



# PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



## **Contenido**

Introducción general

Diagnóstico empresarial

Políticas empresariales

Campañas de prevención

Introducción al programa de capacitación Empresa Segura

Capacitación para la dirección y las jefaturas

Capacitación para colaboradores y colaboradoras

Capacitación sobre masculinidades y violencia contra las mujeres

Formación de multiplicadoras y multiplicadores

# Introducción general



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**

Deutsche Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PREVIO**

Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles 17  
y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**

Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**

María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso  
Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**

Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**

María Irma Campos Garvizu  
María Lizzy Montaño Eguez  
Viviana Maldonado Posso

**Colaboración técnica**

Dr. Arístides Vara-Horna  
Alba Gamarra  
Xavier Romero  
María del Rocío Alegre González  
Manuel Bartra

**Diagramación**

Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**

Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**

AdobeStock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**

Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**

Las ideas, opiniones y criterios expresados en esta publicación son responsabilidad exclusiva de su autora y no reflejan necesariamente la opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**

<https://www.facebook.com/MujeressinV/>  
[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**

En esta publicación se utiliza el (\*) como una expresión del lenguaje inclusivo y no sexista, que toma en cuenta la gran diversidad humana. Con este símbolo expresamos la inclusión no sólo de géneros femenino y masculino, también la existencia de otras identidades de género y diversidades sexuales, así como aspectos interseccionales de discriminación no solo de género, también de otros factores de desigualdad como: origen étnico, discapacidad o diversidad funcional, edad, religión y orientación sexual, haciendo referencia a las diferentes interacciones entre estos mismos.

## Prólogo

Desde el inicio de nuestro trabajo (Programa regional *Combatir la Violencia contra las Mujeres* (ComVoMujer), en el 2010, el reto siempre fue involucrar a las empresas en la prevención de la violencia contra las mujeres (VcM). ¿Cómo se hizo esto? Es una larga historia, con muchos caminos recorridos, hasta llegar a soluciones atractivas y realistas para las empresas. Las herramientas de este kit son una pequeña parte de estas soluciones.

Es así que los programas bilaterales en Bolivia, PREVIO y en Ecuador, PreViMujer se complacen en poner al servicio de las empresas estas herramientas para sumarse como actores clave a la tarea de prevenir y combatir efectivamente la VcM. Es una labor que requiere el esfuerzo de todos los sectores de la sociedad, dado que este tipo de convergencia es vital para abordar problemáticas complejas como la VcM, dónde se necesitan profundos cambios culturales y las empresas privadas o públicas son actores clave para lograr estos cambios en su entorno y fuera de éste.

El punto de partida de esta caja de herramientas no son solo los instrumentos que ayudan a identificar acciones de prevención de violencia contra las mujeres, sino que además son oportunidades para pensar en nuevas formas de relacionamiento que se podrían tener

en el futuro. Ayudan a aumentar el compromiso del personal, mejorar la productividad y que tienen una utilidad clara a la hora de realizar un diagnóstico, desarrollar una política de cero tolerancia, hacer una campaña, o capacitar a sus colaboradoras\*es en la temática de VcM y formar multiplicadoras\*es que trabajen en la temática.

La constatación sobre las competencias de las empresas para intervenir frente al problema resulta tremadamente válida. Es muy importante que se establezcan vínculos de trabajo con organizaciones y personas especialistas que cuentan con experiencias de intervención en prevenir y combatir la VcM. Involucrar especialistas en la temática permite sumar experiencias, capacidades y otras perspectivas para profundizar el análisis, plantear nuevas preguntas, así como explorar soluciones alternativas. Es por esto que se brindan los datos de contacto de expertas\*os, facilitadoras\*es y consultoras\*es que pueden ofrecer varios de los servicios en los anexos de algunas herramientas.

Con PreViKit se busca que las empresas y los grupos empresariales realicen avances importantes hacia espacios de trabajo que sean libres de VcM, respetuosos, equitativos y justos para todas\*os y a la vez bajan los altos costos que tiene este flagelo para el sector<sup>1</sup>.

Irma Campos Garvizu  
Coordinadora  
**Proyecto PREVIO / GIZ**

Viviana Maldonado Posso  
Directora  
**Programa PreViMujer / GIZ**

<sup>1</sup> En el caso de Bolivia, producto de la violencia contra las mujeres, las empresas bolivianas pierden 52'858.213 días laborales por año, representando una pérdida de 1.976 millones de dólares americanos, equivalente al 6,46 % del PIB, USMP/GIZ, 2015. En el caso de Ecuador a 1.800 millones de dólares que asumen las empresas medianas y grandes por la violencia proveniente de la pareja. (Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres, USMP, GIZ, 2019)

## ■ Reconocimiento

La violencia contra las mujeres en América del Sur y en el mundo sigue siendo una realidad a la que tenemos que enfrentarnos diariamente y se necesita a muchas personas para prevenir y combatir este flagelo.

En la misma línea, la elaboración de la caja de herramientas – PreViKit, solamente ha sido posible por la colaboración y el fuerte apoyo de las siguientes personas:

Primero mi gratitud a mis (ex)colegas de la GIZ: Irma Campos Garvizu, Viviana Maldonado, Mónica de las Casas, María del Carmen Panizzo y Lizzy Montaño que han aportado, como siempre con sus sugerencias y feedback, en la elaboración de las herramientas.

Mis agradecimientos especiales por compartir sus conocimientos y experiencias en el desarrollo del *Diagnóstico Empresarial* al Dr. Arístides Vara-Horna; en la elaboración de las *Políticas empresariales* a la Sra. María del Rocío Alegre González y al Sr. Manuel Bartra; y, en la creación del *Entrenamiento para multiplicadoras\*es* a la Sra. Alba Gamarra y al Sr. Xavier Romero.

Sus colaboraciones comprometidas se reflejan en tener herramientas específicas y concretas para que las empresas privadas y públicas sigan en su importante trabajo de prevenir la violencia contra las mujeres.

Dra. h.c. Christine Brendel

**Autora**

## ¿Por qué prevenir la violencia contra las mujeres en las empresas?

La violencia contra las mujeres no es un asunto privado, sino un crimen y una grave vulneración a los derechos humanos. El ambiente laboral es el espacio donde mujeres y hombres se relacionan e interactúan con un objetivo común: el crecimiento de la empresa. Comparando la empresa con el hogar, la empresa es el lugar más seguro para las mujeres.

Sin embargo, el sector empresarial tiene un enorme perjuicio económico generado por la violencia contra las mujeres, proveniente de sus colaboradoras\*es, agredidas, agresores y testigos\*os, razón por la cual es imperativo crear espacios laborales que no toleren la VcM, el sexismoy el acoso, entre otros aspectos.

Las empresas al ser uno de los importantes socializadores cuenta con un enorme potencial para modificar las conductas de su personal y de sus grupos de interés, que hasta el momento no ha sido aprovechado, y muchas veces es más efectivo que las medidas que se pueden realizar desde el ámbito meramente punitivo.

En este sentido, crear medidas preventivas, de cumplimiento y protección requiere de un compromiso holístico y contundente de las empresas, que además aporta al bienestar de todo el personal. Lo cual, conjuntamente con el fomento de políticas de cero-tolerancia de la violencia contra las mujeres, no solamente contribuirá en la mejora de su productividad, sino también para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sobre todo con el ODS 5.2.

## Normas internacionales y nacionales que garantizan el derecho a una vida libre de violencia para las mujeres

### Normas internacionales

A nivel internacional se han formulado e implementado políticas públicas que buscan confrontar la violencia contra las mujeres. Una gran mayoría de países ha elaborado planes y



políticas sobre la VcM con diferentes niveles de progreso y desafíos:

La normativa de la **Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer** (CEDAW, ONU, 1979), según la cual los Estados se comprometen a "Establecer la protección jurídica de los derechos de la mujer sobre una base de igualdad con los del hombre y garantizar, por conducto de los tribunales nacionales competentes y de otras instituciones públicas, la protección efectiva de la mujer contra todo acto de discriminación" y "Tomar todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer practicada por cualesquiera personas, organizaciones o empresas" (art. 2, literales c, e).

El año 2030 es el plazo establecido para alcanzar los **Objetivos de Desarrollo Sostenibles** (ODS), entre cuyas metas se encuentra la 5.2 que propone "Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación".

#### **OIT Convención sobre violencia contra las mujeres y acoso - C 190 - (2019).**

Reconoce el derecho de toda persona a un mundo del trabajo libre de violencia y acoso, con inclusión de la violencia y el acoso por razón de género, y prevé un marco común para la acción. La violencia y el acoso en el trabajo adoptan diversas formas y causan un daño físico, psicológico, sexual o económico.

En este sentido, es posible afirmar que ha habido avances importantes, entre los que destacan los siguientes:

La región de América Latina y el Caribe cuenta con el primer y más completo instrumento que aborda la violencia contra las mujeres: la **Convención de Belem do Pará** (1994), Convención Interamericana para Prevenir,

Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer que obliga la adaptación y el seguimiento de instrumentos legales y políticos para prevenir, atender y sancionar la VcM (OEA, 1994). La Convención establece que "Toda mujer tiene derecho a una vida libre de violencia, tanto en el ámbito público como en el privado" y al mismo tiempo específica "... en el lugar de trabajo, así como en instituciones educativas, establecimientos de salud o cualquier otro lugar" (art. 2, literal b y art. 3).

Los **Consensos de México** (2004), **Quito** (2007), **Brasilia** (2010), **Santo Domingo** (2013) y **Montevideo** (2016), así como el **Compromiso de Santiago** (2020), resultados de las Conferencias Regionales de la Mujer, incluyeron aspectos específicos sobre políticas contra la violencia hacia las mujeres.

La legislación pasó de normativas basadas en el abordaje de la violencia doméstica, a la ampliación de la mirada hacia otras formas de violencia y sanciones, hasta llegar, en la última década, a las que tienen carácter de "leyes integrales", que incluyen acciones de diferentes características, así como la mención y tipificación del feminicidio<sup>2</sup>.

En 2016, 31 de los 33 países (**94%**) de **América Latina y el Caribe contaban con planes de acción nacionales para la eliminación de la violencia contra las mujeres y/o de género**. 15 de ellos eran específicos sobre violencia contra las mujeres y 15 aprobaron leyes o reformas a los códigos penales para tipificar el feminicidio o feminicidio. Las leyes integrales reconocen una clara responsabilidad del Estado, por acción u omisión, y asignan las competencias con mayor precisión<sup>3</sup>.

Todos los países de ALC han creado Mecanismos de Adelanto de las Mujeres (MAM), si bien con diferentes niveles de jerarquía y capacidad de rectoría<sup>4</sup>.

