



PreViMujer



¡Cierra el de la violencia contra las mujeres!

De 2011 a 2021: Una campaña de largo aliento



Las empresas de los servicios de agua potable y saneamiento en Bolivia, Ecuador, Paraguay y Perú se comprometieron activamente en la prevención de la violencia contra las mujeres. Durante diez años han difundido la campaña llamada “¡Cierra el grifo ¹ de la violencia contra las mujeres!”, iniciativa del Programa Regional Combatir la Violencia contra las Mujeres en Latinoamérica (ComVoMujer), implementado por *Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH*.

La campaña tiene el objetivo de informar y sensibilizar a la población sobre la violencia contra las mujeres a través de mensajes relacionados con el cuidado del agua.

Las empresas de servicios de agua potable cuentan con una amplia clientela y una red de colaborador*s a nivel nacional, lo que facilita y garantiza una gran difusión y cobertura. Por ello, gracias al apoyo de los Programas de Agua de la GIZ, que han mantenido un vínculo permanente

con estas empresas, se estableció una relación con su personal directivo y se lo comprometió en la prevención de la violencia contra las mujeres.

Para diseñar y difundir las campañas, las empresas prestadoras de servicios de agua, así como sus gremios, recibieron el apoyo y asesoramiento permanente del Programa Regional ComVoMujer, el cual les brindó tres opciones de participación.

1. Añadir el lema “¡Cierra el grifo ² de la violencia contra las mujeres!” e información referente a los servicios de atención en los recibos y facturas de agua de los meses de noviembre y diciembre.
2. Difundir calendarios de bolsillo con el mensaje de la campaña y números de emergencia a los cuales contactar en casos de violencia contra las mujeres.
3. Capacitar en el tema a su propio personal.

¹ La campaña utilizó diferentes términos, según el país: “¡Cierra el caño/ el grifo/la canilla/la llave de la violencia contra las mujeres!”

² Idem.



¡Cierra el grifo de la **VIOLENCIA**
contra la mujer!



Si alguien
te maltrata

Llama gratis
LÍNEA 800 14 0348
Las 24 horas, todos los días



Presentación de la campaña “Cierra el grifo de la violencia contra las mujeres”, gestión 2019. © InfoRSE.



Mujeres marchan por las calles cruceñas para difundir la campaña “¡Cierra el grifo de la violencia contra las mujeres!” © GIZ Bolivia.

Sin embargo, estas opciones se fueron diversificando gracias a las propias iniciativas de las empresas y las experiencias de los otros países. Así, surgieron novedosas formas de participación:

- Difusión de afiches informativos sobre la violencia contra las mujeres, relacionados con el servicio de agua. Se creó la “Pareja gota” en Bolivia y fue adaptada para la campaña en Paraguay.
- Elaboración de un *spot* publicitario sobre la campaña en Ecuador. El *spot* fue presentado en las pantallas de las instituciones públicas y empresas privadas (contrapartes).
- Difusión de la campaña en eventos y ferias en las que participaron las empresas (ferias ambientales y de agua, festividades nacionales, etc.).
- Participación de l*s directiv*s, colaborador*s de las cooperativas y empresas de agua, así como de la sociedad civil, en los eventos de lanzamiento de la campaña, en los que estuvieron presentes la ciudadanía y las cooperativas de agua.
- Elaboración de otro tipo de material de mercadeo y difusión: remeras/polos/camisetas, imantados, pulseras, lapiceros y autoadhesivos.

