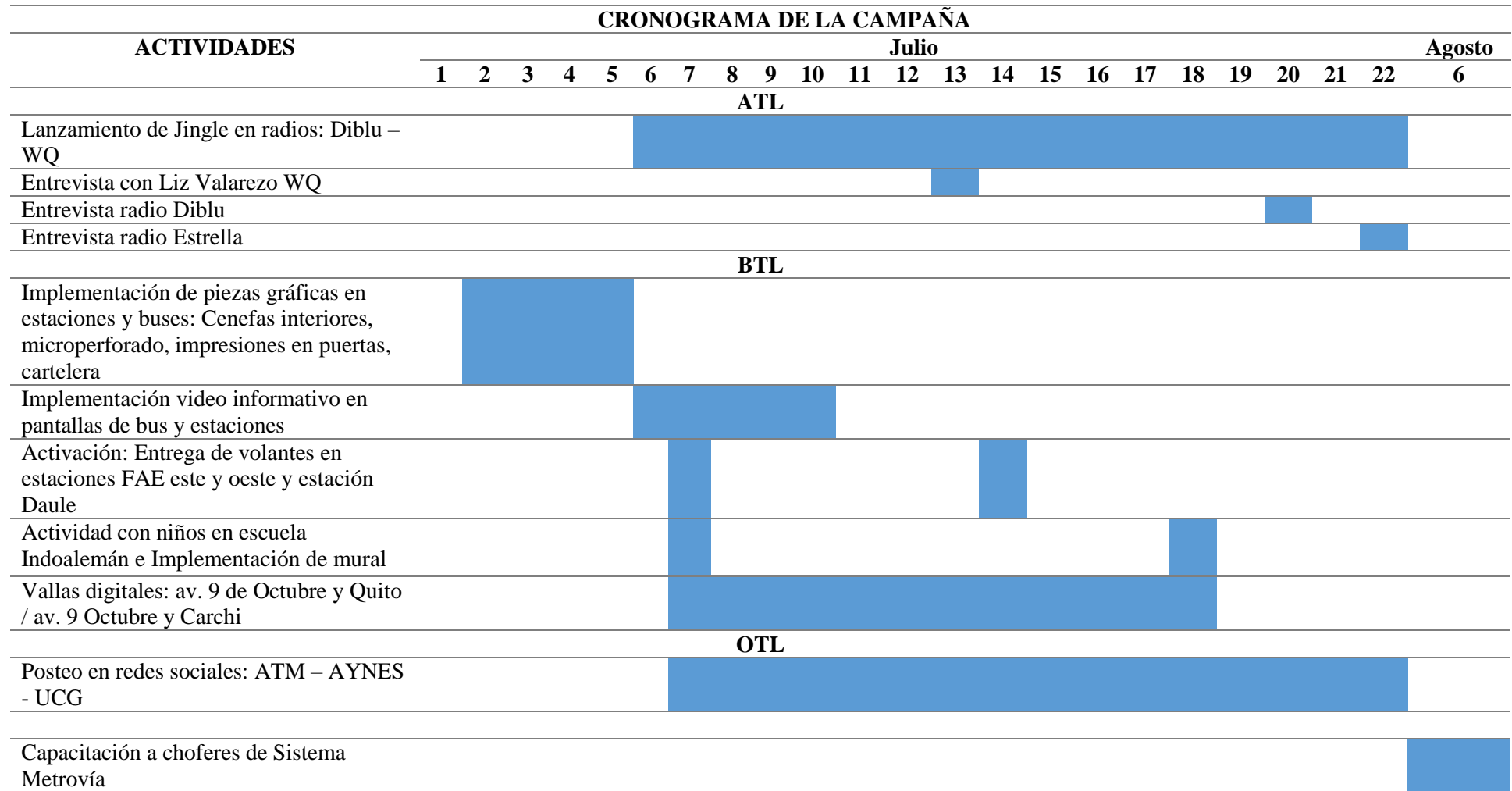
En el camino recorrido a lo largo de nuestro proyecto, tuvimos el apoyo constante de nuestros *Stakeholders*, sin embargo, queremos destacar el compromiso de las instituciones, Metrovía que partiendo de esta iniciativa dará continuidad y refuerzo al protocolo de acción ante abuso, AYNES mantendrá su mirada en la Metrovía como apoyo constante en situaciones de abuso.