2 Informe anual 2013-2014, CEPAL

3 PNUD, 2016

4 PNUD, 2016

## Marco legal sobre violencia hacia las mujeres en Bolivia

Bolivia cuenta con un marco legal para proteger a las mujeres de la violencia, el cual está constitucionalizado y plasmado en leyes y planes y políticas nacionales. Entre las principales normas jurídicas tenemos las siguientes:

### Constitución Política del Estado Plurinacional

Art.14 El Estado prohíbe y sanciona toda forma de discriminación fundada en razón de sexo, color, edad, orientación sexual, identidad de género, origen, cultura, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, filiación política o filosófica, estado civil, condición económica o social, tipo de ocupación, grado de instrucción, discapacidad, embarazo, u otras que tengan por objetivo o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos de toda persona.

Art. 15. Toda persona tiene derecho a la vida y a la integridad física, psicológica y sexual.

Nadie será torturado, ni sufrirá tratos crueles, inhumanos, degradantes o humillantes. No existe la pena de muerte. Todas las personas, en particular las mujeres, tienen derecho a no sufrir violencia física, sexual o psicológica, tanto en la familia como en la sociedad. El Estado adoptará las medidas necesarias para prevenir, eliminar y sancionar la violencia de género y generacional, así como toda acción u omisión que tenga por objeto degradar la condición humana, causar muerte, dolor y sufrimiento físico, sexual o psicológico, tanto en el ámbito público como privado. Ninguna persona podrá ser sometida a desaparición forzada por causa o circunstancia alguna, ni podrá ser sometida a servidumbre ni esclavitud. Se prohíbe la trata y tráfico de personas.

### Ley N° 243 contra el acoso y violencia política contra las mujeres

Promulgada en mayo del 2012. Introduce dos nuevas figuras en el Código Penal: acoso político y violencia política contra las mujeres. La ley permite a las mujeres cumplir funciones como autoridades designadas y poder realizar procesos



por acoso y violencia política en el ámbito de la administración pública, pudiendo también acudir a la justicia ordinaria en busca de auxilio. La norma tiene por **objeto** establecer mecanismos de prevención, atención, sanción contra actos individuales o colectivos de acoso y/o violencia política hacia las mujeres, para garantizar el ejercicio pleno de sus derechos políticos.

### Ley integral contra la trata y tráfico de personas - N° 263 - de 2012 y delitos conexos

Tiene como objeto garantizar los derechos fundamentales de las víctimas a través de la consolidación de medidas y mecanismos de prevención, protección, atención, persecución y sanción penal de estos delitos.

Establece acciones para las y los operadores de justicia, en el marco del sistema penal para la reposición y persecución de delitos sobre trata y tráfico de personas.

### Ley N° 348 de 9 de marzo de 2013 - Ley Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia.

La normativa tiene por objeto establecer mecanismos, medidas y políticas integrales de prevención, atención, protección y reparación a las mujeres en situación de violencia, así como la persecución y sanción a los agresores.

La ley establece medidas que se deben aplicar desde las diferentes instituciones del Estado para prevenir la violencia contra las mujeres.

Establece medidas destinadas a la prevención desde lo individual, lo colectivo que deben ser implementadas en el caso estatal por las entidades como son Ministerio de Educación, Salud, Comunicación y Trabajo.

Los hechos de violencia son tipificados como delitos teniendo una pena de 2 a 6 años de cárcel, incorporando la figura de feminicidio en el Código Penal.



## Marco legal sobre violencia contra las mujeres en Ecuador

### Constitución de la República del Ecuador (2008)

La Constitución de la República aprobada en 2008 dispone que las víctimas de violencia recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado. El Estado prestará especial protección a las personas en condición de doble vulnerabilidad (Art. 35); garantiza a las personas los derechos a la inviolabilidad de la vida, una vida digna, integridad personal, que incluye una vida libre de violencia, (Art. 66); determina que la Ley establecerá procedimientos especiales y expeditos para el juzgamiento y sanción de los delitos de violencia intrafamiliar, sexual y crímenes de odio (Art. 81).

### Código Orgánico Integral Penal -COIP- (2014)

La legislación penal ecuatoriana de 1938 fue reformada en el año 2014 manteniendo algunos tipos penales clásicos y codificando los múltiples cuerpos legales en donde se encontraban normas sobre la materia. Establece la violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar tanto como delito, como contravención:

#### Delitos de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar. -

**Art. 141.- Femicidio<sup>6</sup>.**- La persona que, como resultado de relaciones de poder

manifestadas en cualquier tipo de violencia, dé muerte a una mujer por el hecho de serlo o por su condición de género, será sancionada con pena privativa de libertad de veintidós a veintiséis años.

#### **Art. 155.- Violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar.-**

Se considera violencia toda acción que consista en maltrato, físico, psicológico o sexual ejecutado por un miembro de la familia en contra de la mujer o demás integrantes del núcleo familiar<sup>5</sup>. [...]

#### **Contravención de violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar.**

#### **Art. 159.- Violencia contra la mujer o miembros del núcleo familiar.-**

La persona que hiera, lesione o golpee a la mujer o miembros del núcleo familiar, causándole lesiones o incapacidad que no pase de tres días, será sancionada con pena privativa de libertad de siete a treinta días.

### Ley Orgánica Integral de Prevención y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres (2018)

El 7 de febrero de 2018 se publica la Ley en el registro oficial y desde esta fecha entra en vigor. La ley se presenta como una forma de abordar la violencia permanente y la ola de femicidios que se han visibilizado en el país, estableciendo, por ejemplo:

- Un sistema nacional para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres;
- Las acciones urgentes y medidas de

5 Se consideran miembros del núcleo familiar a la o al cónyuge, a la pareja en unión de hecho o unión libre, conviviente, ascendientes, descendientes, hermanas, hermanos, parientes hasta el segundo grado de afinidad y personas con las que se determine que el procesado o la procesada mantenga o haya mantenido vínculos familiares, íntimos, afectivos, conyugales, de convivencia, noviazgo o de cohabitación.

6 El Art. 142 señala que cuando concurran una o varias de las circunstancias agravantes del femicidio se impondrá el máximo de la pena prevista en el Art. 141.

Estas son:

1. Haber pretendido establecer o restablecer una relación de pareja o de intimidad con la víctima;
2. Exista o haya existido entre el sujeto activo y la víctima relaciones familiares, conyugales, convivencia, intimidad, noviazgo, amistad, compañerismo, laborales, escolares o cualquier otra que implique confianza, subordinación o superioridad;
3. Si el delito se comete en presencia de hijas, hijos o cualquier otro familiar de la víctima; y,
4. El cuerpo de la víctima sea expuesto o arrojado en un lugar público.

protección inmediata otorgadas por Tenencias Políticas y Juntas Cantonales de Protección de Derechos;

- La creación de un Sistema de Alerta temprana que evite femicidios;
- Un eje de reparación claro que tome en cuenta las expectativas de las víctimas;
- La ampliación de los tipos y ámbitos de la violencia, y;
- La garantía de la participación de las mujeres, organizaciones sociales, comunitarias y demás actores sociales en todos los niveles de gobierno.

De manera que el país cuenta con una Ley de "segunda generación" en el sentido de que es específica para mujeres y no para el entorno familiar, amplía los tipos de violencia y exige un abordaje integral y multisectorial, así como el compromiso presupuestario para su implementación.

## Ley Orgánica de Salud (2006)

En esta normativa, el Estado reconoce que la violencia es un problema de salud pública y establece como responsabilidad de la autoridad sanitaria nacional, de los servicios de salud, organismos seccionales, otros organismos competentes y de la sociedad en su conjunto, el contribuir a la disminución de todos los tipos de violencia, incluidos los de género, intrafamiliar, sexual y su impacto sobre la salud (Art. 31). Además, se asegura la atención de salud integral a las personas afectadas por violencia intrafamiliar y sexual.

Asimismo, por mandato de esta Ley se cuenta con un manual de procedimientos de aplicación obligatoria en los distintos niveles de salud y en el Sistema Nacional de Salud (Art. 33).



Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



CÁMARA DE  
INDUSTRIAS Y  
PRODUCCIÓN



Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

# Diagnóstico empresarial



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**

Deutsche Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PREVIO**

Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles 17  
y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**

Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**

María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso

Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**

Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**

María Irma Campos  
María Lizzy Montaño  
Viviana Maldonado

**Colaboración técnica**

Dr. Arístides Vara-Horna

**Diagramación**

Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**

Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**

AdobeStock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**

Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**

Las ideas, opiniones y criterios expresados en esta publicación son responsabilidad exclusiva de su autora y no reflejan necesariamente la opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**

<https://www.facebook.com/MujeressinV/>  
[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**

En este documento se utiliza el asterisco (\*) como una expresión del lenguaje inclusivo y no sexista, que toma en cuenta la gran diversidad humana. Con este símbolo expresamos la inclusión no sólo de géneros femenino y masculino, también la existencia de otras identidades de género y diversidades sexuales, así como aspectos interseccionales de discriminación no solo de género, también de otros factores de desigualdad como: origen étnico, discapacidad o diversidad funcional, edad, religión y orientación sexual, haciendo referencia a las diferentes interacciones entre estos mismos.

## Diagnóstico empresarial

En el año 2012 la Universidad de San Martín de Porres (USMP), en conjunto con la GIZ, desarrolló la primera investigación para determinar los costos empresariales de la violencia contra las mujeres (VcM). Mediante la creación de una herramienta de diagnóstico empresarial, se demostró el impacto negativo en la productividad y rentabilidad del personal de las empresas, que implica la VcM proveniente de una relación de (ex) pareja.

Desde entonces se han hecho cientos de estas investigaciones en Bolivia, Ecuador, Perú y Paraguay en diferentes sectores industriales. La metodología desarrollada no está solamente usada por otras investigadoras\*es internacionales, sino también aprobada y publicada en revistas científicas internacionales. Además, las empresas han mostrado un gran interés por conocer los efectos de la VcM en su propio personal y los costos que ésta les genera.

Aplicar el diagnóstico empresarial permitirá establecer un punto de partida para que las empresas realicen acciones de prevención y eliminación de la VcM, mejoren su productividad laboral y monitorean los cambios en su organización. Además, es una oportunidad estratégica para sentar las bases de un ambiente laboral libre de violencia contra las mujeres y aumentar el compromiso y motivación de sus colaboradoras\*es.

Sin embargo, se debe subrayar que la herramienta presentada a continuación no es apropiada para que las empresas la implementan a cuenta propia. Aunque se usa un cuestionario de autoinforme como herramienta principal, su correcta aplicación y análisis requiere una asesoría especializada, principalmente para asegurar la veracidad en las respuestas y precisión en los resultados. Se recomienda buscar asesoramiento profesional independiente de una persona u organización que esté calificada en el área de ejecución del diagnóstico empresarial. Por favor, vea el listado de consultoras\*es expertas\*os en el tema en Anexo 1.

## Breve descripción de la herramienta

Los objetivos del diagnóstico son:

- Determinar la prevalencia de la violencia

contra las mujeres en relaciones de (ex) pareja (VcM), según el auto-reporte de las\*os colaboradoras\*es.

