

INFORME CUALI/CUANTITATIVO

(Acciones de capacitación)

1. INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la IMEF: Instituto Jalisciense de las Mujeres.
 Entidad: Jalisco.
 Municipio/s: Guadalajara, Zapopan, Tonalá, El Salto y Tlajomulco de Zúñiga.
 Nombre del proyecto: Programa “Consolidando esfuerzos en la prevención y atención de la violencia contra las mujeres en Jalisco”
 Folio del proyecto:
 Nombre de la meta: Acción BII.1. Realizar una campaña territorial sobre la difusión de los derechos humanos y los servicios de atención a mujeres en situación de violencia denominada “Estéticas de belleza por la prevención de la violencia contra las mujeres” dirigida a 200 estéticas de la zona metropolitana de Guadalajara

2. INFORMACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE CAPACITACIÓN

Tipo de actividad (marca con un “x”)

Taller	<input checked="" type="checkbox"/>	Curso	<input type="checkbox"/>	Diplomad o	<input type="checkbox"/>	Otro	(especifique)
--------	-------------------------------------	-------	--------------------------	---------------	--------------------------	------	---------------

Nombre de la actividad	Taller de Sensibilización en la prevención de la violencia contra las mujeres.
Justificación	El Instituto Jalisciense de las Mujeres, como ente encargado de la generación de estrategias que coadyuven en la prevención, atención y eliminación de la violencia, lleva a cabo acciones que buscan generar un cambio al esforzarse por cambiar las dinámicas sociales entre mujeres y hombres que han reforzado las relaciones de poder y de violencia por razones de género. En el marco de la estrategia Junt@s por Ellas, que

	<p>hace frente a la declaratoria de Alerta de Violencia Contra las Mujeres en el estado de Jalisco, emitida el 8 de febrero de 2016, se construyó una campaña territorial de prevención y atención a la violencia contra las mujeres llamada Estéticas de Belleza para la Prevención de la Violencia (Corta la Violencia). La campaña se creó pensando en incidir en espacios estratégicos en los que las mujeres se expresaran libremente; fue así como se eligieron salones, estéticas y centros de belleza; lugares a los que de manera cotidiana acuden mujeres, donde interactúan con otras mujeres, generan lazos de confianza e incluso comparten situaciones personales que pueden derivar en la manifestación de violencia que viven en el hogar y los entornos en los cuales se desarrollan, tales como: el trabajo, la escuela, la comunidad y las instituciones públicas y privadas.</p> <p>La campaña Corta la Violencia tiene como objetivo la prevención de la violencia a través de talleres dirigidos al personal que labora dentro de las estéticas o centros de belleza, para que ellas y ellos adquieran herramientas que sean de utilidad para la identificación de la violencia o situaciones de riesgo que las mujeres pueden estar padeciendo y de esta manera poder brindar un apoyo y canalización a instituciones públicas que brindan seguimiento adecuado.</p> <p>Algunos de los resultados obtenidos el pasado 2016, fueron satisfactorios y aceptados favorablemente por el personal al que estuvo dirigido, se logró concientizar en los temas de violencia, así como que obtuvieran conocimiento de las instituciones y lugares de apoyo a los cuales pueden canalizar.</p>
Objetivo general	Realizar una campaña territorial de prevención de violencia que incida en espacios de uso cotidiano de las mujeres.
Objetivos específicos	

	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar en prevención de violencia de género para que de manera informada promuevan la cultura del respeto e identificar y orientar oportunamente a las mujeres en situación de violencia. • Difundir los servicios institucionales en atención a víctimas de violencia. • Integrar al personal especializado en estéticas/salones de belleza a una red de promotoras y promotores por la prevención de la violencia y la cultura del respeto.
Lugar (municipio, localidad, comunidad) y fecha de realización	<p>Guadalajara, Zapopan, Tonalá, Tlaquepaque, El Salto y Tlajomulco de Zúñiga.</p> <p>Del mes de julio al mes de diciembre.</p>
Metodología	<p>Se realizará recorrido territorial en las colonias señaladas en el estudio de opinión de violencia comunitaria, realizado en los municipios de la zona metropolitana (Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, El salto, Tlajomulco, Ameca y Puerto Vallarta), con el objetivo de identificar estéticas para establecer contacto y de esta manera poder comunicar la importancia y el impacto que tendrá su participación por la prevención de la violencia contra las mujeres que día a día va en aumento, esto se hará a través de la concientización y capacitación al personal que labora dentro de las estéticas mediante métodos de aprendizaje y actividades durante 3 horas en cada centro de trabajo, apoyándose con la entrega de material previamente descrito, la aplicación de un cuestionario de satisfacción sobre los resultados obtenidos en cada establecimiento y la entrega posterior de un reconocimiento que reconoce haber capacitado a su personal, entrega de un informe</p>