Como contraparte también, hemos sido invitados por la Dra. Miriam Estrada, *Chair of Working Group on Arbitrary Detentions (UNITED NATIONS HUMAN RIGHTS)* a formar parte de la publicación de un libro que presentará AYNES contra la violencia, el mismo que se lanzará el 25 de noviembre, día declarado por la ONU para la “Eliminación de la violencia contra la mujer”

A nuestra contraparte, Metrovía y AYNES les socializaremos, una copia del presente proyecto, así con ellos podrán conocer, los hallazgos y recomendaciones, que les darán luces para dar continuidad a este propósito.

### 10.11. Cronograma de implementación

Tabla 7 Cronograma de implementación



Fuente: Elaborado por los autores

## 10.11. Presupuesto

Tabla 8 *Presupuesto*

DESCRIPCIÓN	Material	ancho	alto	total M2	Cantidad	Valor impresión	Implementación y desinstalación	Subtotal	Iva	Total
<b>Diseño, Arte y adaptación de piezas</b>								\$1.200,00	\$ 144,00	\$ 1.344,00
<b>Puertas</b>	Lona 12 oz	1,5	2,3	3,45	4	248,4	165,6	\$ 414,00	\$ 49,68	\$ 463,68
<b>Artes parabrisas buses</b>	Microperforado	2,2	1,1	2,42	2	121	116,16	\$ 237,16	\$ 28,46	\$ 265,62
<b>Interiores Bus</b>	Vinil laminado	1,27	6	7,62	2	274,32	182,88	\$ 457,20	\$ 54,86	\$ 512,06
<b>Cartelera</b>	Cartulina A3	0,45	0,32		15	75		\$ 75,00	\$ 9,00	\$ 84,00
<b>Imprenta, flyers</b>	Papel couche 90g	A4			6000	185		\$ 185,00	\$ 22,20	\$ 207,20
<b>Implementación escuela</b>	Materiales: cartulina, lápices, impresión de vinil para pared	2	1,5	3		69	72	\$ 141,00	\$ 16,92	\$ 157,92
<b>Pauta en 2 Pantallas Led en Av. 9 de Octubre</b>										\$ 2.000,00
<b>Producción audiovisual desarrollada</b>										\$ 6.500,00
<b>Jingle 30", pista creada, música, masterización y pauta</b>										\$ 1.200,00
<b>Total</b>										<b>\$12.734,48</b>

Fuente: Elaborado por los autores



## **11. SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LA GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y STAKEHOLDERS PARA LA DIFUSIÓN MEDIÁTICA DE LA CAMPAÑA SÚBETE Y SÚMATE.**

El presente trabajo es una sistematización de la experiencia de la estrategia de relaciones públicas que se realizó para la difusión de la campaña Súbete y Súmate, que fue concebida con el objetivo de contribuir a la disminución de la violencia de género en el sistema de transporte público, Metrovía. La sistematización recoge el trabajo realizado durante los meses de abril a agosto, tiempo en el cual tuvimos que enfrentar varios factores adversos, inclusive un paro nacional en protesta por las medidas gubernamentales, pero que, a pesar de esto, logramos ejecutar.

La sistematización de esta experiencia, pretende mostrar el proyecto, sus vivencias, aprendizajes y hallazgos.