- Determinar el efecto de la VcM en la productividad laboral medido en días perdidos por ausentismo y presentismo.
- Brindar a la empresa información contundente sobre los costos asumidos, calculando el monto anual que la empresa pierde por ausentismo y presentismo<sup>1</sup> causados por violencia, proveniente tanto de las colaboradoras agredidas, colaboradores agresores y personal que atestigua la VcM.
- Obtener evidencia, que permite encaminar acciones inmediatas de cambio e implementar políticas de gestión adecuadas para reducir la VcM.

## ¿A quiénes está dirigida?

Los resultados de la encuesta son de alta importancia no solamente para las direcciones y las gerencias, sino de igual manera para el personal. Constituye una fotografía de la situación real respecto a la VcM al interior de la empresa.

## Pasos de aplicación

Antes de realizar el diagnóstico, es importante conocer la dinámica y algunas definiciones básicas que sustentan esta herramienta. El diagnóstico empresarial entiende a la violencia contra las mujeres en relaciones de pareja (VcM) como todos los actos de violencia (económica, psicológica, física y sexual) basada en el género y ocurrida en cualquier tipo de relación de pareja (enamoramiento, noviazgo, matrimonio, convivencia) o incluso de ex pareja.

La VcM ocasiona daños físicos y emocionales en las agredidas y produce efectos negativos en su entorno social y laboral. En las empresas, los daños físicos y emocionales producto de la VcM, generan una baja productividad laboral, por el aumento de tardanzas, inasistencias al trabajo, rotación del personal y presentismo; tanto de las colaboradoras que son agredidas por sus (ex) parejas, como de los colaboradores que las agreden y del personal que atestigua la VcM.

<sup>1</sup> Presentismo significa asistir al centro laboral, pero sin trabajar a la real capacidad como consecuencia de las distracciones y preocupaciones generadas por la violencia contra las mujeres.



## Violencia contra las mujeres

genera:



### Daño físico y emocional

ocasionando



### Baja productividad laboral

por el aumento de:



Presentismo



Ausentismo



Tardanzas



Rotación de personal

A continuación, se explican detalladamente los 4 pasos que se deben seguir para hacer una ejecución correcta y completa del diagnóstico empresarial para obtener resultados válidos y fiables: 1. Recolección de datos, 2. Digitalización

de los datos e ingreso de datos al sistema, 3. Interpretación de resultados y 4. Presentación de resultados. Todos los pasos deben ejecutarse en esta secuencia, para asegurar el correcto uso de la herramienta.

## Paso 1. Recolección de datos

Los **instrumentos principales** para este paso son dos cuestionarios anónimos estructurados, uno para las mujeres y el otro para los hombres. El cuestionario para las mujeres se encuentra en el anexo 4. Tienen un formato de auto-reportaje que asegura la sinceridad de las respuestas. ¡Por ningún motivo deben realizarse preguntas directas al personal! Recuerden que solo se deben utilizar los cuestionarios disponibles en el anexo. Se pueden modificar las preguntas demográficas y laborales, pero las preguntas referidas a VcM y productividad laboral solo deben modificarse bajo la supervisión de un\*a experta\*o.

### Población y muestreo

La VcM es una variable muy sensible y hay muchas conductas violentas que son poco frecuentes (sobre todo las de violencia extrema), por lo que se requieren grandes tamaños de muestra para detectar esos efectos. Lo ideal sería encuestar a todo el personal de la empresa, pero si no es posible, se debe considerar en la muestra por lo menos 70% de todo el personal.

<sup>2</sup> Figura 1 Dinámica de la VcM en las empresas; Fotos: Adobe Stock

## Composición según áreas y sedes

Si la empresa tiene más de una sede y quiere obtener resultados por cada una de ellas, deberá seguir los mismos parámetros en cuanto a tamaño. Si quiere segmentar por áreas, las recomendaciones son las mismas.

Los cuestionarios deben aplicarse tanto a hombres como a mujeres, por ello el muestreo debe considerar a todo el personal de la empresa. Realizar un muestreo solo de la población femenina sesga los resultados.

## Capacitación de encuestadoras\*es

Para asegurar la correcta aplicación de los cuestionarios, es necesario que las\*os encuestadoras\*es reciban capacitación en:

### **Género y violencia contra las mujeres**

Se recomienda incluir temas como: estadísticas de violencia contra las mujeres en el país, definición y manifestaciones, ciclo de la violencia, tipos de violencia, mitos de la VcM y consecuencias en el ámbito personal y laboral.

### **El contenido de los cuestionarios**

Deberán conocer el significado e interpretación de cada pregunta y las opciones de respuesta. Es posible que las personas tengan dudas sobre algunas de ellas, que requieran explicación.

## Consideraciones éticas

Antes de aplicar los cuestionarios, se deben cumplir ciertas consideraciones éticas para las investigaciones sobre violencia contra las mujeres (Ellsberg & Heise, 2007; Organización Mundial de la Salud, 2001):

- ¡La participación debe ser anónima! Para ello se tendrán 2 ánforas, una para hombres y otra para mujeres, donde las personas depositarán sus cuestionarios al finalizar la aplicación.
- Se debe informar al personal que sus respuestas no serán difundidas a las gerencias de la empresa. Es importante que en todo momento se enfatice el anonimato y confidencialidad de las respuestas.
- Las\*os encuestadoras\*es deben asegurar la seguridad de las personas encuestadas, la confidencialidad de la información y la privacidad en todo momento.
- Las\*os encuestadoras\*es deben mostrar empatía, respeto y comprensión al personal, antes, durante y después del llenado de los cuestionarios. No es apropiado que asuman una función de consejeras\*os o que juzguen las experiencias de las\*os encuestadas\*os.
- Es necesario que las\*os encuestadoras\*es tengan información sobre los servicios de atención en casos de violencia contra las mujeres, ya que es probable que alguna persona solicite esta información. Por ejemplo, en **Bolivia** se tiene la línea gratuita 800 140 348 para consultas y denuncias; y en el anexo 2 un listado de los servicios disponibles en todo el país. Para **Ecuador** el listado de estos servicios se encuentra en el anexo 3.

Es altamente recomendable preparar un folleto informativo sobre estos servicios, el cual se ofrecerá al finalizar la encuesta. No se debe obligar a las\*os encuestadas\*os a llevarlo.

### **Aplicación de cuestionarios**

Para asegurar la calidad y fiabilidad de los resultados, los datos deben recolectarse siguiendo el procedimiento detallado a continuación:

#### **1. Autorización de la dirección general y soporte de todas las áreas gerenciales**

- Se debe contar con el consentimiento de la dirección general de la empresa, así como de las gerencias, para realizar las encuestas; asegurándose que todas estén informadas del diagnóstico. Una vez que se obtenga el consentimiento, se debe solicitar el acceso (tiempo y espacio) para encuestar a todo el personal o a la muestra representativa de la empresa, según se determine.
- Obtener el apoyo de todas las gerencias es igualmente importante para poder aplicar correctamente los cuestionarios. Sin su compromiso se podrían generar obstáculos sobre la disponibilidad de tiempo y espacio para el llenado de los cuestionarios.

#### **2. Asegurar el espacio adecuado y materiales**

- Se debe contar con espacios y horarios exclusivos para el llenado de los cuestionarios. Es recomendable que se realice en un lugar apartado, donde cada persona tenga un espacio individual y distante entre ellas. Esto asegura que puedan responder con libertad y sin miedo a que otra persona pueda ver sus respuestas. Asegúrese de tener suficiente cantidad de todos los materiales:

- Formularios para hombres y mujeres.
- Lapiceros (sin ningún logo de la empresa o institución).
- Buzones para depositar las encuestas.
- Identificación para las\*os encuestadoras\*es.
- Folletos informativos sobre los servicios de ayuda disponibles en la zona.

#### **3. Contacto inicial con el personal e indicaciones**

El contacto inicial es sumamente importante. Si se hace de manera adecuada asegura el éxito de la encuesta. Para ello es importante mostrar empatía y transmitir confianza a las personas al presentarse.

- Se deben dar las instrucciones ubicadas en la primera hoja del cuestionario. No se deberá informar que se trata de una encuesta sobre violencia contra las mujeres, sino que es una encuesta para **conocer la calidad de vida laboral de las\*os colaboradoras\*es en la empresa**.
- Se debe recalcar que la participación es anónima y que todas las respuestas son confidenciales. Es decir, la empresa no tendrá acceso a los cuestionarios individuales.
- El tiempo promedio de llenado de los cuestionarios es de aproximadamente 20 minutos.

- Es recomendable contar con dos encuestadoras\*es por cada grupo de 25 a 30 colaboradoras\*es.
- Las\*os encuestadoras\*es no deben trabajar en la empresa ni deben tener algún vínculo con el personal, ya que podría interferir gravemente en la sinceridad de las respuestas. Además, las\*os encuestadoras\*es deben estar presentes durante toda la aplicación para responder a las preguntas que el personal pueda realizar. De preferencia deben ser mujeres para grupos femeninos y mixtos, y hombres para personal exclusivamente masculino.

#### **4. Conducción de la encuesta**

- Se debe asegurar que ninguna persona interrumpa o ingrese al ambiente en donde se están respondiendo los cuestionarios, o que alguna jefatura esté presente durante el mismo. Además, se debe asegurar que las\*os colaboradoras\*es no escriban alguna información que pueda identificarlas\*os, como nombres, apellidos, dirección, etc.
- Es indispensable mostrar atención durante toda la encuesta, ello demuestra respeto y cortesía a las personas encuestadas. Las\*os encuestadoras\*es: No deben usar celulares en ningún momento de la encuesta, no deben distraerse conversando con la\*el compañera\*o. Siempre deben estar atentas\*os a las posibles preguntas, deben responderlas con cordialidad y nunca deben dejar alguna pregunta sin resolver.
- En todo momento se debe tomar conciencia del propio lenguaje corporal. La postura corporal debe ser de completa atención. Debe mantenerse al frente del auditorio, no “pasear” entre el personal.
- Es indispensable mantener absoluta neutralidad en la entrevista. No se debe mostrar sorpresa, aprobación o desaprobación con el tono de voz ni con la expresión del rostro, ante las preguntas.
- Se debe mostrar receptividad y empatía. En ninguna circunstancia se debe opinar o indagar sobre las experiencias de violencia de las\*os colaboradoras\*es, juzgarlas\*os o compadecerlas\*os.
- Si la persona encuestada pide un consejo o ayuda, se le debe explicar que es importante que acuda a los centros de atención donde le podrán brindar ayuda. Se les debe ofrecer un folleto informativo sobre los lugares de ayuda.