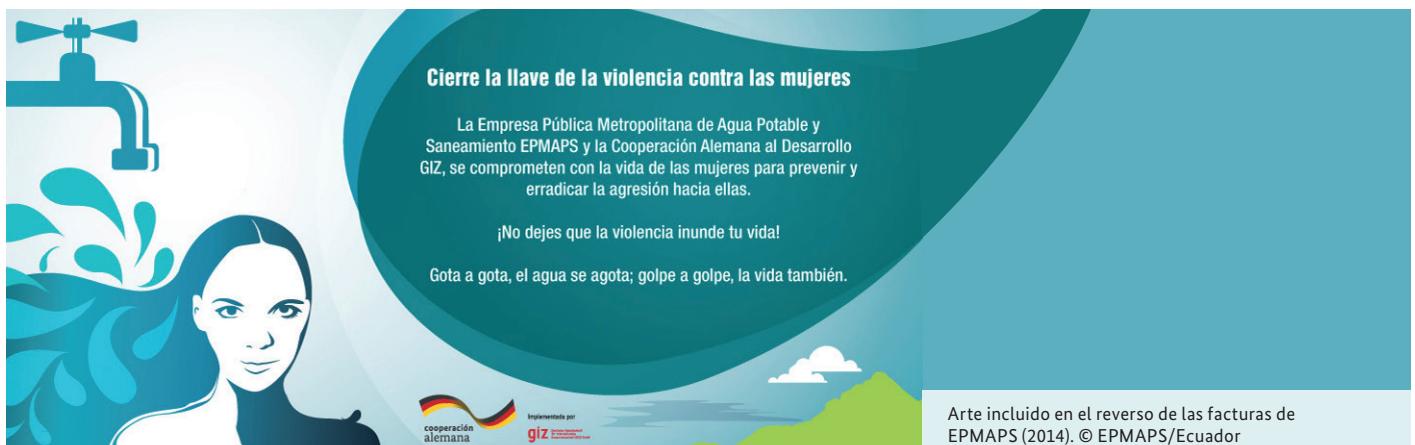
Las contrapartes

En Perú, Bolivia, Paraguay y Ecuador las diferentes ediciones de la campaña se llevaron a cabo gracias a alianzas estratégicas con entidades prestadoras de servicio de agua potable y saneamiento, con cooperativas de agua y alcantarillado, y con empresas de servicios sanitarios y agua potable.

En Perú, por ejemplo, se ejecutó una alianza con la Asociación Nacional de Entidades Prestadoras de Servicio y Saneamiento (ANEPPSA) y con más de veinte de sus empresas miembros. En Bolivia, se realizó un trabajo con un gran número de cooperativas de la Federación Departamental de Cooperativas de Agua y Alcantarillado de Santa Cruz (FEDECAAS) y con la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Agua Potable y Saneamiento Básico (AAPS). Por su parte, en Paraguay, la campaña se llevó a cabo en alianza con la Empresa de Servicios Sanitarios del Paraguay (ESSAP) en diversas ciudades del país. Y finalmente en Ecuador, la campaña se realizó junto con la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado (EMAPA) en Tungurahua, y la Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento (EPMAPS) en Quito. Estas alianzas estratégicas lograron llegar a numerosas ciudades y regiones de los cuatro países.

Desde su concepción, la campaña ha generado diversas sinergias. En Perú, fue promovida conjuntamente por los programas implementados por GIZ, ComVoMujer y PROAGUA. En Bolivia, se trabajó en conjunto con los programas PROAPAC y PERIAGUA. Mientras que en Ecuador fue coordinada junto con el Programa PROCAMBIO.

Asimismo, la campaña ha logrado involucrar a diferentes sectores sociales en su ejecución. Destaca la participación, directa o indirecta, de instituciones estatales y de otras empresas del sector privado que se sumaron a la campaña. Entidades estatales como el Ministerio de la Mujer (Paraguay), el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables – MIMP (Perú), la policía departamental



de Santa Cruz y la Defensoría del Pueblo (Bolivia), la Gobernación provincial (Ecuador); asociaciones de mujeres como el Comité Provincial de Mujeres en Tungurahua (Ecuador); y empresas como Telefónica VIVA (Bolivia) y Plasticaucho (Ecuador) se comprometieron con su desarrollo.

Lecciones aprendidas e impactos

Existen tres factores claves para el éxito de la campaña:

- Lograr el compromiso, preferiblemente público, **de los directivos** de las empresas, para asegurar la efectiva implementación de la campaña.
- Relacionar el servicio brindado por la empresa con el mensaje de la campaña, lo que favorece su **posicionamiento y visibilidad** frente al público externo e interno y, al mismo tiempo, sensibiliza a la población acerca de la violencia contra las mujeres.
- Promover el **involucramiento** y compromiso de **otras entidades públicas, privadas y de la sociedad civil** para expandir la difusión y efecto de la campaña.

Los resultados de estas campañas han sido sorprendentes, aún más si se considera que la inversión ha sido muy baja y ha podido canalizarse perfectamente a través del rubro de mercadeo con el que todas las empresas cuentan:

- Más de **16,5 millones de usuari*s** fueron sensibilizad*s con los mensajes preventivos en los recibos y facturas de los cuatro países.
- Cerca de **500 colaborador*s** de las empresas contrapartes participaron de los talleres de capacitación realizados

en los cuatro países.