En el proyecto Súbete y Súmate, contamos con componentes que han sido engranes claves de esta campaña de carácter social, el relato de esta experiencia parte de la idea central que nació ante la problemática actual de violencia de género, al aterrizar la idea y hacer una exploración con personas cercanas, concluimos que podíamos enfocarlo en la Metrovía, la exploración fue un punto de partida que generó en primera instancia el deseo de contribuir en el cambio de esta realidad, hasta la ejecución de la campaña misma en buses, estaciones, pantallas, medios en general, y la capacitación al personal de la Metrovía, responsable de ejecutar un protocolo de acción ante situaciones de abuso.

Estos momentos de éxito, nos han permitido conocer más holísticamente el problema, las causas y posibles soluciones o vías de mejora que nos permitan llevar el mensaje a la sociedad, el proyecto anhelaba erradicar la violencia de género en la Metrovía, como propósito inicial, sin embargo, en el camino pudimos entender que la problemática es mayor y que el problema es de raíz profunda, es decir, podemos contribuir a la disminución del

problema, a que las mujeres no callen, podemos contribuir a lograr que hombres y mujeres realicen un pacto de respeto que genere esa realidad que todos deseamos.

El desafío era llegar a las personas claves, y con ello construir un camino que nos permita difundir el mensaje a un mayor espectro de personas, para esto nos valimos de aliados estratégicos o *Stakeholders*.

### **11.1. Reconstrucción de la experiencia**

Nuestra experiencia parte del interés en participar de este proyecto, luego enfocarlo en la transportación pública como una necesidad común. Se desarrolló una campaña de comunicación, con un objetivo principal: la disminución de la violencia de género, que incite a abrazar la idea de respetarnos, haciendo un pacto, donde retiremos la conducta machista y desnaturalicemos los actos de abuso sexual en la sociedad. El diseño incluso de los iconos de campaña se centra en un pacto. Para todas estas intervenciones e implementaciones tuvimos que mantener los lineamientos de la entidad que acogió la campaña, la Metrovía, quienes poseen sus propios estándares que debíamos respetar. Al final, logramos ejecutar una campaña que nos invita a ser parte de la solución al problema, a actuar, a cambiar.

Participamos como equipo entregando volantes informativos, colocando las gráficas en puertas de las estaciones, buses, pantallas, redes sociales propias y de *Stakeholders*. Se difundieron frases en radio y se logró entrevistas como acción principal de relaciones públicas.

Como parte importante de la campaña, la capacitación fue la oportunidad de detectar las necesidades de las personas a cargo de ejecutar el protocolo, ya que el contenido enseñaba desde los artículos de la ley que hablan del abuso, los procedimientos a seguir en estos casos, y permitió un espacio de intercambio para conocer la realidad que se da en el día a día en torno al tema en este sistema de transporte.

Una parte fundamental en el desarrollo del proyecto, fueron las estrategias de relaciones públicas enfocadas primero en lograr la participación de *Stakeholders* y luego, la difusión de este esfuerzo como noticia. A continuación, se detalla las acciones de relaciones públicas dirigidas a estos dos grupos clave.

- ***Stakeholders***

Han sido las partes interesadas en este proyecto, indispensables para su ejecución; siendo parte activa de la campaña para disminuir la violencia de género. La información dada por nuestros *Stakeholders* ha sido importante para entender el tema a desarrollar.

Gracias a la primera fase investigativa, y una vez definido nuestro punto de partida, tocamos la puerta de la Fundación Metrovía, como actor principal para la ejecución de la campaña. Ellos, además, fueron quienes nos conectaron con otro de los actores clave, AYNES, que, aunque previamente barajamos nombres de instituciones que día a día luchan por los derechos de las mujeres y que velan por la seguridad de las mismas, Metrovía enfatizó que debíamos comenzar con la conexión con AYNES, ya que es la institución municipal que trabaja en conjunto con la Metrovía y, a su vez, con relación directa a ANT y Municipio de Guayaquil.

