

## **INTRODUCCION**

Con el propósito de evaluar la campaña sobre la agresión y la violencia doméstica, promovida por la Oficina de la Primera Dama de la República y el Centro de Mujer y Familia, se realizó un estudio cuantitativo a nivel nacional, como parte de la Encuesta Omnibus realizada entre finales de noviembre y principios de diciembre del año 1995.

El estudio atendió los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar el nivel de recordación de la campaña a nivel general y en relación con cada uno de los comerciales.
2. Conocer el mensaje o idea principal que transmite dicha campaña, así como los aspectos que mayormente se recuerdan.
3. Indagar sobre los medios de comunicación en los que ha sido vista, oída o leída la campaña.
4. Conocer la opinión general de la campaña.
5. Determinar el nivel de conocimiento sobre los patrocinadores de dicha campaña.

Estos objetivos fueron alcanzados mediante la inclusión de un bloque de preguntas en la Encuesta Omnibus. Los aspectos metodológicos se detallan a continuación.