- La campaña sirvió, además, como una plataforma para generar nuevas **alianzas** y potenciar otras.

Varias contrapartes han asumido la campaña y le han dado sostenibilidad en el tiempo. En Perú, por ejemplo, asumió la campaña el MIMP, cuyo rol fue el de impulsor y coordinador. En Bolivia fue la empresa Telefónica VIVA la que le dio continuidad, incluso creando posteriormente una campaña propia, llamada *Contra toda forma de violencia*. Cabe recalcar que en Bolivia, debido al alcance de las cooperativas cruceñas, se logró transmitir el mensaje a 300.000 client*s en aproximadamente 90.000 hogares de la región oriental de Bolivia. Por su parte, en Ecuador, específicamente en la ciudad de Quito, la Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento (EPMAPS) incluyó mensajes alusivos a la campaña en sus facturas, y llegó así a 600.000 usuari*s. Posteriormente, se unieron más actor*s: la Secretaría de Inclusión Social del Municipio de Quito, la Fundación Museos de la Ciudad, la Universidad Central del Ecuador, la Casa de la Cooperación Alemana y el Swissôtel Quito.

Impactos más allá de lo esperado

En 2018, en Bolivia, en conmemoración del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo), la campaña “Cierra el grifo de la violencia contra las mujeres” buscó generar impacto a través de recordar la lucha diaria para combatir la violencia contra las mujeres. La campaña se volvió a lanzar utilizando las mismas estrategias de años anteriores, acompañadas de mensajes como *Con violencia, gota a gota el amor se agota; Gota a gota, el agua se agota; golpe a golpe, la vida*

En EPMAPS el respeto es parte de nuestra cultura.

Ejemplo de la campaña en el marco del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo, 2021). © EPMAPS.

también, además de poner a disposición la línea gratuita para denunciar hechos de violencia durante 24 horas al día. En 2019, en el marco del proyecto nacional “Hagamos un pacto, vivamos sin violencia” para desnaturalizar la violencia contra las mujeres, la campaña se reforzó con materiales comunicacionales, talleres de socialización y la difusión a través de redes sociales.

En Ecuador, en 2019, EPMAPS participó como una de las 35 empresas en el estudio nacional *Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Ecuador*, realizado por el Programa PreViMujer de la GIZ y la Universidad San Martín de Porres de Perú. Esta participación motivó a la empresa pública a incluir más acciones para prevenir la violencia contra las mujeres en su agenda de responsabilidad social. Se elaboró una guía que determina el uso de lenguaje inclusivo y una estrategia de comunicación con enfoque de equidad de género. Regularmente la EPMAPS realiza capacitaciones para su personal en temas como derechos humanos, igualdad de género y masculinidades.

Publicado por:

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la Sociedad
Bonn y Eschborn, Alemania

E info@giz.de
I www.giz.de

Autor*s:
GIZ PreViMujer

Proyecto Prevenir la Violencia
contra las Mujeres (PreViMujer) Ecuador
Oficina GIZ Quito-Ecuador
Whymper N28-39 y Orellana
Quito, Ecuador
T + 593 2 3815810
F + 593 2 381810 Ext.200

Contacto:
Viviana Maldonado,
E viviana.maldonado@giz.de

Medida del Fondo de Estudios y Expertos
en Prevención de la Violencia contra las
Mujeres – SFF Prevención
Avenida Julio C. Patiño N° 1178,
entre calles 17 y 18, Calacoto
Casilla 11400
La Paz, Bolivia
T +591 (2) 277 1380

Contacto:
Irma Campos
E irma.campos@giz.de

Diseño/diagramación:
Ira Olaleye, Eschborn

Por encargo de:
Ministerio Federal de Cooperación
Económica y Desarrollo de Alemania (BMZ)

Quito, enero de 2022



Implementada por



www.mujeressinviolencia.org



www.facebook.com/MujeressinV



www.instagram.com/mujeressinviolenciaecuador



twitter.com/MujeressinV



www.youtube.com/c/canallibredeviolencia



info.comvomujer.org.pe/catalogo_comvo/catalogo_comvomujer_web.pdf