El primer acercamiento se dio con el director de Metrovía el Ec. Bolívar Valarezo quien nos dio el apoyo necesario para conocer cómo podríamos llevar a cabo este esfuerzo en alcance, tiempos, espacios. Luego, se realizó un trabajo intenso de la mano del departamento de comunicaciones de la entidad con la Lcda. Mabel Litardo, quien dio soporte para la revisión y aprobación de piezas entre Metrovía y Comunicaciones ATM.

El director de la fundación Metrovía, nos dio otro acercamiento con la Lcda. Gina Galeano, Directora de Amiga ya no estás sola (AYNES), quien fue fundamental para la

entrega de información del protocolo trabajado con varias entidades públicas para disminuir la violencia de género dentro del transporte público Metrovía. Se trabajó de la mano con la Srta. Daniela Reinoso, asistente y operadora de Amiga ya no estás sola, en la Corporación para la Seguridad Ciudadana – CSCG, quienes manejan el Call Center de este proyecto.

Metrovía, CSCG y AYNES fueron nuestros *Stakeholders* comprometidos en darnos el soporte para que la información a difundir sea la correcta.

Para la implementación de la campaña requeríamos aliados que nos ayuden a materializar nuestras ideas, fue así como a través de nuestra gestión, motivados e interesados por contribuir con nuestra campaña, trabajamos de la mano de Thalie Valencia, de Fly Casa creativa, en la generación de nuestro jingle, video con audio y silente, así como el video de la capacitación, conversamos con Nathalie Areco, de Estudio Media Global, quienes estuvieron detrás de la creación de contenido y pantallas led, así como la producción del guion de la capacitación, y Ají Estudio de diseño, quien fue nuestro aliado en la impresión e instalación de gráficas en puertas, buses y espacios asignados por la Metrovia, juntos fueron nuestros *Stakeholders* ejecutores para la implementación de la campaña.

### **11.3. Análisis del proceso**

El conjunto de acciones que forman parte de la campaña: entrevistas, vallas, buses, puertas, pantallas, cuñas radiales, redes sociales, capacitación, contribuye a la sociedad con mensajes positivos. Cada mensaje logrado a través de cada medio de difusión, es un aporte a favor de nuestro objetivo de contribuir a la disminución de abuso a las mujeres en el sistema de transporte Metrovía. A través de boletines de prensa y llamadas, logramos que diferentes medios se interesaran por el tema y fuimos invitados a participar en programas radiales de emisoras tales como WQ Radio, Radio Estrella y Diblu. En una de las entrevistas nos

consultaron acerca de la inspiración de la campaña, pues fue considerada como llamativa y atractiva, coincidían en que era un gran aporte a la comunidad.

La campaña contagió al público en general, pero profundizamos además acerca de la problemática que existe y que en muchas ocasiones no hay un seguimiento a los casos. Reflexionamos acerca de que el trabajo es arduo, que se requiere involucramiento de las autoridades, sensibilización de todos, concientización de la sociedad.

#### **11.4. Principales hallazgos**

Una vez respondidas muchas interrogantes, nació Súbete y Súmate, que con todo el aprendizaje y la experiencia entendimos que podemos contribuir a disminuir el problema, pero que el camino aun es largo para erradicarlo, a pesar de haber recibido desde el inicio el apoyo de entidades públicas, el problema existe, y se debe hacer más, y de forma constante y consistente.

Entendimos que no hay un mensaje claro acerca de lo que es el abuso, que muchas veces existe abuso, pero que no es percibido como tal, descubrimos la falta de confianza en el sistema de justicia, conocimos los temores de las mujeres al subirse al bus y la inseguridad que sienten.

**Metrovía**, constituyó el primer acercamiento que hicimos, siempre tuvieron la disposición de contribuir a nuestro proyecto. Nuestra primera reunión se dio en el mes de junio, y desde ese mismo instante se mostraron interesados en contribuir. A lo largo de la planificación mantuvimos una serie de reuniones y ante cada situación, íbamos dando forma al proyecto. Los directivos de la Metrovía siempre estuvieron de acuerdo, brindando su apoyo con su gestión y mediante las reuniones realizadas.