	cualitativo y cuantitativo con las evidencias y resultados finales, con el objeto de exponer un análisis detallado del impacto de la acción realizada, así como de promover la atención y seguimiento a mujeres en situación de violencia.
Duración (horas y días)	6 meses, 1,005 horas.
Número de sesiones	335 sesiones.
Número de participantes	583 personas sensibilizadas (502 mujeres y 81 hombres)

INFORMACIÓN DEL/LA FACILITADOR/A

Nombre	Héctor Roberto Richart Gutiérrez, Andrea Fernández Cabeza de Vaca, Sandra Villavicencio Palomera, Oscar Daniel Pérez García, Giovana Rosalía Reyes Sepúlveda, Daniela Marisol Calvillo Gutiérrez.
Profesión y especialidad	Profesionistas con especialización en las temáticas de género, violencia y modelos de atención a la violencia contra las mujeres.

INFORMACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Descripción del perfil de las/os participantes	Personal que labora en Estéticas y/o salones de belleza
--	---

Participantes

Total	583	Mujeres	502	Hombres	81	Municipio de procedencia	Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, El Salto y Tlajomulco de Zúñiga.
-------	-----	---------	-----	---------	----	--------------------------	---

Población beneficiada por rangos de edad																						
Mujeres											Hombres											
0-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60 o +	0-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60 o +	
4	25	43	81	78	76	71	54	30	18	22	1	2	17	14	12	11	6	8	4	3	3	

Procedencia		Total	Mujeres	Hombres
	Dependencia de gobierno			
	OSC			
	Institución Académica			
	Centro de investigación			
	Empresa			
	Micro empresari@s	335	502	81

Metodología

Para la implementación de la campaña territorial “Corta la Violencia” se desarrollan talleres con duración de 3 horas, que son impartidos dentro de los espacios de trabajo y/o en las academias de capacitación.

Los talleres que se imparten inician con la presentación del equipo multidisciplinario y la exposición del propósito y objetivos de la campaña “Corta la Violencia”.

- En la dinámica de presentación del personal que labora en el salón de belleza, se invita a que nos compartan alguna experiencia de violencia o discriminación que identifiquen hayan vivido en cualquier espacio y momento de su vida.
- Una vez expuestos los conceptos, se hace una ronda en donde las y los participantes puedan hacer referencia de alguna experiencia con usuarias que les hayan compartido alguna situación similar a la de los videos proyectados.
- Una de las dinámicas que se implementan es conocida como “congelados”, en donde las y los participantes conforman 6 parejas y llevan a cabo la representación de una situación, eligiendo un tipo y modalidad de violencia. Cuando en la representación la manifestación de violencia llega a la máxima expresión las parejas se congelan y después se inicia con un proceso de reflexión por parte de cada participante.
- Cuando el grupo es pequeño se establece la dinámica del “como me siento”, en esta dinámica se pide que en un post-it describan lo que más aman (sea persona u objeto), es necesario que lo hagan de manera en la que puedan reflejar todo el afecto y amor que pueden sentir al estar cerca de éste. Cuando concluyen la descripción, se rompen los post-it y se hace una reflexión con cada participante.
- Una vez que se han identificado los conceptos, tipos y modalidades de violencia, se exponen las medidas de protección que debe tomar una persona que se encuentra en alguna de las situaciones expuestas.
- Se presenta la herramienta de violentómetro y el manual con las dependencias y los servicios a donde deben ser canalizadas las usuarias que se encuentran en una situación de violencia.

- Se entrega un manual de información para promotoras/es con el objetivo de tener información de utilidad en caso de poder canalizar o brindar orientación de manera adecuada.

