



EL PRESENTE DOCUMENTO CONTIENE DATOS PERSONALES IDENTIFICATIVOS, POR LO QUE SE EMITE EN VERSIÓN PÚBLICA DE CONFORMIDAD CON LOS ART. 2 FRACC. V, 4 FRACC. V Y VI, 20 Y 21, DE LA (LTAIPEJM) Y LINEAMIENTO QUINCUAGÉSIMO OCTAVO, FRACCIÓN I, DE LOS (LGPICR)

Guadalajara Jalisco a, 31 de Mayo de 2018

INFORME CUALI/CUANTITATIVO

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre del Profesional: María Bibiana Báez Gómez.

Nombre de la IMEF: Instituto Jalisciense de las Mujeres.

Entidad: Jalisco.

Municipio/s: Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, El Salto y Tlajomulco de Zúñiga.

Nombre del proyecto: "Alerta de Género"

Nombre de la meta: Acción 7 estrategia territorial corta la violencia contra las mujeres en estéticas y o salones de belleza.

ANTECEDENTES

En el 2016 y 2017 se implementó la campaña de prevención y atención de la violencia contra las mujeres denominada "Corta la violencia", se construyó pensando en incidir en espacios estratégicos, fue así como se eligieron los salones, centros y estéticas de belleza; lugares a los que habitualmente y de manera cotidiana acuden mujeres, interactúan con otras mujeres, generan lazos de confianza, e incluso utilizan estos espacios para compartir situaciones personales que pueden derivar en manifestaciones de violencia que viven en el hogar.

Con esta acción se buscó a través de talleres, concientizar al personal. Con esta acción se buscó a través de talleres, concientizar al personal que labora en estéticas, para desnaturalizar la Violencia contra las mujeres.

La actividad se llevó a cabo en las instalaciones de las estéticas, ubicadas en las colonias de acuerdo al Mapas del Estudio de opinión sobre violencia comunitaria realizado por el Instituto Jalisciense de las Mujeres en los municipios desde Zapopan,



Guadalajara, Tlajomulco de Zúñiga, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá y El Salto. Se encontró una respuesta favorable y un gran interés por el personal que dirige las estéticas, centros y salones de belleza.

En el ejercicio 2017, en la operación de la estrategia “Corta la violencia contra las mujeres”, se impartieron talleres en un total de 335 estéticas en las cuales se capacitaron a 583 personas, 502 son mujeres y 81 hombres, se identificó que las mujeres que acuden a las estéticas generan un vínculo de confianza con el personal que atiende y comparten sus historias personales, es por ellos que se considera un excelente espacio de prevención y apoyo para compartir información oportuna.

a. JUSTIFICACIÓN

En las visitas que se realizaron en varios municipios de la zona metropolitana, se identificaron grandes cantidades de estéticas y centros de trabajo, la mayoría de ellas manejada o atendida por mujeres las cuales manifestaron que son su medio de trabajo, además de ser jefas de familia. Coincidieron en que la mayoría de sus clientes han vivido alguna situación de violencia, la mayoría en el núcleo familiar, además comentaron que se relacionan íntimamente la carencia económica y/o alguna adicción, con los tipos de violencia.

Algunas de las colonias en las que se llevaron a cabo las capacitaciones “Corta la Violencia”, hicieron mención de antes no tener idea de los tipos de violencia que existían y mucho menos de haberlos reconocido de manera personal ya que nunca se hacen un auto-análisis.

Se espera formar multiplicadores/as que cuenten con información para la detección y prevención de la violencia contra las mujeres, así como que cuenten con la información necesaria para identificar a las instituciones o lugares que ofrecen apoyo y servicios, considerar los riesgos y contar con un plan de seguridad.



Con el propósito de impulsar una red de promotores/as de la violencia contra las mujeres, es necesario que sigamos trabajando en la estrategia territorial “Estéticas de belleza por la prevención de la violencia contra las mujeres”, continuando con la promoción de una cultura de prevención de la violencia en espacios de uso cotidiano de las mujeres a través de los cuales las y los participantes identifiquen la violencia y les sea posible canalizar a lugares y centros de apoyo a las mujeres a quienes brindan algún servicio.

b. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General:

Proporcionar al personal de los salones, centros y estéticas de belleza ubicados en las colonias identificadas con mayor índice de percepción de violencia de acuerdo a los Mapas del Estudio de opinión sobre violencia comunitaria de los municipios de Zapopan, Guadalajara, Tlajomulco de Zúñiga, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá y El Salto los conocimientos necesarios en temas de sensibilización en género, tipos y modalidades de violencia, derechos de las mujeres y servicios de atención y ayuda que brinda el estado para que sean capaces de replicar la información con las usuarias que acuden a recibir servicios.

