

Violencia contra las mujeres y violencia de la clientela: ¿Tienen relación?

Las empresas están expuestas a distintos tipos de violencia que afectan el bienestar de su personal y su rendimiento, por ejemplo: la violencia contra las mujeres en relaciones de pareja (VcM) y la violencia ejercida por las clientas y clientes. Esta última es un problema que afecta a las empresas con atención directa al público, como los bancos ya que, al priorizar la satisfacción de la clientela, se crea un contexto de desigualdad que puede favorecer los ataques.

► Lo que las empresas bancarias deben saber

Diversos estudios han estimado el impacto económico de la VcM en las empresas, demostrando los cuantiosos costos que genera; sin embargo, no se tenía información sobre cómo la VcM afecta al personal de una empresa bancaria y cómo ésta se relaciona con la violencia que ejerce la clientela.

En el año 2015, *Geralin Arteaga Cubas*¹ realizó un estudio que demostró que la VcM genera efectos negativos en el rendimiento laboral del personal de un banco, los cuales se relacionan con las agresiones de la clientela. Después de encuestar a 261 colaboradores/as que brindan atención directa a la clientela, encontró que a causa de la VcM, **las colaboradoras agredidas y colaboradores agresores tuvieron mayor presentismo en comparación del personal que no vive VcM.**

Ellas/os tuvieron más cansancio o agotamiento, mayores problemas para concentrarse o no trabajaron debido a sus preocupaciones. Esto generó **un mayor incumplimiento de metas sobre la calidad de la atención (23% más), la venta de productos financieros (15 % más), la cantidad de operaciones al día (9 % más) y**

también cometieron más errores operativos (8 % más); los cuales causaron reacciones violentas de la clientela. Además, el estudio muestra indicios de que **la violencia de la clientela puede generar un efecto de retorno** y ocasionar que el rendimiento laboral del personal disminuya aún más.

► ¿Qué se puede hacer para mejorar esta situación?

Las acciones para prevenir la VcM son una muy rentable inversión que las empresas bancarias pueden realizar para mejorar la productividad de su personal, asegurar el cumplimiento de metas y eliminar los errores operativos. Asimismo, aumenta el compromiso y bienestar de su personal y la satisfacción de la clientela. Considerando el estudio, se pueden realizar diversas acciones de prevención de la VcM, por ejemplo:

- Implementar una política de género y de prevención de la VcM, así como un protocolo de atención en casos de VcM.
- Campañas internas de sensibilización y talleres de capacitación para todo el personal.
- Identificar a las personas más comprometidas que se ocupen de detectar los casos de VcM en la empresa y utilicen el protocolo de atención.
- Talleres para el personal masculino de la empresa, promoviendo un mayor nivel de reflexión y diálogo sobre la VcM.
- Talleres para todo el personal sobre cómo actuar ante las agresiones de la clientela.
- Campañas de sensibilización y charlas informativas para la comunidad y el público en general.
- Campañas de sensibilización a la clientela que pueden ser difundidas en la red de agencias y cajeros.

¹ Arteaga-Cubas, G. (2016). Impacto de la violencia contra las mujeres en el presentismo y productividad de una empresa bancaria y su relación con los ataques de la clientela. Lima – Perú: 2014. *Revista San Martín Emprendedor*, 7(1), 24-47.



Impacto de la VcM en la productividad de un banco

Personal afectado

Prevalencia de la VcM

En el último año:



81%

Colaboradoras agredidas por sus parejas o ex parejas



68%

Colaboradores que agredieron a sus parejas o ex parejas

Ataques según el testimonio de las agredidas, a lo largo de su vida

En el hogar



70%

En el trabajo



49%

66%



Amenazas e insultos

Acoso/amenazas por teléfono o correo



36%

33%



Ataque físico

Insultos y golpes dentro o fuera de la empresa



17%

20%



Relaciones sexuales forzadas

Acoso/amenazas en persona mientras ella trabaja



28%

Íconos hechos por Freepik: www.flaticon.com
Diseño: Jazmín Ponce

Efectos en el último año

Presentismo: Personal que vive y no vive VcM

Cansancio o agotamiento en el trabajo

Con VcM

75%

Sin VcM

53%

Dificultades para concentrarse

62%

49%

Dejó de trabajar porque estaba preocupado/a

26%

11%

Incidentes laborales: Personal que vive y no vive VcM

Dificultades con:



Cumplir todas las pautas de calidad

Con VcM

50%

Sin VcM

27%



Metas de ventas

62%

47%



Cumplir # de operaciones

58%

49%

Con VcM

28%

Sin VcM

24%

Con VcM

48%

Sin VcM

40%

18%

13%

Errores operativos:

Información errónea a la clientela



Errores por problemas de concentración

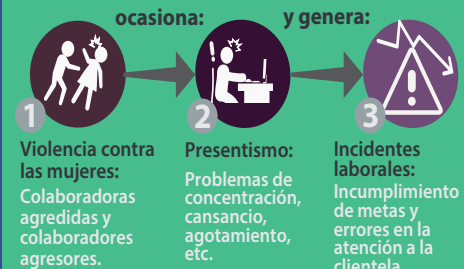


Llama de atención de su jefe/a frente a la clientela



VcM y violencia de la clientela

¿Qué relación existe?



Violencia de la clientela:

Hostilidad, insultos, gritos, agresiones físicas.



que causan:

Ataques de la clientela a colaboradoras y colaboradores



63%

56%

Murmuros de ofuscación en la cola de espera

Gritos en la cola de espera

26% 3%
Le amenazaron con quejarse

16%

21%

Le insultaron

6% 11%

Golpes a la ventanilla/escritorio

3% 3%
Agresiones físicas

Publicado por

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la Sociedad, Bonn y Eschborn, Alemania

Programa Regional ComVoMujer – Combatir la Violencia contra las Mujeres en Latinoamérica
Pasaje Bernardo Alcedo 150,
Edificio Peruval, Piso 4,
San Isidro, Lima 27, Perú
T +51 - 1 - 4421101
E comvomujer@giz.de

Layout

Ira Olavey

Versión

agosto 2016

La GIZ es responsable del contenido de la presente publicación.

En cooperación con

Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú

Por encargo del

Ministerio Federal alemán de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ)

División

302 – Derechos humanos; libertad de religión; igualdad de género; cultura y desarrollo

Direcciones de las dos sedes del BMZ

BMZ Bonn
Dahlmannstraße 4
53113 Bonn, Alemania
T +49 228 99 535 - 0
F +49 228 99 535 - 3500

BMZ Berlin
Stresemannstraße 94
10963 Berlin, Alemania
T +49 30 18 535 - 0
F +49 30 18 535 - 2501

poststelle@bmz.bund.de
www.bmz.de