Antes de finalizar se facilita un formato de satisfacción que busca evaluar las calidad de las/los facilitadores, material utilizado y el manejo del tiempo.

Evaluación de satisfacción (imagen digital).

Se entrega el material para cada estética “Kit Corta la Violencia” que incluye:

- Una bolsa
- Capas para el uso de las clientas
- Manuales de servicios con la información de las instituciones que brindan apoyo a mujeres en situación de violencia
- Trípticos de servicios del IJM
- Guía de apoyo para promotoras y promotores de estéticas para la prevención de la violencia.
- Entrega de reconocimiento.
- Se agradece la participación y se concluye el Taller.

Avances y Resultados.

Como parte de la implementación de la campaña territorial “Corta la Violencia” se han llevado a cabo 335 talleres, superando la meta de los 200 talleres que se tenían programados, de los cuales recibimos respuesta muy satisfactoria por parte del personal que labora dentro los centro de belleza.

En cada uno de los establecimientos hemos encontrado historias importantes, pero sobre todo agrado y felicitaciones para esta nueva modalidad en las que las instituciones están más cerca de la población, el interés por los temas que se desarrollan y sobre todo la sensibilidad de los profesionistas a estas temáticas.

Hemos logrado llegar a un total de 91 colonias de 6 municipios de la zona metropolitana, mismas que están nombradas a continuación:

Colonias visitadas

Municipio	Colonia
Guadalajara	Alcalde Barranquitas, Colinas de la Normal, Echeverría, Independencia, , La Penal, Insurgentes, La Perla, Lagos Oriente, Las Conchas, Lázaro Cárdenas, Lomas de Polanco, Lomas del Paraíso, Miravalle, Monumental, Oblatos, Polanquito, Rancho Nuevo, Providencia, San Andrés, Santa Cecilia, Santa Tere, Talpita, Tetlán Rio Verde.
Tlaquepaque	Canal 58, Centro, El Sauz, Fraccionamiento Revolución, Fraccionamiento Alborada, Hidalgo, Jardines de La Paz, Juan de la Barrera, La Duraznera, Las Huertas, Las Juntas, Linda Vista, Los Altos, Los Meseros, Parques del Bosque, Residencial de la Soledad, Salvador Portillo López, San Martin De Las Flores, San Pedrito, Nueva Santa María, Santa María Tequepexpan, Tateposco.
Tlajomulco de Zúñiga	Cajititlan, centro, hacienda santa fe, la calera, la tijera, san alisco, tulipanes, valle dorado.
El Salto	El Carmen, centro, el verde, la higuera, san José del 15, san José del castillo.
Zapopan	Agrícola, arenales tapatíos, camino real, centro, ciudad granja, ciudad de los niños, colinas de la primavera, constitución, el batán, el coli, la calma, loma bonita, lomas de tabachines, mariano otero,

	mesa colorada poniente, mesa de los ocotes, alisco, nuevo vergel, paseos del sol, santa ana tepetitlán, tabachines.
Tonalá	Alamedas de zalatitan, alisco, la alisco, loma bonita, loma dorada, lomas de la soledad, lomas del camichin, quintas del paraíso, rancho de la cruz, santa paula.

Hallazgos

- La aceptación de la estrategia por parte de las y los beneficiados ha sido positiva, la mayor de las veces, comentan que por su diseño es “innovadora” la temática es interesante y por la situación social actual es necesario.
- La mayoría de las personas con quienes se compartió la charla identificaron haber vivido algún episodio de violencia; en ese espacio de confianza algunas personas compartieron experiencias personales agudas.
- En establecimientos que se presumen son para la clase media alta, por nombrar algunas: Providencia, La estancia, La calma, Prados de Tepeyac y Paseos del sol mencionaban que en esas zonas no se experimentan esas problemáticas, razón por la cual no hubo tanta aceptación como en otras colonias, no obstante se recibieron buenos comentarios sobre el proyecto.
- En el abordaje territorial a las colonias correspondientes a los municipios de Tlajomulco y El Salto, a pesar de que el mapa de violencia comunitaria nos informaba de un alto número de estéticas, en la operatividad no fue así, ya que se percibió un mayor número de fincas utilizadas industrialmente o como bodegas; de la misma manera se observaron gran cantidad de predios o zonas baldías a los cuales era muy difícil tener acceso por existencia de caminos sinuosos, brechas o zanjas.
- Las personas que recibieron la charla manifestaron su agrado por el kit de materiales que se les entrega, ya que ven útil, clara y práctica toda información que contiene. Recomendaron seguir dotando regularmente de este, ya que se distribuiría rápidamente y es necesario para seguir promoviendo la prevención de la violencia.