Objetivos específicos:

- Sensibilizar mediante una capacitación al personal que labora en los centros de trabajo que serán objeto de intervención a través de un taller de capacitación donde se les brindará la información sobre prevención de violencia los tipos y modalidades de violencia que existen, para que al atender y entablar comunicación con una usuaria, puedan identificar si la persona está viviendo una situación de violencia o está en riesgo de padecerla.



- Informar al personal del centro de trabajo sobre los derechos de las mujeres.
- Incrementar la identificación de víctimas de violencia o en riesgo de padecerla, por medio de orientaciones en los salones de belleza, informándoles a las usuarias a dónde pueden acudir para solicitar servicios de atención y ayuda.
- Difundir los servicios especializados del gobierno estatal a mujeres en situación de violencia.
- Incrementar e Impulsar a través del seguimiento la red de promotores/as por la prevención de la violencia contra las mujeres que se creó con las estéticas que ya se visitaron.

c. METODOLOGÍA

Por tercer año consecutivo la ejecución de la estrategia está dirigida a las personas que son dueñas o laboran en estéticas, salón de belleza o lugares donde aplican uñas en las colonias señaladas en el “Estudio de Opinión de Violencia Comunitaria en la Zona Metropolitana de Guadalajara”, este año se regresara a las estéticas visitadas anteriormente para dar seguimiento y proporcionar material de difusión. Por primera vez se visitaran las colonias colindantes a las anteriormente visitadas por lo que se propone una metodología participativa, práctica y reflexiva que permita instalar en la población objetivo las capacidades y habilidades necesarias para poder proporcionar a sus usuarias la información referente a las instituciones que atienden a mujeres en situación de violencia por lo que se trabajara de la siguiente manera:

Se realizara una planificación mensual así como semanal de las colonias y estéticas que serán visitadas, posteriormente se realizara un recorrido territorial con la finalidad de ubicar físicamente estéticas dentro del perímetro a trabajar. Posteriormente los profesionistas que cuentan con gafetes de identificación abordan a las personas que ahí laboran para explicarles el motivo de su visita, sea por razón de seguimiento (en las estéticas que ya se habían visitado anteriormente) o por primera vez.



En el primero de los casos, los de seguimiento, se hará una retroalimentación de si les fue de utilidad la capacitación brindada por parte del personal del Instituto Jalisciense de las Mujeres y se les proporcionara material informativo impreso tales como manuales de servicios del Instituto jalisciense de las mujeres y de las campañas con las que cuenta el Instituto.

En cuanto a la dinámica utilizada con los salones de belleza que se visitaran por primera ocasión los profesionistas abordaran al personal de las estéticas y se identifican con el gafete que se les proporcionara por parte del Instituto Jalisciense de las Mujeres, posteriormente se les harán saber las generalidades de la estrategia: antecedentes, finalidad, los temas que se comentaran, el tiempo de duración y el material que integra el kit que se entrega al final.

Si el personal está de acuerdo en participar en la estrategia se les solicitará a las y los participantes que se registraran en una lista como medio probatorio. Para posteriormente desarrollar la charla comentando, la diferencia entre sexo y género, el concepto de la violencia de género, los tipos y modalidades de la violencia, ciclo de la violencia, plan de contingencia, que hacer si se vive violencia, el cómo se puede sentir una mujer que vive violencia, qué hacer cuando se detecta que una mujer está en situación de violencia, instituciones que ofertan asesoramiento y atención a mujeres en situación de violencia. La charla se desarrolla buscando generar empatía entre las personas participantes y el tema, ejemplificando los conceptos y buscando que cometen su experiencia acerca del tema.

Una vez concluida la capacitación se aplicara un cuestionario de satisfacción a él o la participante de la actividad formativa con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción de las personas participantes. Lo cual permitirá identificar áreas de mejora que posibiliten corregir aspectos en futuras ediciones de la actividad, aclarar dudas respecto a la acción formativa o evidenciar que se han cumplido las expectativas.

Antes de finalizar se les hace la invitación a pertenecer a la Red de promotoras y promotores de la prevención de la Violencia contra las Mujeres. Si aceptan, se les explica que es posible que se comuniquen con ellas o ellos para ofertarles cursos, talleres acerca del tema.



Al finalizar se entrega un kit que contiene, guías para promover la prevención de la violencia, trípticos informativos, violentómetros, una capa de corte de cabello impresas con el eslogan de la estrategia (corta la violencia).