#### **5. Finalización de la encuesta**

- Se recomienda ofrecer el folleto a las personas, cuando se acerquen al ánfora a depositar las encuestas. No se les debe obligar a que lo lleven.
- No se debe entregar copias del cuestionario.
- Si se observa que el cuestionario no ha sido totalmente llenado, NO se debe obligar a la persona a responder.
- Al finalizar la encuesta, en un espacio privado o al retirarse el personal, se deben separar los cuestionarios de hombres y mujeres y hacer una relación del número de encuestas. Si se observa algún cuestionario vacío o con pocas respuestas, NO debe descartarse.

### **Nota:**

Las personas involucradas en el trabajo de campo en ninguna circunstancia deberán pertenecer a la empresa. Hacerlo genera una sensación de inseguridad en el personal encuestado y hace que no respondan con sinceridad por miedo a represalias o reacciones negativas contra ellas\*os. Esto ocasiona finalmente que los resultados no sean confiables.

Por los mismos motivos, tampoco está permitido que el personal de la empresa monitoree la aplicación de los cuestionarios o se encuentre presente en estos procesos como observadoras\*es. Por tanto, es necesario contratar a encuestadoras\*es externas\*os con experiencia en este tipo de investigación (ver el listado de consultoras\*es en el Anexo 1).

Es posible que una de las áreas de la empresa (por ejemplo, la jefatura o gerencia de RR.HH.) quiera aplicar el diagnóstico empresarial en su organización. Pero, solo podrá participar como coordinador\*a general. Es decir, estará a cargo de solicitar los permisos a la dirección, la contratación de la\*el encargada\*o del estudio y de las\*os encuestadoras\*es, la preparación del material y los espacios, organizar la logística, etc. Por ningún motivo deberá estar en contacto directo con el personal, en ninguna de las etapas.

## **Paso 2.** Digitalizar los datos e ingresar a un sistema

### **Organización de cuestionarios**

- Separar los cuestionarios de hombres y mujeres.
- Para evitar que se ingrese un cuestionario más de una vez, se debe asignar un código numérico a cada uno. Se empezará desde el número 1, tanto para los cuestionarios de mujeres como de hombres.
- Como son dos plantillas de Excel distintas y los títulos de los cuestionarios indican si son para hombres o mujeres, no es necesario agregar un código adicional que los diferencie.

### **Tabulación de datos**

- Las respuestas de los cuestionarios de hombres y mujeres deberán ingresarse en plantillas de Excel con los nombres: "FormatoExcelHombre" y "FormatoExcelMujer", respectivamente.
- En las plantillas de Excel, hay que poner una categoría por cada pregunta del cuestionario, donde se deben ingresar las respuestas. Cada respuesta debe tener un código y debe colocarse en la columna correspondiente.

### **Control de calidad**

- En el ingreso: Controlar la originalidad de la fuente y eliminar los cuestionarios inválidos o incompletos. Si se detecta que un cuestionario tiene más de la mitad de las preguntas sin responder, se le deberá asignar un número de identificación, pero no deberá ser ingresada a la plantilla de Excel.
- En la tabulación: Realizar una comparación al azar, del 1% de los cuestionarios, entre el cuestionario original (en físico) y la información ingresada en la plantilla Excel, para asegurar que no haya errores de tabulación.

- En los resultados: Analizar que los valores ingresados correspondan a las categorías establecidas, mediante la exploración de tablas de frecuencia.
- Luego de que los cuestionarios han sido digitalizados y se realizó el control de calidad, deberán ser destruidos.

**Nota:**

Se sugiere que la digitalización y análisis de resultados lo realice una persona cualificada. La persona a cargo de realizar la digitación de los datos NO deberá pertenecer a la empresa. Se recomienda que un\*a o dos encuestadoras\*es que participaron en el trabajo de campo, se hagan cargo de este proceso. Recuerde que los cuestionarios llenados no deben regresar a la empresa en ningún momento. Sólo las plantillas en Excel deberán estar disponibles, únicamente, para la persona que coordinó el proyecto. Esto ayuda a asegurar la confidencialidad de las respuestas.

## Paso 3. Interpretación de resultados

Luego del procesamiento de los datos, se presenta un informe con gráficos y cifras que muestran la presencia de la VcM en la empresa, el impacto en la productividad y los costos que genera. Los resultados deben interpretarse con asesoramiento profesional.

Los resultados incluyen:

### Prevalencia (Porcentaje de personas afectadas directa o indirectamente por la VcM)

- Porcentaje del total de colaboradoras que ha sido agredida por su pareja o ex pareja, en algún momento de su relación y durante los últimos 12 meses.
- Porcentaje del total de colaboradores que ha agredido a su pareja o (ex) pareja, en algún momento de su relación y durante los últimos 12 meses.
- Porcentaje del total del personal de la empresa que ha atestiguado casos de VcM contra sus compañeras, porque: sabe o sospecha que existen colegas violentadas, ellas les pidieron ayuda, han observado acoso o amenazas, o han observado amenazas, insultos y golpes contra ellas.

### Impacto en la productividad (Días perdidos por causa de la VcM)

- Promedio de días de trabajo perdidos al año en la empresa. Esta pérdida de días puede ser a causa del presentismo o ausentismo de las colaboradoras que son agredidas por sus (ex) parejas o por los colaboradores que agreden a sus (ex) parejas en el último año (12 meses) y también por el personal que atestigua la VcM en sus colegas.

### Costos de VcM

- **Per capita:** Costo anual que tiene la empresa por cada persona (colaborador agresor, colaboradora agredida y personal que atestigua) involucrada en situaciones de VcM, costeado en moneda local o USD. El costo promedio por cada colaborador\*a se calcula en base a las remuneraciones

declaradas por las personas encuestadas, o por el factor de productividad (productividad laboral) de una persona promedio al año.

- **Global:** Costo anual total de la VcM para la empresa, en moneda local o USD. Se calcula multiplicando el costo total por cada agredida y agresor con el número de colaboradoras agredidas y colaboradores agresores en la empresa, respectivamente. La misma situación para el caso de personal que atestigua.
- **Fuerza laboral perdida:** Se refiere al equivalente en número de personas que dejan de trabajar al año, a causa de la VcM. Es calculado considerando el total de días de trabajo que pierde la empresa, al año, a causa de la VcM y los días en que un\*a trabajador\*a dependiente (con contrato anual a tiempo completo), labora para una empresa (288 días). Al dividir estas cantidades, se obtiene el número de colaboradoras\*es que dejarían de trabajar a causa de la VcM, es decir personas con cero productividad al año.

## Paso 4. Presentación de resultados

Una vez interpretados los datos, se debe elaborar un informe final y hacer una presentación con los principales resultados.

### Consideraciones éticas

- Siempre se debe respetar la privacidad de la información que brinda el personal. En ningún caso se revelarán las respuestas individuales.
- Además de informar los resultados de la investigación a las gerencias de la empresa, ellas deberán informar a todo su personal.

### ¿Qué no hacer?

- **Omitir las cifras sobre los colaboradores agresores.**  
La VcM no solo genera impactos negativos en las colaboradoras agredidas, los colaboradores agresores representan un porcentaje muy importante de los costos para las empresas, por ello nunca deben de ser ignorados en la presentación de los resultados.
- **Minimizar los resultados.**  
Independientemente del porcentaje de casos de VcM que se encuentre, se debe motivar el compromiso por la erradicación y prevención de la VcM. Tener políticas y lineamientos organizacionales de prevención de la VcM, permitirá a la empresa estar preparada ante este grave problema.
- **Justificar la VcM.**  
NUNCA se deben permitir expresiones que justifiquen la VcM, como "porque no saben defenderse", "porque no tienen educación", entre otras. NADA justifica la VcM.
- **Incorporar interpretaciones personales sobre los resultados.**  
Sólo se deben presentar los indicadores y resultados estadísticos que brinda el diagnóstico empresarial. Las interpretaciones personales como: "las mujeres se desconcentran más porque utilizan más el teléfono", "las mujeres son más sensibles", "las mujeres siempre trabajan más lento", NUNCA deben realizarse.

## Anexo 1

Zaida Beatriz Asencios Gonzalez

### Lista de consultoras\*es

Dr. Arístides A. Vara-Horna



**Sector:**  
Empresarial

**Correo electrónico:**  
[avarah@usmp.pe](mailto:avarah@usmp.pe)

**Profesión:**  
Doctor en Educación.  
Maestro en Administración y Gerencia Social. Psicólogo investigador

#### Descripción del perfil:

- Docente especialista en investigación científica, análisis estadístico y asesoría de tesis en ciencias sociales, administración y salud. Conocimiento de software analítico y estadístico y elaboración de diseños estadísticos multivariados. Experiencia exitosa en gestión de proyectos educativos virtualizados, base de datos científicos, evaluación de programas sociales, innovación curricular universitaria y gestión creativa de la innovación.
- Actualmente es Director del Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos en la Universidad San Martín de Porres.
- Amplia experiencia en la producción científica y tecnológica de investigaciones, relacionadas con Costos empresariales de la Violencia contra las Mujeres, Modelo de gestión para la prevención de la violencia contra las mujeres, entre muchas otras.

#### LinkedIn:

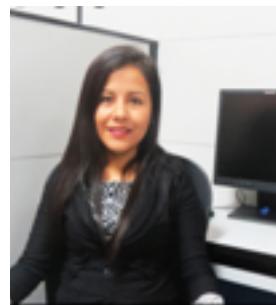
[https://www.linkedin.com/in/ar%C3%ADstides-vara-horna-9051b052?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad\\_flagship3\\_profile\\_view\\_base\\_contact\\_details%3BjB1DWRxbS6KYWSL3PIOUeg%3D%3D](https://www.linkedin.com/in/ar%C3%ADstides-vara-horna-9051b052?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_profile_view_base_contact_details%3BjB1DWRxbS6KYWSL3PIOUeg%3D%3D)

#### CV disponible en:

<https://orcid.org/0000-0002-3107-1157>

#### Más información:

<https://scholar.google.com.pe/citations?user=qrX0M50AAAAJ&hl=es>



**Sector:**  
Empresarial

**Correo electrónico:**  
[zaidaasencios@gmail.com](mailto:zaidaasencios@gmail.com)  
[zasenciosg@usmp.pe](mailto:zasenciosg@usmp.pe)

**Profesión:**  
Licenciada en Administración de empresas. Candidata al doctorado en Administración por la universidad Autónoma Nueva León- México. Magíster en estadística aplicada por la Universidad Nacional Agraria de La Molina

#### Descripción del perfil:

- Investigadora de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad San Martín de Porres (USMP). Calificada como investigadora (Código Renacyt: P0055389) por el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC). Con experiencia en investigación aplicada en ciencias empresariales y violencia de género contra las mujeres en las organizaciones.
- Ganadora del programa de Becas para tesis de Grado sobre el impacto de la violencia contra las mujeres en las empresas peruanas; convocado por el Instituto de Investigación de la Facultad de ciencias administrativas y recursos Humanos de la USMP y el programa regional combatir la violencia contra las mujeres en Latinoamérica – ComvoMujer de la Cooperación Alemana GIZ. Además, cuenta con experiencia en la edición de artículos científicos y análisis de datos.
- Ha publicado como autora principal y co-autora en diversos estudios relacionados al impacto de la violencia contra las mujeres en empresas, microempresas, universidades y escuelas públicas.