- Quienes comentaron conocer la existencia del Instituto Jalisciense de las Mujeres por haber sido usuarias, comentan haber recibido una buena atención a la problemática que presentaban sin embargo, algunas de las personas que recibieron la charla, desconocían la existencia de lugares como el instituto o el centro de justicia y se mostraron gustosas de saber que hay centros como estos en donde pueden recibir una atención especializada para mujeres violentadas.
- Durante las charlas las y los oyentes identificaban rápidamente la violencia física y psicológica ya que comentaban conocerla desde antes, sin embargo desconocían la existencia de la violencia económica, patrimonial y/o sexual.
- Se mostró mucho interés para seguimiento o capacitación en otros temas ya que las experiencias o historias que algunas personas compartieron sería importante brindar un acompañamiento.
- Es importante mencionar que la situación de inseguridad que se vive en la actualidad es un tema preocupante para las y los beneficiarios, pues cada vez se sienten en peligro o riesgo, en varias colonias en las que estuvimos presenciamos actos de narcomenudeo y de manera muy normalizada por miembros de la comunidad, además de sorprendernos de ver personas muy jóvenes realizando esta práctica.
- Recibimos señales o indicaciones de prevención y cuidado por las personas que laboran en las estéticas, ya que visitamos zonas que mencionaban de riesgo por robos, acoso y agresión.
- Un dato relevante que manifestaron las y los participantes de los cursos-talleres, es que el alcoholismo está íntimamente relacionado con los sucesos de violencia tanto en el ámbito público como en el privado.

- Del personal al cual se brindaron los talleres, se identifica que, aun cuando se podría apreciar que en estos espacios laboran mayormente personas de la comunidad LGBTTTI, de las 583 personas capacitadas, ninguna persona manifestó abiertamente tener una preferencia sexual distinta a la heterosexual; podríamos pensar que esta situación se da comúnmente por vergüenza y por miedo a la discriminación. La prueba de que varios de ellos no se sentían de esta manera, se encuentra en que nos mencionan al menos 6 ocasiones que no veían un campo con el cual identificarse para llenar en las listas de asistencia, 4 de ell@s visiblemente transgénero.
- De las situaciones de violencia que han expresado las clientas al personal de las estéticas, la mayoría expresa ser violentada por parte de su pareja.

PRINCIPALES RESULTADOS

Informe narrativo de la acción de capacitación

- ¿Se alcanzaron los resultados previstos? (especificar porqué y detallar de manera narrativa).

Los resultados que se pudieron obtener sobre la realización de la Acción BII. 1 fueron los que se tenían contemplados al momento de poder realizar los 200 talleres, rebasando con 135 estéticas más capacitadas además de los resultados obtenidos por la encuesta de satisfacción, dando a conocer que cada persona que presencio el taller “corta la violencia” logra identificar las situaciones que pueden ser partidarias de situación de violencia y de esta manera aplicar la información de manera adecuada a situaciones personales.

Así mismo personal de estéticas y/o centros de belleza comparte que en el espacio donde se generan los servicios mismos de dichos establecimientos, suelen ser espacios en donde la clientela toma la confianza necesaria como para compartir situaciones personales, las cuales refieren identificar que en más de una ocasión haber escuchado situaciones de violencia, incluso haberlas presenciado.