Su apoyo, además de abrirnos las puertas para dialogar sobre el tema, se tradujo en la difusión a través de vinilos en las puertas de la Troncal FAE, en la colocación de videos en pantallas de las estaciones de mayor tránsito, así como la colocación de letreros de la campaña en dos buses durante el mes de julio 2022, periodo en el cual además realizamos entrega de volantes informativas en buses y estaciones.

En la primera reunión con el Economista Bolívar Valarezo, nos comentaba, que es una preocupación para los directivos de la Metrovía la inseguridad que se vive, y que existen protocolos de acción para denunciar estos actos de abuso, sin embargo, también reconoció que existe una saturación de pasajeros en los buses y estaciones, ya que las unidades no abastecen la cantidad de pasajeros que se trasladan hoy en día y que la Metrovía está al tanto de este punto a mejorar.

**AYNES:** Brindaron una completa disposición e involucramiento en el proyecto, la Lcda. Gina Galeano Directora, nos recibió en las oficinas de Amiga ya no estás Sola, que es la unidad municipal para combatir la violencia contra las mujeres. Entre sus comentarios, ella destacó que las agresiones físicas son el mayor detonante de las denuncias, estas siguen siendo el factor que moviliza a las mujeres para buscar ayuda y denunciar, sin dejar de lado que también existe violencia psicológica, que causa en muchas ocasiones problemas mayores ya que las víctimas, al ser mentalmente violentadas, les perjudican su estabilidad emocional, y podría más adelante generar problemas psicológicos de mayor efecto.

Metrovía y AYNES, compartieron con nosotros datos estadísticos de la violencia de género y con tristeza pudimos notar que las denuncias existen pero que en el 90% de los casos, las víctimas abandonan la denuncia.

**Medios:** Dentro de la gestión de relaciones públicas, en la búsqueda de medios que apoyen nuestro proyecto, lo cual no fue una tarea sencilla, pudimos notar en alguna ocasiones, el desinterés que existe a nivel de la sociedad acerca de un tema importante, y a la vez controversial como lo es la violencia de género, el abuso a las mujeres en el sistema de transporte, a pesar de esto la finalidad era obtener el apoyo de quienes pudieran mostrarse interesados, una de las radios que mostró interés en nuestra campaña, fue Dibli, luego de conversar con Diego Arcos, quien se mostró muy atento a conocer del proyecto, obtuvimos espacios para la colocación de cuñas rotativas, hubo un acercamiento amable, lamentablemente la entrevista no se concretó, Mario Bolívar Manzano de Radio Estrella, nos invitó a ser parte de sus programas con entrevistas, Liz Valarezo de WQ radio nos brindó un espacio matutino en su programa de entrevistas, entre otros medios, tales como vallas en vía pública, conversamos con Ricardo Martínez, y obtuvimos presencia durante el mes de julio, en las vallas de la vía pública, ubicadas en las calles, Quito y 9 de Octubre, Quito y Chile, la experiencia fue muy enriquecedora ya que los medios se mostraron muy interesados en el tema, de alguna manera todos somos parte de este problema social que atañe a las mujeres en su día a día, en espacios públicos tales como calles, avenidas, veredas, sistemas de transporte.

A continuación, nuestro boletín de prensa:

Guayaquil, 7 de julio de 2022

Me Sumo, es un Proyecto que busca contribuir al mejoramiento de la libertad, movilidad, participación y desarrollo de las mujeres en la sociedad, teniendo como propósito la disminución de la violencia de género a mujeres en los sistemas de transporte público de la ciudad de Guayaquil.

El proyecto busca además la concienciación de la ciudadanía, a sumarse al pacto de respeto mutuo en los espacios de transporte público y por consecuencia en la vida misma.