**LinkedIn:** Zaida Beatriz Asencios Gonzalez

#### CV disponible en:

[https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id\\_investigador=55389](https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=55389)

#### Más información:

<https://scholar.google.es/citations?user=i07BIAAAAJ&hl=es>

## Alberto Díaz Rosillo



**Sector:**  
Empresarial

**Correo electrónico:**  
[adiazr1@usmp.pe](mailto:adiazr1@usmp.pe)  
[diaz.alberto@hotmail.com](mailto:diaz.alberto@hotmail.com)

**Profesión:**  
Docente universitario

### Descripción del perfil:

- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Máster en Gestión de Empresas Turísticas por la Universidad de Valencia. Máster en Estudios de Género, Identidades y Ciudadanía por la Universidad de Huelva.
- Experiencia en el campo profesional turístico y como formador en diversas ramas de economía en España, tanto en empresas como en Instituciones Académicas.
- Docente en la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres y miembro de su Instituto de Investigación.
- Línea de investigación de interés en equidad en las organizaciones, especialmente en temas de género.
- Publicaciones en artículos en revistas indizadas, capítulos de libro y ponente en congresos internacionales y otros eventos nacionales e internacionales.

### CV disponible en:

[https://ctvitae.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id\\_investigador=0049301](https://ctvitae.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=0049301)

## Dennis López Odar



**Sector:**  
Empresarial

**Correo electrónico:**  
[dlopezo@usmp.pe](mailto:dlopezo@usmp.pe)

**Profesión:**  
Licenciado en Psicología.  
Postulante a Doctor en Psicología por la Universidad Nacional Federico Villarreal; postulante a magíster en Psicología por la Universidad Nacional Federico Villarreal.

### Descripción del perfil:

- Investigador a tiempo completo del Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Cuenta con especializaciones en Drogodependencia, Estadística aplicada a la Investigación Científica, Calidad y Docencia Universitaria. Asimismo, cuenta con formación en la metodología CEFÉ para el desarrollo del emprendimiento e iniciativas de negocio.
- Experiencia en docencia universitaria, investigación, capacitación, consultoría e intervención psicoterapéutica. Capacidad para diseñar y ejecutar proyectos de investigación, programas de prevención y capacitación. Convencido de la importancia de la educación, la actualización permanente y la inversión en el recurso humano para el desarrollo de toda organización y sociedad.

### CV disponible en:

[https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id\\_investigador=30392](https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=30392)

### Más información:

<https://scholar.google.es/citations?user=6a5EB4wAAAAJ&hl=es>

## Anexo 2

### Lista de Servicios en Bolivia

<https://www.mujereslibresdeviolencia.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2019/04/dirnal-Ley348-instituciones-listado.pdf>



## Anexo 3

### Lista de Servicios en Ecuador

#### Datos contacto apoyo/asesoría a mujeres que experimentan violencia en Ecuador

Existen las Unidades de Policía comunitaria en cada barrio o llamar al 911 para pedir auxilio inmediato.

De igual manera, se pueden presentar denuncias por delitos de violencia contra las mujeres en la Fiscalía General del Estado que tiene delegaciones en todas las provincias del país. El trámite es gratuito y no requiere de abogado\*.

Las unidades judiciales especializadas de violencia contra las mujeres o integrantes del núcleo familiar brindan atención integral a mujeres, niños, niñas y adolescentes, que sean víctimas de violencia física, psicológica, patrimonial o sexual a nivel nacional. Las direcciones a nivel nacional están disponibles en su sitio web: <https://funcionjudicial.gob.ec/popup/unidadesjudicialesmujerdirecciones.pdf>

Para cualquier atención a la salud física o psicológica, las mujeres afectadas pueden acudir al establecimiento de salud más cercano al domicilio.

- **La Defensoría Pública** brinda servicios gratuitos de asesoramiento y patrocinio en casos de violencia contra las mujeres y violencia intrafamiliar. Se puede acceder a asistencia a través de su sitio web <https://www.defensoria.gob.ec/>  
- correo electrónico: [defensoria@defensoria.gob.ec](mailto:defensoria@defensoria.gob.ec) - o por vía telefónica al: (593-2) 3 815-270
- Búsqueda de refugio y apoyo psicológico en Quito. **Casa de Refugio Matilde** (24 horas): 0996 696 723 (solo llamadas), 09 8779 6688 (llamadas, preferible no whatsapp). Teléfono fijo: 2625 316  
Facebook: [www.facebook.com/refugiomatilde](https://www.facebook.com/refugiomatilde)
- Atención psicológica para casos de VcM en Quito. **Warmi Pichincha**: 098 742 7448
- Búsqueda de asesoría y apoyo psicológico en casos de VcM en **Quito. CEPAM**.  
- QUITO – 0986362526 - Calle Luis Cordero E6-11 y Reina Victoria, Edif. Gabriela Mistral, oficina 102  
- SANGOLQUÍ/RUMUÑAHUI – 0992685614 - Av. Abdón Calderón y Viñedos, a lado de la cevichería "Valle Mar"  
- Ruta de ayuda: <https://www.cepam.org.ec/ruta-de-ayuda/>
- Búsqueda de asesoría y apoyo psicológico en **Guayaquil. CEPAM**.  
Av. Gral. Francisco Robles y 3er Callejón (cerca del mercado de la Caraguay)  
Dirección Santa Elena: Universidad Península de Santa Elena - UPSE, Av. La Libertad (entrada por garita Nro. 2)  
Teléfono: (+593)(4) 2446945  
Email: [cepam@cepamgye.org](mailto:cepam@cepamgye.org)
- En **Esmeraldas. Fundación Lunita Lunera**: 099 481 3543
- Para el **resto del país**:  
Casas de acogida y centros de apoyo en casos de VcM: <https://www.mujeressinviolencia.org/casas-de-acogida-y-centros-de-apoyo/>

## Anexo 4

### Cuestionarios para mujeres y hombres

#### Cuestionario anónimo y confidencial (m)

Estimada trabajadora:

Estamos realizando una investigación para conocer la realidad y problemas que enfrenta la mujer trabajadora de la empresa XXX y, a partir de ello, sugerir mejoras para el bienestar y calidad de vida. Le pedimos encarecidamente que nos apoye con esta causa, completando este cuestionario de la forma más sincera posible.

Le recordamos que este cuestionario es anónimo y confidencial. Por favor no escriba su nombre. **Toda la información que proporcione será estrictamente confidencial, nadie podrá saber lo que usted respondió.** Aunque la empresa está colaborando con el estudio, ella no tendrá acceso a ninguno de estos cuestionarios. Por favor, siéntase con la confianza para

responder libremente y sin temor a ser criticada o sancionada. De antemano agradecemos su colaboración.

#### Instrucciones:

1. No escriba su nombre ni apellido.
2. Responda todas las preguntas con la mayor sinceridad posible.
3. Si tiene alguna duda, por favor levante la mano y pregunte a la encuestadora en privado.
4. Al terminar de llenar la encuesta, dóblela y dépositela en el ánfora.

#### I. Información general

Por favor responda las siguientes preguntas, marcando con una "X" la alternativa adecuada a su caso.

Nº	Preguntas	Alternativas de respuesta
1	¿Cuántos años tiene?	Tengo _____ años
2	¿Cuánto tiempo viene trabajando en esta empresa?	<input type="radio"/> Hace menos de un año <input type="radio"/> Entre 1 y 3 años <input type="radio"/> Entre 4 y 7 años <input type="radio"/> Entre 8 y 10 años <input type="radio"/> Más de 10 años
3	¿Cuántas horas a la semana trabaja?	<input type="radio"/> Hasta 20 horas <input type="radio"/> Entre 21 y 30 horas <input type="radio"/> Entre 31 y 40 horas <input type="radio"/> Entre 41 y 50 horas <input type="radio"/> Entre 51 y 60 horas <input type="radio"/> Más de 60 horas
4	¿Qué tipo de contrato laboral tiene usted?	<input type="radio"/> Contrato por tiempo indefinido <input type="radio"/> Contrato por tiempo parcial
5	Actualmente ¿Cuánto es su remuneración mensual total, <b>sin descuentos</b> ?	Es _____ mensuales
6	Cuando empezó a trabajar en esta empresa ¿Cuánto fue su remuneración mensual total, <b>sin descuentos</b> ?	Fue _____ mensuales
7	¿Tiene pareja actualmente (Ej. enamorado, novio, esposo, conviviente)?	<input type="radio"/> Sí, actualmente. <input type="radio"/> He tenido hace menos de un año. <input type="radio"/> He tenido hace más de un año. <input type="radio"/> Nunca he tenido (pase a la pregunta N°14).

8	¿Qué tipo de relación tiene con su pareja? (o ha tenido con la última pareja)	<input type="radio"/> Enamorados <input type="radio"/> Novios <input type="radio"/> Casados o convivientes <input type="radio"/> Separados o divorciados <input type="radio"/> Otros
9	¿Vive con su pareja actual?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí
10	¿Cuántos años de relación tiene con su pareja actual?	<input type="radio"/> Menos de 1 año <input type="radio"/> Entre 1 y 2 años <input type="radio"/> Entre 3 y 5 años <input type="radio"/> Entre 6 y 10 años <input type="radio"/> Más de 10 años
11	¿A qué se dedica su pareja actualmente?	<input type="radio"/> Se encuentra a cargo de las labores del hogar. <input type="radio"/> Está desempleado. <input type="radio"/> Trabaja de vez en cuando / Eventualmente. <input type="radio"/> Tiene su negocio propio / Trabaja como independiente. <input type="radio"/> Trabaja para una empresa privada. <input type="radio"/> Trabaja para el sector público / Trabaja para el Estado. <input type="radio"/> No sé en qué trabaja.
12	¿Tiene hijos o hijas?  ¿Cuántos tiene?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí  Tengo _____ hijos e hijas
13	¿Qué otras personas dependen de usted? (menores de edad, padres, familiares con discapacidad, etc.)	<input type="radio"/> Ninguna  Dependen _____ personas

## II. Ambiente de trabajo

Todas tenemos periodos donde somos más productivas y periodos donde nuestra

productividad baja más de lo usual. En el último mes (cuatro semanas), indique cuántas veces su rendimiento ha disminuido, ha llegado tarde, o ha faltado por diversos motivos.