- **Beneficios obtenidos en las y los participantes.**

A lo largo de la impartición de talleres en el recorrido territorial, se observó que la sociedad no está consciente de que muchas de las cosas que vivimos o hacemos a diario son

violencia y durante la explicación de los tipos de la misma, l@s usuari@s fueron capaces de reconocer y hacer consciencia sobre dichas acciones de las cuales han sido víctimas o victimarios. Durante los talleres tuvimos la oportunidad de escuchar gran variedad de historias personales sobre l@s participantes en las cuales ell@s, familiares cercanos o amigos habían sido víctima de algún tipo de violencia, y por lo mismo se mostraban entusiasmad@s de adquirir el conocimiento para hacer frente a dichas situaciones o bien, saber a qué instituciones podían acudir en caso de requerir algún tipo de asistencia y lo anterior las hizo sentir más seguras y apoyadas. Fueron capaces de ampliar su criterio en cuanto a temas de género lo que las hizo interesarse más en el tema y en seguirse preparando sobre el mismo haciéndose partícipes de la red de promotor@s.

- **Obstáculos que se presentaron durante la planeación y el desarrollo de la actividad.**

- + La falta de disposición por parte de las clientas a escuchar el taller, incluso cuando el personal si la tenía.
- + La desconfianza para permitir el acceso a l@s profesionistas a los establecimientos y a la toma de fotografías o el llenado de la lista de asistencia por el uso de sus datos personales.
- + Renuencia de parte de l@s participantes ante el tema ya que mencionan “mis clientas no viven violencia” “no trato esos temas con ellas”
- + La dispersión en cuanto a la atención del tema por el motivo que a su vez laboran y dan su servicio.
- + La inicial falta de interés ante la temática y apatía en la introducción del tema.
- + La falta de espacios y recursos para poder realizar la presentación de manera electrónica
- + La poca afluencia de estéticas en zonas aparentemente marginadas en algunas de las colonias señaladas en el mapa de violencia comunitaria las cuales a su vez tenían un difícil acceso tanto vial como peatonal.

- **Fortalezas detectadas.**

- + Que el comercio de estéticas es recurrente por lo cual es fácil la localización de dichos establecimientos

+ Que l@s personas que laboran dentro de dichos establecimientos aceptan que es un espacio en donde puede generarse el intercambio de situaciones y consejos entre estilista – clienta/e

+ La mayor parte de la población que acude a estos centros de belleza son mujeres

+ Después de dar inicio al taller, el interés que muestra de cada participante

+ La participación para la realización de las dinámicas establecidas.

● **Necesidades detectadas.**

+ El conocimiento de la información ante la detección y prevención de la violencia así como los espacios en los que ofrecen apoyo para la eliminación de la misma.

+ Espacios mayormente amplios para la realización de actividades y proyección de la presentación para el apoyo de un mejor entendimiento de la temática

+ La apertura para la aceptación de nuevas temáticas y lograr integrarlas a su labor

+ La iniciativa por parte del personal de estéticas para la obtención de nuevas informaciones

+ Horarios con mayor accesibilidad para capacitarse en temas diversos.

● **Recomendaciones para futuras formaciones.**

+ Integración de nuevos materiales para la obtención de resultados prácticos.

+ Visitas programadas para reabastecimiento de materiales en los establecimientos.

+ Integrar la campaña como un programa de seguimiento.

+ Integración de temas para el empoderamiento.

● **Acuerdos y compromisos.**

+ Impartición de los talleres con entusiasmo y dinamismo para la obtención de interés de l@s participantes.

+ Integración de ejemplos y acciones cotidianas para la el mejor entendimiento de l@s participantes

+ lograr empatía para la apertura de agenda

+ Socialización precisa para poder generar una mayor afluencia de establecimientos

+ permitir el intercambio de opiniones.

+ Apoyar y respetar la participación de cada una/o de las/os asistentes.

+ Asistencia puntual al igual que el término.

- **Comentarios y observaciones.**

Es importante mencionar que debe ser tomado en cuenta que cada facilitador/a debe tener la sensibilización adecuada para la impartición de los talleres así como la capacitación previa en la temática de los talleres para la optimización de resultados y logro de objetivos.