Consta de una campaña audiovisual, en paradas estratégicas, información en canales digitales y masivos que han contribuido con la misma.

Este proyecto es de carácter social y se desarrolla sin fines de lucro, el cual ha obtenido el apoyo de importantes instituciones, tales como Metrovía de Guayaquil, Alcaldía de Guayaquil, Agencia de tránsito municipal; ATM, Amiga ya no estás sola AYNES, y el aval de la Universidad Casa Grande. La Universidad Casa Grande cada año, realiza un proceso de titulación denominado Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) gestionado por estudiantes egresados para la obtención de su título de grado.

Los estudiantes, Juan Carlos Pérez Lavayen, Mario Rafael Díaz Pazmiño, Fátima Pacheco Romero, Cynthia Elizabeth Lambertucci Álvarez, Humberto Xavier Pacheco Guevara, se encuentran actualmente ejecutando el Proyecto de Aplicación Profesional ME SUMO.



## 12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como conclusión general, el proyecto cumplió sus objetivos. Haciendo un recuento de cada etapa, es importante destacar que la etapa de investigación fue muy enriquecedora, conversar con mujeres que son madres, tías, abuelas, hermanas, y que en cada una de ellas se refleja la desconfianza, el temor, la inseguridad, al creer que no existe un sistema judicial confiable. Que gracias al machismo, se han normalizado abusos, y que la sociedad hoy en día, no reconoce, ni identifica los abusos, que no existen límites para quienes tristemente consideran normal decir frases disfrazadas de halagos que no son deseados, caricias que dicen ser involuntarias que se convierten en abuso, la realidad es que en la mayoría de casos, las víctimas no los denuncian, debido a una carencia de conocimiento respecto a las vías de ayuda y apoyo, estas personas desconocen que hay líneas gratuitas de auxilio, ante estas y otras modalidades de violencia de género en nuestro país, y aunque en las entrevistas y encuestas logramos darles a conocer que existen vías de apoyo, su desesperanza va más allá, con anterioridad, han experimentado una desatención a su situación, que muchas veces termina en un archivo o en una estadística. Hay mucho por trabajar para la toma de conciencia acerca de este problema, en el cual es imposible no involucrarse, ya que es parte diaria y de la sociedad misma.

Me encantó ser parte de este proyecto, involucrarme y servir de apoyo y tener escucha activa para cada una de las personas, quienes tal vez solo necesitaban una amiga pasajera de la vida, que les dé luz ante su situación, ya que sienten la carencia de respaldo. Muchas al dar sus versiones comentan que sus agresores las tildan de provocadoras, o responsables, por transitar solas, a altas horas, con ropa ajustada, o simplemente por ser mujeres. Estas mujeres que tienen su propia historia, quienes en ocasiones sienten que, siendo agredidas, la sociedad las convierte en culpables. Además, reunirse con los *Stakeholders*, sentir su apoyo, así como

el apoyo de los medios que nos respaldaron, muestran la aceptación e interés por contribuir con nuestro objetivo.

La campaña de comunicación *Súbete y Súmate*, nace de la investigación realizada, de las entrevistas y observación de campo, inicialmente nuestro objetivo era erradicar la violencia de género, pero al entrar a esta problemática, entendimos que podemos contribuir a la disminución de la violencia, que nuestros esfuerzos por más pequeños que sean; suman, pero entendemos también que necesitamos ser más los que sumen, que hace falta profundizar socialmente, ya que es un tema de raíz, que está instaurado y que si bien es un gran problema social, todo esfuerzo suma.

Citamos a Marilyn Urrestro (2022) “Guayaquil debe construir un modelo de ciudad con enfoque de género. Este debe pensarse, componerse y transformarse desde las experiencias, necesidades y derechos de las mujeres a habitar y vivir en una ciudad libre de cualquier tipo de violencia”. Creemos que esta frase se alinea a los objetivos de nuestro proyecto, ya que *Súbete y Súmate* enfoca sus objetivos a concienciar y contribuir a la disminución de la violencia de género en el Sistema de transporte público Metrovía.