Una vez terminado el trabajo en campo, el equipo de trabajo realizara un análisis de la información recabada así como de las encuestas de satisfacción mismos que será planteados al igual que una memoria fotográfica y listas de asistencia en los informes e informes individuales cualitativo, otro cuantitativo mensual y uno anual.

CUANTITATIVO

En la operación de la estrategia territorial **“corta la violencia contra las mujeres en estéticas y/o salones de belleza”**, durante el periodo del mes de abril se realizaron **18** talleres en **18** estéticas, cada uno de los talleres con una duración de **3** horas para dar un total de **54** horas; cabe mencionar, que las estéticas realizadas se ubican dentro de las colonias señaladas en el **Estudio de Opinión sobre Violencia Comunitaria**, de 2 Municipios del Estado de Jalisco: Tonalá y Guadalajara. A continuación se presentan gráficamente los valores de tales actividades.

Municipio	Número de estéticas realizadas
Tonalá	4
Guadalajara	14
Total	18



Municipio	Mujeres	Hombres	Total
Tonalá	14	0	14
Guadalajara	15	1	16
TOTAL	29	1	30

Población beneficiada por rangos de edad																			
Mujeres										Hombres									
0	1	2	2	3	3	4	4	5	6	0	1	2	2	3	3	4	4	5	6
-	5-	0-	5-	0-	5-	0-	5-	0-	0	-	5-	0-	5-	0-	5-	0-	5-	0-	0
1	1	2	2	3	3	4	4	5	0	1	1	2	2	3	3	4	4	5	0
4	9	4	9	4	9	4	9	9	+	4	9	4	9	4	9	4	9	9	+
	1	6	3	3	1	4	5	3	3									1	

CUALITATIVO

El abordaje territorial realizado en el mes de mayo nos permitió abastecer de material algunas estéticas nuevas en la primera semana dentro del Municipio de Tonalá, siendo 4 en total y recibiendo una agradable respuesta por su parte. Un dato que resalta en la zona de la colonia "Santa Paula" donde se trabajó es que de las 14 mujeres atendidas la mayoría muestran interés por asesorías personales ya que son madres solteras y varias de ellas sufrieron violencia en más de un tipo.



Además del interés por dar continuidad a las charlas y talleres, la mayoría de las personas capacitadas realizan labores del hogar o tienen su centro de trabajo en casa, ya que esto les permite estar pendiente de sus hijos e hijas. Muy pocas de las y los estilistas tienen conocimiento de las dependencias o centros de apoyo para las mujeres y aquellas que conocen el Instituto Jalisciense de las Mujeres, tienen comentarios positivos y muestras de agradecimientos sobre él.

En las siguientes 3 semanas del mes en curso se trabajó en el Municipio de Guadalajara con una estrategia específica al recorrer 27 colonias con el mismo objetivo de encontrar el mayor número de estéticas disponibles. Se capacitaron 14 salones de belleza, a algunas estéticas capacitadas en temporalidades anteriores que se encontraban dentro de la colonia recorrida se les brindó seguimiento y en general se les hizo la invitación para nuevas capacitaciones, recibiendo respuesta favorable para continuar recibiendo temas de interés, pero también hemos percibido que existe negación en algunos casos por ser complicado sacrificar algunas horas del día, ya que esto para ellas representa una pérdida de dinero al ser este su medio de trabajo.

En general los resultados obtenidos de los municipios visitados en el mes de mayo han reflejado la necesidad de dar continuidad con diversos temas a las personas de la red de promotoras. Hubo respuesta favorable por parte del personal de los salones de belleza y estéticas a los cuales se les impartió la plática informativa manifestando un grato interés por este tipo de proyecto.

En los establecimientos donde hemos recibido respuesta positiva las y los participantes manifiestan apertura para continuar y profundizar en las temáticas de la prevención de la violencia, al mismo tiempo que muestran disposición para proporcionar y difundir la información objetiva a sus clientas. Ya que el gusto por su trabajo y poder utilizar positivamente el lazo empático que existe con sus clientas para acercarlas a instituciones que ofertan servicios para las mujeres que atraviesan una situación de violencia.

El día lunes 28 de mayo se realizó una capacitación con el tema: Autoestima en el 3er piso del instituto jalisciense de las mujeres al cual fueron invitadas personal y propietarias de las estéticas las cuales ya habían recibido una plática informativa en sus salones de belleza esto con la finalidad de reforzar la información que se les brinda así como también para reforzar la red de promotoras.