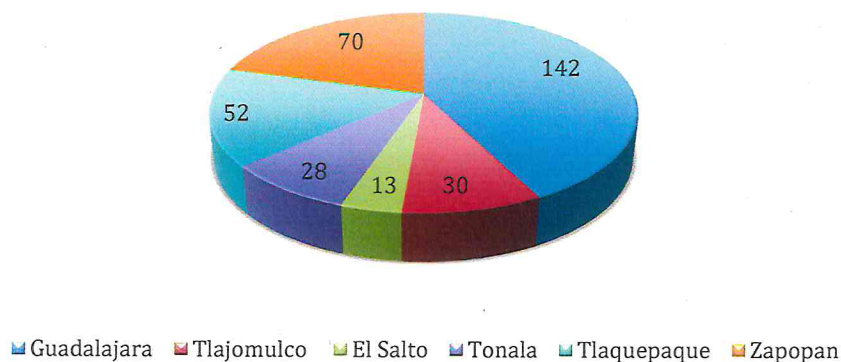
Se podría tomar en cuenta una reducción de tiempo en la impartición del taller para lograr mayor aceptación de l@s dueños de los establecimientos.

Informe cuantitativo

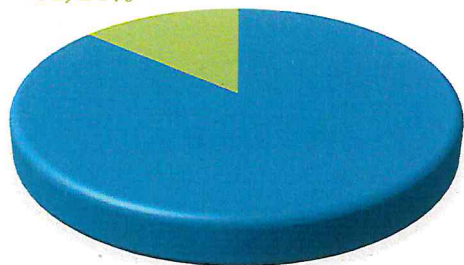
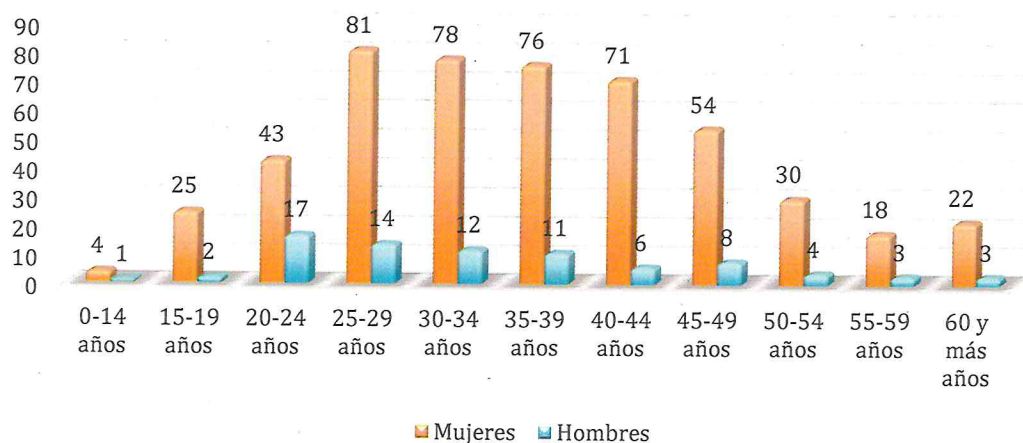
- Resultados sistematizados de la cantidad de estéticas realizadas por municipio.

El municipio en donde se lograron obtener mayor número de estéticas es Guadalajara con un total de 142, las cuales se realizaron en un total de 24 colonias, posteriormente esta Zapopan con 70 estéticas las cuales se hicieron en 22 colonias diferentes. En Tlaquepaque obtuvimos 52 estéticas repartidas en un total de 22 colonias, seguido a esto se hicieron 30 estéticas en el municipio de Tlajomulco en un total de 7 colonias, en Tonalá se realizaron 28 estéticas en 12 colonias diferentes y por último en el municipio de El salto se obtuvieron 13 estéticas en 6 colonias.

No. de estéticas por municipio.