Durante la ejecución del proyecto encontramos que hay mucho por trabajar, que la campaña ejecutada *Súbete y Súmate*, realmente contribuyó con la toma de conciencia anhelada, que pudimos lograr que conductores, guardias, usuarios y usuarias conozcan el protocolo, que conozcan las vías para notificar el abuso, que conozcan que existen centros de apoyo para estos casos, pero también encontramos que los recursos son escasos, que la predisposición existe, también entendimos que una campaña social de esta magnitud, que pretende entrar en la conciencia ciudadana, requiere mayor orientación de esfuerzos y recursos. Comprendimos que la implementación de campaña, las entrevistas, el material gráfico y audiovisual, así como las capacitaciones, y todo lo relacionado al proyecto, fueron

esfuerzos positivos, que de la ejecución del mismo sacamos mucho aprendizaje, y que el camino por recorrer aun es largo y requiere de la participación de todos.

### 13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Guayaquil. (2022, marzo 7). *Protocolo contra el acoso a las mujeres en transporte público ha permitido judicializar 24 casos*. Retrieved from <https://www.guayaquil.gob.ec/protocolo-contra-el-acoso-a-las-mujeres-en-transporte-publico-ha-permitido-judicializar-24-casos-2/>
- Código Orgánico Integral Penal. (2021). Retrieved from [https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/EQU/INT\\_CEDAW\\_ARL\\_EQU\\_18950\\_S.pdf](https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/EQU/INT_CEDAW_ARL_EQU_18950_S.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020, 11 24). *Preocupa la persistencia de la violencia contra las mujeres y las niñas en la región y su máxima expresión, el feminicidio o femicidio*. Retrieved from <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-preocupa-la-persistencia-la-violencia-mujeres-ninas-la-region-su-maxima-expresion>
- El Telégrafo. (2011, 11 25). *Ocho de cada diez mujeres son víctimas de violencia*. Retrieved from <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/zoo/1/ocho-de-cada-diez-mujeres-son-victimas-de-violencia>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2011, 11 16). *Encuesta Nacional de Violencia de Género contra Mujeres*. Retrieved from [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/sitio\\_violencia/presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/sitio_violencia/presentacion.pdf)
- Organización de Naciones Unidas. (2020). *Declaración sobre la eliminación de la violencia contra la mujer*. Retrieved from <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/declaration-elimination-violence-against-women>
- Sistema de Transporte Metrovía. (2021). Guayaquil.

UNICEF. (2020, diciembre 10). *La violencia contra niñas, niños y adolescentes tiene severas consecuencias a nivel físico, psicológico y social*. Retrieved from

<https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/la-violencia-contra->

[ni%C3%B1as-y-adolescentes-tiene-severas-consecuencias-nivel](https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/la-violencia-contra-ni%C3%B1as-y-adolescentes-tiene-severas-consecuencias-nivel)

Urrestro, M. (2022). *Indómita*. Retrieved from <https://indomita.media/guayaquil-derecho-ciudad-mujeres/>

## 14. ANEXOS

### Anexo 1. Desarrollo de la Capacitación

#### Introducción

Existe un problema en nuestra sociedad, la violencia de género, que nos afecta a todos en menor o mayor medida, donde las víctimas principalmente son mujeres. El transporte público es un espacio donde este problema se repite con frecuencia. Como Metrovía, también estamos afectados por estos actos...

#### ¿Qué es la violencia de género?

**La ley define como cualquier acción o conducta, basada en su género, que cause muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico a la mujer, tanto en el ámbito público como en el privado”.**

#### ¿A qué se le considera abuso?

Una agresión sexual o **abuso**, se refiere a cualquier contacto sexual no deseado. Sucede cuando alguien te fuerza o presiona (sea física o emocionalmente) a que hagas alguna cosa de tipo sexual.