¿Cuántos días ha dejado de trabajar o ha faltado al trabajo durante las últimas cuatro semanas (último mes)?		Alternativas de respuesta ¿Cuántos días ha faltado al trabajo en los últimos 30 días?					
14	Porque estaba enferma o tenía alguna dolencia o indisposición de salud.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
15	Para atender su salud física o mental (clínica, hospital, centro de salud, etc.).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
16	Para atender la salud o el cuidado de sus familiares.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
17	Porque alguno de sus familiares estaba enfermo o necesitaba su atención o ayuda.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
18	Para atender temas legales, financieros o personales (ir a juzgados, comisarías, trámites documentales, etc.).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
19	Porque no contaba con dinero para movilizarse (no tenía pasajes, gasolina, etc.).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
20	Porque tuvo peleas o discusiones con su pareja o expareja.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días

21	Porque su pareja no le dejó ir o le impidió ir a trabajar.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
22	Por otras razones personales o familiares.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
23	Porque estaba de vacaciones.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
24	No faltó al trabajo, pero llegó tarde o se retrasó (menos de 1 hora).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
25	No faltó al trabajo, pero llegó tarde o se retrasó (Entre 1 y 2 horas).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
26	No faltó al trabajo, pero llegó tarde o se retrasó (Más de 2 horas).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días

En las últimas cuatro semanas (último mes) ...		Alternativas de respuesta ¿Cuántos días o veces ocurrió en los últimos 30 días?					
27	¿Tuvo dificultades para concentrarse en el trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
28	¿Trabajó más lento de lo usual?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
29	¿Estuvo cansada, agotada o exhausta en el trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
30	¿Tenía preocupaciones personales o familiares que afectaban su trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
31	¿Su desempeño o rendimiento estuvo muy debajo de lo normal?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
32	¿No pudo trabajar o tuvo que dejar de trabajar a pesar de estar presente en su centro de labores?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
33	¿Tuvo que dejar el trabajo porque ocurrió alguna emergencia familiar o personal?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
34	¿Tuvo que dejar de trabajar porque algo le afectaba emocionalmente (Ej. Se sentía tan mal que no podía pensar en el trabajo)?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
35	¿Tuvo que dejar de trabajar porque algo le afectaba físicamente? (Ej. Tenía fuertes dolores que le impedían trabajar con normalidad)	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
36	Por razones ajenas a su voluntad, ¿tuvo errores en su trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
37	Por razones ajenas a su voluntad, ¿tuvo incidentes laborales? (Ej. Problemas con clientes, con supervisores o compañeros, llamadas de atención del jefe o jefa).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
38	¿Tuvo algún accidente en el trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
39	¿Tuvo algún accidente en el trabajo que le causó algún daño físico?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días

### III. Salud integral

A continuación, le presentamos preguntas sobre algunas **dolencias, enfermedades y circunstancias de salud**

que es importante registrar. Por favor tome en cuenta el último año (doce meses) como tiempo de respuesta.

¿Con qué frecuencia ha ocurrido lo siguiente?		Alternativas de respuesta (considerar solo los últimos 12 meses)					
40	Se ha sentido deprimida o sin esperanza.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
41	Se ha sentido indefensa, temerosa o ansiosa.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
42	Se ha sentido angustiada, desesperada.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
43	Ha pensado en quitarse la vida o ha tenido ideas suicidas.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
44	Ha intentado acabar con su vida.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
45	Se ha sentido enferma, tensionada o con fuertes dolores en el cuerpo.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
46	Ha tenido muchos problemas para dormir.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
47	Ha tenido fuertes malestares gastrointestinales (diarreas, vómitos, dolores de estómago, etc.)	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
48	Ha sufrido contusiones, luxaciones o esguinces en alguna parte de su cuerpo (Ej. muñecas, manos, pies, rodillas).	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
49	Ha sufrido quemaduras, cortes o heridas profundas.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
50	Ha tenido fracturas de algún hueso.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
51	¿Ha tenido que ir al hospital, centro de salud o consultorio médico porque necesitaba atención?	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
52	¿Ha tenido que hospitalizarse o estar internada en una clínica?	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
53	¿Le han tenido que realizar alguna cirugía u operación médica? (No incluir el parto)	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días

### IV. Experiencias personales de compañeras o compañeros

Algunas veces los maltratos que ocurren en los hogares (Ejemplo: maltratos verbales, físicos, sexuales, económicos, etc.) pueden

extenderse hacia el ambiente de trabajo. Muchas (os) compañeras (os) de trabajo (hombres y mujeres) pueden vivir situaciones de violencia con sus parejas o ex parejas. Por favor responda las siguientes preguntas, considerando su experiencia en esta empresa.

Nº	Preguntas	Alternativas de respuesta
54	¿Sabe o sospecha si en su trabajo existen compañeras o compañeros que son maltratadas(os) por sus parejas?	<input type="radio"/> No sé <input type="radio"/> Sí hay, conozco compañeras o compañeros
55	¿Alguna de sus compañeras o compañeros de trabajo le contó o pidió ayuda o consejo sobre algún problema de violencia con su pareja?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí, compañeras o compañeros
56	¿Observó alguna vez que sus compañeras o compañeros de trabajo sean acosadas(os) o amenazadas(os) por teléfono o correo electrónico por parte de sus parejas?	<input type="radio"/> No sé o no vi <input type="radio"/> Sí, vi a compañeras o compañeros
57	¿Observó alguna vez que sus compañeras o compañeros de trabajo sean amenazadas(os) violentadas(os) o maltratadas(os) por sus parejas?	<input type="radio"/> No sé o no vi <input type="radio"/> Sí, vi a compañeras o compañeros
58	Según lo observado, en general, ¿estos casos de violencia han afectado en algo el desempeño o rendimiento en el trabajo de su compañera(o)?	<input type="radio"/> No ha afectado <input type="radio"/> Poco (se han perdido algunas horas solamente) <input type="radio"/> Regular (se ha perdido tiempo y retrasado el trabajo) <input type="radio"/> Mucho (se ha perdido tiempo, retrasado el trabajo y afectado la producción o el servicio) <input type="radio"/> Demasiado (se ha paralizado el trabajo y ha traído pérdidas considerables o despidos)
59	¿Cuántas compañeras o compañeros de trabajo que han sufrido violencia por parte de sus parejas, ya no trabajan en la empresa?	<input type="radio"/> No sé o no vi <input type="radio"/> Todas siguen trabajando en la empresa _____ compañeras ya no están (anote la cantidad de compañeras que ya no están)

## V. Experiencias personales con la pareja o expareja

A continuación, le presentamos una serie de conductas que su pareja actual o ex pareja

(Ejemplo: **esposo, conviviente, enamorado, novio**) pudo haber realizado en el último año (doce meses). Por favor, responda con la mayor sinceridad posible, recuerde que **todas sus respuestas se mantendrán en secreto**.

Alguna vez <b>mientras trabajaba</b> , su pareja (o ex pareja) ...		Alternativas de respuesta (considerar últimos 12 meses)						
60	Él la ha acosado o amenazado por teléfono, correo electrónico o mensaje de texto.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
61	Él se ha presentado sin aviso para acosarla o amenazarla.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
62	Él la ha amenazado, insultado o golpeado en su centro de trabajo o saliendo de él.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces

Su pareja actual (o ex pareja) ...		Alternativas de respuesta (considerar últimos 12 meses)						
63	Él la ha humillado, dicho cosas que le han hecho sentirse menos o sentirse mal.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
64	Él se ha apoderado o le ha quitado a usted sus ingresos o sueldo.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
65	Él la ha amenazado con no darle dinero si usted no le obedece.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
66	Él la ha amenazado, insultado o atacado verbalmente.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
67	Él la ha golpeado, cacheteado, pateado, mordido o sujetado fuertemente del brazo.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
68	Él la ha atacado con objetos, palos, armas corto punzantes o armas de fuego.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
69	Él la ha obligado a tener relaciones sexuales sin su consentimiento.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
70	Él la ha obligado a tener relaciones sexuales usando amenazas o la fuerza.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
71	Él le ha causado daños físicos (moretones graves, fracturas, lesiones, cortes).	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces

Muchas gracias por su colaboración e información sincera. Sus aportes serán muy importantes para mejorar la calidad de vida de las trabajadoras en nuestro país.

## Cuestionario anónimo y confidencial (h)

Estimado trabajador:

Estamos realizando una investigación para conocer la realidad y problemas que enfrenta los hombres trabajadores de la empresa XXX y, a partir de ello, sugerir mejoras para el bienestar y calidad de vida. Le pedimos encarecidamente que nos apoye con esta causa, completando este cuestionario de la forma más sincera posible.

Le recordamos que este cuestionario es anónimo y confidencial. Por favor no escriba su nombre. **Toda la información que proporcione será estrictamente confidencial, nadie podrá saber lo que usted respondió.** Aunque la empresa está colaborando con el estudio, ella no tendrá acceso a ninguno de estos cuestionarios. Por favor, siéntase con la confianza para

responder libremente y sin temor a ser criticado o sancionado. De antemano agradecemos su colaboración.

### Instrucciones:

1. No escriba su nombre ni apellido.
2. Responda todas las preguntas con la mayor sinceridad posible.
3. Si tiene alguna duda, por favor levante la mano y pregunte a la encuestadora en privado.
4. Al terminar de llenar la encuesta, dóblela y depositela en el ánfora.

### I. Información general

Por favor responda las siguientes preguntas, marcando con una "X" la alternativa adecuada a su caso.

Nº	Preguntas	Alternativas de respuesta
1	¿Cuántos años tiene?	Tengo _____ años
2	¿Cuánto tiempo viene trabajando en esta empresa?	<input type="radio"/> Hace menos de un año <input type="radio"/> Entre 1 y 3 años <input type="radio"/> Entre 4 y 7 años <input type="radio"/> Entre 8 y 10 años <input type="radio"/> Más de 10 años
3	¿Cuántas horas a la semana trabaja?	<input type="radio"/> Hasta 20 horas <input type="radio"/> Entre 21 y 30 horas <input type="radio"/> Entre 31 y 40 horas <input type="radio"/> Entre 41 y 50 horas <input type="radio"/> Entre 51 y 60 horas <input type="radio"/> Más de 60 horas
4	¿Qué tipo de contrato laboral tiene usted?	<input type="radio"/> Contrato por tiempo indefinido <input type="radio"/> Contrato por tiempo parcial
5	Actualmente ¿Cuánto es su remuneración mensual total, <b>sin descuentos</b> ?	Es _____ mensuales
6	Cuando empezó a trabajar en esta empresa ¿Cuánto fue su remuneración mensual total, <b>sin descuentos</b> ?	Fue _____ mensuales
7	¿Tiene pareja actualmente (Ej. enamorada, novia, esposa, conviviente)?	<input type="radio"/> Sí, actualmente. <input type="radio"/> He tenido hace menos de un año. <input type="radio"/> He tenido hace más de un año. <input type="radio"/> Nunca he tenido (pase a la pregunta N°14).
8	¿Qué tipo de relación tiene con su pareja? (o ha tenido con la última pareja)	<input type="radio"/> Enamorados <input type="radio"/> Novios <input type="radio"/> Casados o convivientes <input type="radio"/> Separados o divorciados <input type="radio"/> Otros
9	¿Vive con su pareja actual?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí
10	¿Cuántos años de relación tiene con su pareja actual?	<input type="radio"/> Menos de 1 año <input type="radio"/> Entre 1 y 2 años <input type="radio"/> Entre 3 y 5 años <input type="radio"/> Entre 6 y 10 años <input type="radio"/> Más de 10 años
11	¿A qué se dedica su pareja actualmente?	<input type="radio"/> Es ama de casa. <input type="radio"/> Está desempleada. <input type="radio"/> Trabaja de vez en cuando / Eventualmente. <input type="radio"/> Tiene su negocio propio / Trabaja como independiente. <input type="radio"/> Trabaja para una empresa privada. <input type="radio"/> Trabaja para el sector público / Trabaja para el Estado. <input type="radio"/> No sé en qué trabaja.
12	¿Tiene hijos o hijas?  ¿Cuántos tiene?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí Tengo _____ hijos e hijas
13	¿Qué otras personas dependen de usted? (menores de edad, padres, familiares con discapacidad, etc.)	<input type="radio"/> Ninguna Dependen _____ personas

## II. Ambiente de trabajo

Todos tenemos períodos donde somos más productivos y períodos donde nuestra

productividad baja más de lo usual. En el último mes (cuatro semanas), indique cuántas veces su rendimiento ha disminuido, ha llegado tarde, o ha faltado por diversos motivos.