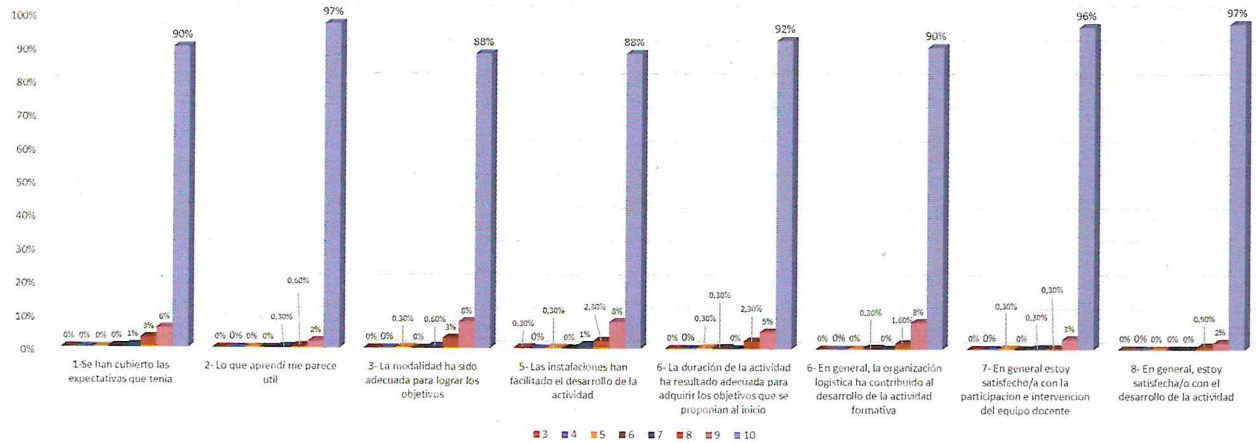


En los talleres impartidos se capacitaron a un total de 502 mujeres y 81 hombres divididos en un rango de edad de los 0 a los 60+ años de edad.

PERSONAS CAPACITADAS POR SEXO**Hombres,**
81, 14%**Mujeres,**
502, 86%**Personas capacitadas por sexo y rangos de edad.**

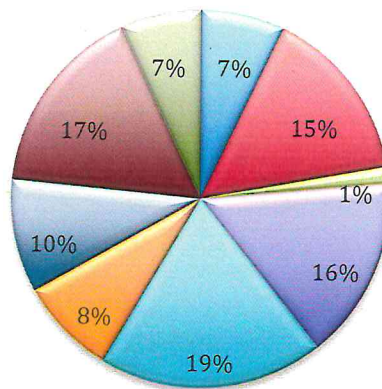
ANEXO 4. Con el objetivo de conocer la satisfacción de las personas participantes de la actividad formativa, se les pidió su apoyo con el llenado de dicho anexo para así poder identificar las áreas de mejora que posibiliten corregir aspectos en futuras ediciones de la actividad, aclarar dudas respecto a la acción formativa o evidenciar que se han cumplido las expectativas.

El documento inicia con un cuestionario que evalúa la utilidad, metodología, organización y recursos, equipo docente y satisfacción en general con una escala de calificaciones del 0 al 10 en donde el 0 es el grado más bajo de satisfacción o estar totalmente en desacuerdo y el 10 es el grado más alto de satisfacción o estar totalmente de acuerdo o bien N/A, si no aplica.



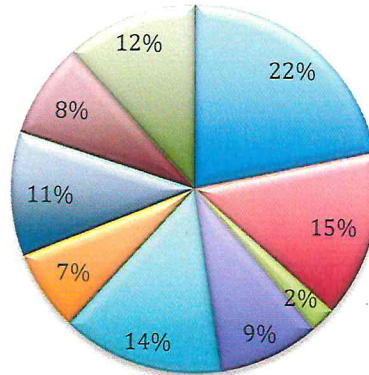
En la parte final del anexo se añaden 2 preguntas en donde l@s participantes pueden aportar su opinión sobre dichas preguntas, clasificamos las respuestas en las siguientes categorías: aplicar, socializar, concientizar, informar, orientar, prevenir y continuidad.

¿Por qué cree usted que la información que recibió contribuye a disminuir y prevenir la violencia contra las mujeres?



Aplicar Concientizar Continuidad Identificar Informar
 Prevenir Orientar Socializar N/A

¿Por qué cree usted que la información que recibió genera algún cambio en su vida?



■ Aplicar ■ Concientizar ■ Continuidad ■ Identificar ■ Informar
■ Prevenir ■ Orientar ■ Socializar ■ N/A

Vo.bo. Licda. María Teresa Hernández Pezo

Encargada de la acción

Vo.bo. Mtra. Jazmín Mencías Santoyo

Encargada del programa PAIMEF

Lic. Andrea Fernández Cabeza de Vaca

Lic. Sandra Villavicencio Palomera

Lic. Oscar Daniel Pérez García

Lic. Daniela Marisol Calvillo Gutiérrez

Lic. Giovana Rosalía Reyes Sepúlveda

Lic. Héctor Roberto Richart Gutiérrez