#### ¿Qué dice el artículo Art. 170? - Tipificado por la ley?

La persona que, en contra de la voluntad de otra, ejecute sobre ella o la obligue a ejecutar sobre sí misma u otra persona, un acto de naturaleza sexual, sin que exista penetración o acceso carnal, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años. **Art. 170**

Como sistema de transporte público Metrovía, hemos decidido contribuir a la disminución de este problema y estamos llevando a cabo una campaña que guíe a la población a cómo actuar en caso de ser víctimas de un abuso.

**1. A quien notifica la presunta víctima cuando el hecho ocurre en los siguientes lugares:**

- a. En las estaciones o terminales de integración, de Metrovía a los Guardias de Seguridad, son los llamados a reportar por radio el suceso al centro de monitoreo de la Agencia Metrovía -SCCTV-
- b. Cuando el hecho ocurre en el bus durante el recorrido al Conductor, quien activará de manera inmediata el botón de abuso/acoso (Panel del vehículo). Activándose la alerta en el centro de monitoreo de la Agencia Metrovía.

**2. ¿Qué ocurre luego de la alerta en el centro de monitoreo de la Agencia Metrovía y como se procede?:****a) Si la incidencia se reporta desde las estaciones o terminales de integración de Metrovía por los guardias de seguridad:**

El guardia debe identificar al presunto agresor con la finalidad de retenerlo dentro de la parada (hasta que llegue el personal de Policía Nacional). Además de cumplir con los siguientes pasos: Debe llamar a la línea gratuita AYNES 1800 112 112 para reportar el hecho.

Facilitar a la operadora de AYNES los nombres y número de contacto de la presunta víctima.

Realizar de forma inmediata el monitoreo en el siguiente paradero.

Y por último descargar imágenes o videos en caso existan y entregarlas a las autoridades.

**b) Si la incidencia se reporta por el conductor del bus Metrovía:**

Este debe contactar con el guardia de seguridad de la parada más próxima para alertar sobre el evento.

El guardia debe identificar a la presunta víctima y al presunto agresor con la finalidad de retenerlos dentro de la parada (hasta que llegue el personal de Policía Nacional)

El guardia deberá seguir el protocolo y deberá llamar a la línea gratuita AYNES 1800 112 112 para reportar el hecho.

De la misma manera facilitará a la operadora de AYNES los nombres y número de contacto de la presunta víctima.

Se mantendrá alerta e informará de forma inmediata al siguiente paradero para que puedan monitorear el hecho.

Hará la descarga de imágenes o videos en caso de que existan para ser entregadas a las autoridades respectivas.

### **3. Si la incidencia se reporta con el guardia de seguridad de la parada:**

El guardia solicita los datos de la presunta víctima (nombres completos y número de contacto telefónico personal o de algún familiar cercano, en el caso de no tener un número propio).

Debe facilitar los datos de la presunta víctima al operador del centro de monitoreo del sistema Metrovía.

Debe mantenerse junto a ella y al presunto acosador/agresor hasta la llegada de la Policía Nacional.

### **PROTOCOLO GENERAL DE AYNES ANTE UN INCIDENTE**

Llamar a operadoras de la línea de AYNES 1800 112 112:

Ellos coordinan la presencia de la Policía Nacional en el sitio.

Posteriormente la Policía Nacional informa al equipo de atención especializada de AYNES para brindar el soporte psicológico y legal a la víctima.

La Policía Nacional procede interponiendo ante juez competente de flagrancia a los presuntos agresor y víctima.

El equipo especializado de atención de AYNES continúa con el proceso. Se establece un mecanismo de seguimiento y evolución que permita mantener informado al administrador de la Agencia Metrovía sobre cada caso.

**¡SÚBETE Y SÚMATE!!!!!!**