¿Cuántos días ha dejado de trabajar o ha faltado al trabajo durante las últimas cuatro semanas (último mes)?		Alternativas de respuesta ¿Cuántos días ha faltado al trabajo en los últimos 30 días?					
14	Porque estaba enfermo o tenía alguna dolencia o indisposición de salud.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
15	Para atender su salud física o mental (clínica, hospital, centro de salud, etc.).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
16	Para atender la salud o el cuidado de sus familiares.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
17	Porque alguno de sus familiares estaba enfermo o necesitaba su atención o ayuda.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
18	Para atender temas legales, financieros o personales (ir a juzgados, comisarías, trámites documentales, etc.).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
19	Porque no contaba con dinero para movilizarse (no tenía pasajes, gasolina, etc.).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
20	Porque tuvo peleas o discusiones con su pareja o expareja.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
21	Porque su pareja no le dejó ir o le impidió ir a trabajar.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
22	Por otras razones personales o familiares.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
23	Porque estaba de vacaciones.	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
24	No faltó al trabajo, pero llegó tarde o se retrasó (menos de 1 hora).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
25	No faltó al trabajo, pero llegó tarde o se retrasó (Entre 1 y 2 horas).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
26	No faltó al trabajo, pero llegó tarde o se retrasó (Más de 2 horas).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días

En las últimas cuatro semanas (último mes) ...		Alternativas de respuesta ¿Cuántos días o veces ocurrió en los últimos 30 días?					
27	¿Tuvo dificultades para concentrarse en el trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
28	¿Trabajó más lento de lo usual?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
29	¿Estuvo cansado, agotado o exhausto en el trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
30	¿Tenía preocupaciones personales o familiares que afectaban su trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
31	¿Su desempeño o rendimiento estuvo muy debajo de lo normal?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días

32	¿No pudo trabajar o tuvo que dejar de trabajar a pesar de estar presente en su centro de labores?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
33	¿Tuvo que dejar el trabajo porque ocurrió alguna emergencia familiar o personal?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
34	¿Tuvo que dejar de trabajar porque algo le afectaba emocionalmente (Ej. Se sentía tan mal que no podía pensar en el trabajo)?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
35	¿Tuvo que dejar de trabajar porque algo le afectaba físicamente? (Ej. Tenía fuertes dolores que le impedían trabajar con normalidad)	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
36	Por razones ajenas a su voluntad, ¿tuvo errores en su trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
37	Por razones ajenas a su voluntad, ¿tuvo incidentes laborales? (Ej. Problemas con clientes, con supervisores o compañeros, llamadas de atención del jefe o jefa).	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
38	¿Tuvo algún accidente en el trabajo?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días
39	¿Tuvo algún accidente en el trabajo que le causó algún daño físico?	Nunca	1 día	2 días	De 3 a 5 días	De 6 a 10 días	Más de 10 días

### III. Salud integral

A continuación, le presentamos preguntas sobre algunas **dolencias, enfermedades y circunstancias de salud**

que es importante registrar. Por favor tome en cuenta el último año (doce meses) como tiempo de respuesta.

¿Con qué frecuencia ha ocurrido lo siguiente?		Alternativas de respuesta (considerar solo los últimos 12 meses)					
40	Se ha sentido deprimido o sin esperanza.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
41	Se ha sentido indefenso, temeroso o ansioso.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
42	Se ha sentido angustiado, desesperado.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
43	Ha pensado en quitarse la vida o ha tenido ideas suicidas.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
44	Ha intentado acabar con su vida.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
45	Se ha sentido enfermo, tensionado o con fuertes dolores en el cuerpo.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
46	Ha tenido muchos problemas para dormir.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
47	Ha tenido fuertes malestares gastrointestinales (diarreas, vómitos, dolores de estómago, etc.)	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días

48	Ha sufrido contusiones, luxaciones o esguinces en alguna parte de su cuerpo (Ej. muñecas, manos, pies, rodillas).	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
49	Ha sufrido quemaduras, cortes o heridas profundas.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
50	Ha tenido fracturas de algún hueso.	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
51	¿Ha tenido que ir al hospital, centro de salud o consultorio médico porque necesitaba atención?	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
52	¿Ha tenido que hospitalizarse o estar internado en una clínica?	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días
53	¿Le han tenido que realizar alguna cirugía u operación médica?	Nunca	1 día	2 días	Entre 3 y 5 días	Entre 6 y 10 días	Más de 10 días

#### IV. Experiencias personales de compañeras o compañeros

Algunas veces los maltratos que ocurren en los hogares (Ejemplo: Maltratos verbales, físicos, sexuales, económicos, etc.) pueden

extenderse hacia el ambiente de trabajo. Muchas (os) compañeras (os) de trabajo (hombres y mujeres) pueden vivir situaciones de violencia con sus parejas o ex parejas. Por favor responda las siguientes preguntas, considerando su experiencia en esta empresa.

Nº	Preguntas	Alternativas de respuesta
54	¿Sabe o sospecha si en su trabajo existen compañeras o compañeros que son maltratadas(os) por sus parejas?	<input type="radio"/> No sé <input type="radio"/> Sí hay, conozco compañeras o compañeros
55	¿Alguna de sus compañeras o compañeros de trabajo le contó o pidió ayuda o consejo sobre algún problema de violencia con su pareja?	<input type="radio"/> No <input type="radio"/> Sí, compañeras o compañeros
56	¿Observó alguna vez que sus compañeras o compañeros de trabajo sean acosadas(os) o amenazadas(os) por teléfono o correo electrónico por parte de sus parejas?	<input type="radio"/> No sé o no vi <input type="radio"/> Sí, vi a compañeras o compañeros
57	¿Observó alguna vez que sus compañeras o compañeros de trabajo sean amenazadas(os) violentadas(os) o maltratadas(os) por sus parejas?	<input type="radio"/> No sé o no vi <input type="radio"/> Sí, vi a compañeras o compañeros
58	Según lo observado, en general, ¿estos casos de violencia han afectado en algo el desempeño o rendimiento en el trabajo de su compañera(o)?	<input type="radio"/> No ha afectado <input type="radio"/> Poco (se han perdido algunas horas solamente) <input type="radio"/> Regular (se ha perdido tiempo y retrasado el trabajo) <input type="radio"/> Mucho (se ha perdido tiempo, retrasado el trabajo y afectado la producción o el servicio) <input type="radio"/> Demasiado (se ha paralizado el trabajo y ha traído pérdidas considerables o despidos)
59	¿Cuántas compañeras o compañeros de trabajo que han sufrido violencia por parte de sus parejas, ya no trabajan en la empresa?	<input type="radio"/> No sé o no vi <input type="radio"/> Todas siguen trabajando en la empresa _____ compañeras ya no están (anote la cantidad de compañeras que ya no están)

## V. Experiencias personales con la pareja o expareja

A continuación, le presentamos una serie de conductas que su pareja actual o ex pareja

(Ejemplo: **esposa, conviviente, enamorada, novia**) pudo haber realizado en el último año (doce meses). Por favor, responda con la mayor sinceridad posible, recuerde que **todas sus respuestas se mantendrán en secreto**.

Alguna vez <b>mientras trabajaba</b> , su pareja (o ex pareja) ...		Alternativas de respuesta (considerar últimos 12 meses)						
60	Ella lo ha acosado o amenazado por teléfono, correo electrónico o mensaje de texto.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
61	Usted la ha acosado o amenazado por teléfono, correo electrónico o mensaje de texto.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
62	Ella se ha presentado sin aviso para acosarlo o amenazarlo.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
63	Usted se ha presentado sin aviso para acosarla o amenazarla.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
64	Ella lo ha amenazado, insultado o golpeado en su centro de trabajo o saliendo de él.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
65	Usted la ha amenazado, insultado o golpeado en su centro de trabajo o saliendo de él.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces

Su pareja actual (o ex pareja) ...		Alternativas de respuesta (considerar últimos 12 meses)						
66	Ella lo ha amenazado, insultado o atacado verbalmente.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
67	Usted la ha amenazado, insultado o atacado verbalmente.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
68	Ella lo ha golpeado, cacheteado, pateado, mordido o sujetado fuertemente del brazo.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
69	Usted la ha golpeado, cacheteado, pateado, mordido o sujetado fuertemente del brazo.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
70	Ella lo ha atacado con objetos, palos, armas corto punzantes o armas de fuego.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
71	Usted la ha atacado con objetos, palos, armas corto punzantes o armas de fuego.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
72	Ella lo ha obligado a tener relaciones sexuales sin su consentimiento.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces

73	Usted la ha obligado a tener relaciones sexuales sin su consentimiento.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
74	Ella la ha obligado a tener relaciones sexuales usando amenazas o la fuerza.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
75	Usted la ha obligado a tener relaciones sexuales usando amenazas o la fuerza.	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
76	Ella le ha causado daños físicos (moretones graves, esguinces, fracturas, lesiones, cortes).	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces
77	Usted le ha causado daños físicos (moretones graves, esguinces, fracturas, lesiones, cortes).	Nunca	Pasó antes, ahora no	Una o dos veces	Entre 3 a 5 veces	Entre 6 y 10 veces	Entre 11 y 20 veces	Más de 20 veces

Muchas gracias por su colaboración e información sincera. Sus aportes serán muy importantes para mejorar la calidad de vida de los trabajadores en nuestro país.

## Anexo 5

### Recursos bibliográficos

- Hoja Informativa: Comprobado: la violencia a las mujeres cuesta miles de millones al año a las empresas en Bolivia: <https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/tracd/154-2015-es-factsheet-tracd-bol.pdf>
- Resumen ejecutivo de Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Ecuador: <https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/tracd/295-2019-es-study-tracd-ec.pdf>
- Infografía de Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Ecuador: <https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/tracd/297-2019-es-studyinfo-tracd-ec.pdf>

# PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES



CÁMARA DE  
INDUSTRIAS Y  
PRODUCCIÓN



cooperación  
alemana  
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



# Políticas empresariales



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**

Deutsche Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PREVIO**

Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles  
17 y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**

Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**

María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso

Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**

Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**

María Irma Campos Garvizu  
María Lizzy Montaño Eguez  
Viviana Maldonado Posso

**Colaboración técnica**

María del Rocío Alegre González  
Manuel Bartra

**Diagramación**

Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**

Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**

AdobeStock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**

Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**

Las ideas, opiniones y criterios expresados en esta publicación son responsabilidad exclusiva de su autora y no reflejan necesariamente la opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**

<https://www.facebook.com/MujeressinV/>  
[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**

En este documento se utiliza el asterisco (\*) como una expresión del lenguaje inclusivo y no sexista, que toma en cuenta la gran diversidad humana. Con este símbolo expresamos la inclusión no sólo de géneros femenino y masculino, también la existencia de otras identidades de género y diversidades sexuales, así como aspectos interseccionales de discriminación no solo de género, también de otros factores de desigualdad como: origen étnico, discapacidad o diversidad funcional, edad, religión y orientación sexual, haciendo referencia a las diferentes interacciones entre estos mismos.

***"Tolerancia cero hacia la violencia contra las mujeres.*** – Nos capacitamos constantemente en temas que promueven la no violencia en todas sus formas, sabemos cómo actuar cuando se presentan casos de violencia, estamos sensibilizadas\*os en el tema.”

Código de Ética Drogería INTI S.A.

El impresionante progreso de las políticas empresariales, durante las últimas 4 décadas, se observa claramente en el párrafo del Código de Ética de la empresa INTI. Además, apunta al hecho que ellas son una parte integrante e imprescindible, para que la tolerancia cero frente a la violencia contra las mujeres (VcM) sea una realidad en los ámbitos internos y externos de las empresas.

## Breve descripción de la herramienta

Este instrumento busca que las empresas cuenten con un recurso para procesar y desarrollar políticas proactivas en materia de prevención de la VcM, cuyos positivos efectos podrán hacerse sentir tanto internamente como en las comunidades de su entorno y finalmente en el conjunto de la sociedad. En esa línea, las políticas corporativas contra la violencia pueden ampliarse a las cadenas de proveedoras\*es, consumidoras\*es y comunidades en que las empresas realizan sus operaciones.

## ¿Qué son las políticas empresariales y para qué sirven?

La visión organizacional sobre el lugar que la corporación quiere ocupar en el mercado y la sociedad se expresa a través de las políticas empresariales: un conjunto de principios, lineamientos y valores estructurados, conocidos y aceptados por todo el personal de la empresa. En el caso particular de las políticas empresariales contra la VcM, el momento oportuno para redactarlas o actualizarlas puede ser después de haber realizado un diagnóstico sobre la situación en la cual se encuentra el personal con relación a la VcM.

Las políticas definen cuáles son los compromisos y reglas, así como los modos de trabajo que se deben cumplir y rigen la actuación en cada una de las situaciones que se presentan a diario. En otras palabras, las políticas establecen derechos y obligaciones de las\*os empleadas\*os en la empresa. También sirven para que mujeres y hombres puedan trabajar en un ambiente seguro y de mutuo respeto y, una vez adoptadas, se convierten en modelos de comportamiento no negociables y de cumplimiento obligatorio.

## El valor agregado que tienen políticas de tolerancia cero contra la violencia hacia las mujeres para las empresas

Incorporar políticas de prevención de la VcM en sus ámbitos internos y externos contribuye al posicionamiento estratégico de la empresa y una mejor sostenibilidad social y económica, enmarcándose también en la responsabilidad ética.

Genera múltiples beneficios como, por ejemplo, mayor lealtad, motivación y compromiso de sus colaboradoras\*es, ambientes de trabajo seguros, etc., aspectos que se traducen en una mayor confianza y conllevan un mejor desempeño y mayor rendimiento, que a su vez se transforma en una mayor productividad.

Los efectos positivos no solamente hacen una diferencia en la vida del personal de las empresas y sus familias, sino que además las ayudan a distinguirse de la competencia, son importante para la reputación y el prestigio empresarial y la fidelidad de su clientela. En este sentido, el compromiso por la prevención y el combate de la violencia contra las mujeres no debe considerarse como un gasto sino como una inversión. Es un ganar-ganar, ya que la empresa, ejecutando medidas concretas de prevención, no solamente genera los beneficios arriba descritos, sino que también sirve al interés propio. En concreto: mejoran los indicadores de gestión, baja el nivel de rotación del personal, aumenta la satisfacción interna y se reducen los accidentes de trabajo (cuando son causados por presentismo<sup>1</sup> asociado a la VcM), para mencionar algunos ejemplos.

<sup>1</sup> Presentismo significa asistir al centro laboral, pero sin trabajar a la real capacidad como consecuencia de las distracciones y preocupaciones generadas por la violencia contra las mujeres.

# Características de las políticas empresariales de tolerancia cero a la VcM

Una buena declaración y redacción de políticas empresariales para prevenir la VcM evita malentendidos y ayuda a que toda la organización funcione tal y como se espera. Sin unas reglas de juego, ninguna empresa se podría gestionar exitosamente. Aunque hay un sin fin de diferentes políticas, lo cierto es que, para ser efectivas deben poseer ciertas características:

## Apropriada

La política debe ser relevante y conveniente, enmarcada en las posibilidades de la empresa, para lograr la prevención de la VcM.

## Inclusiva e integradora

La política contra la violencia hacia las mujeres debe pertenecerle a la corporación y, por lo tanto, debe tener un alcance amplio e incluir a todas\*os. Para que una política tenga la repercusión requerida debe ser integradora, es decir, tener un estándar que comprenda desde la alta dirección, pasando por las gerencias, mandos medios y llegar hasta el personal operativo.

## Específica y clara

La política debe ser específica y bien definida para todas\*os las\*os que la apliquen dentro y fuera de la empresa, así como escrita en un lenguaje fácilmente entendible. Tiene que expresar con claridad las reglas o normas y cuál es la conducta que se espera del personal.

## Coherente

Es necesario que las normas de la política establecida tengan coherencia, es decir, mantengan una lógica entre sí y sirvan de ayuda para resolver la situación a la cual apuntan. Esto resultará si se tiene claro a dónde va la empresa respecto a la prevención de la VcM.

## Conocida y visible

Un aspecto muy importante es, que todas\*os y cada una\*o de las\*os integrantes del personal que compone la organización, fuese cual fuese el rol o función que desempeña, sea informada\*o.

Poner por escrito y hacer públicos los principios y normas que recogen la filosofía empresarial, así como la forma de hacer las cosas tiene dos efectos muy positivos: por un lado es un aporte extra de credibilidad y confianza para el personal y la clientela y, por otro lado, facilita las relaciones entre las personas que trabajan en la empresa.

## Medible

No debe haber malentendidos cuando se haga el seguimiento a la implementación de las políticas. Si sucede algo, las acciones propuestas por ella deberían ser medibles. Es decir, se debe constatar claramente, que la política funciona. De lo contrario, conducirá a situaciones de indecisión e incertidumbre en las mentes de quienes la usan. Hay que asegurar que se definan los mecanismos para su implementación y seguimiento y que estos funcionen o se pongan en marcha cuando sea necesario. Si una política no es verificable, su implementación se vuelve inconsistente y poco confiable.



## Pasos para crear políticas empresariales de calidad en prevención de la VcM

Una vez conocidas las características de las políticas, en este capítulo se describen brevemente los aspectos que se deben considerar en su elaboración y ejecución. Algunos aspectos son complementarios a la información previa.



### Paso 1. Definir los puntos de partida

Se inicia el proceso de elaboración definiendo las razones que demuestran la necesidad de la creación de una política de prevención de la VcM y cuál es su objetivo. Es decir, además de la prevalencia de VcM en la empresa, que se conoce, porque posiblemente exista un diagnóstico de la situación, otros puntos de partida podrían ser aumentar la seguridad y el compromiso del personal y la búsqueda de una mejora en la productividad. Más argumentos se encuentran en el capítulo *El valor agregado que tienen políticas de tolerancia cero contra la violencia hacia las mujeres para las empresas* que, a su vez, contiene también un objetivo: La tolerancia cero contra la violencia hacia las mujeres.

### Paso 2. Revisar políticas existentes

Antes de diseñar la nueva política contra la violencia hacia las mujeres, es necesario revisar las políticas existentes, sus normas y procedimientos para determinar si son susceptibles de incorporar el tema y la normativa nacional aplicable a la empresa. Lo mismo se emplea a los roles, funciones y responsabilidades de la alta dirección, de las gerencias y hasta de puestos claves en la producción. También en este punto, un diagnóstico empresarial previamente realizado, puede brindar buenos insumos, no solo para elegir los aspectos más importantes de la política, sino también dónde y con quienes ponerla en marcha.

Contando con una primera propuesta de política contra la violencia hacia las mujeres elaborada, y, aunque se recomienda involucrar al personal para asegurarse que la política sea aplicable sin problemas, otra alternativa es apoyarse en los puestos claves, en los distintos niveles, para evitar duplicidades y contradicciones en el contenido de la versión final.

### Paso 3. Redactar y/o ajustar políticas

Para redactar la política probablemente sea necesario recordar las características de las políticas descritas en el capítulo anterior. Adicionalmente a ello, se sugiere formular la redacción de manera asertiva, dado que se ha probado que los mensajes positivos funcionan mejor que las prohibiciones. Además, hay que establecer lo que se debe hacer y quienes son las\*os responsables de administrar la política de prevención de la VcM, así como el procedimiento a seguir paso a paso.

El espectro de las políticas empresariales es muy amplio y complejo, así como lo es la individualidad de las personas. Cada empresa tiene sus propias políticas, escritas o verbales, y éstas pueden englobar aspectos muy diversos. En la última década, cada vez más empresas están modificando sus políticas para enfocarlas en actitudes y valores, un desarrollo que refuerza el rol importante que las empresas pueden tener en un compromiso social en general y con la prevención de la VcM en particular.

Cada nivel en la empresa está relacionado con políticas específicas, ya sea desde lo general como la visión, misión, principios, valores, código de conducta y/o ética. A nivel más específico cuentan también con políticas sobre cultura organizacional, de recursos/talento humano, marketing u otras relacionadas con prevención de VcM, presupuestos, mecanismos de monitoreo y seguimiento, rutas de atención, prevención y sanción, lenguaje inclusivo, etc.

En las políticas de la empresa, las que se establecen para la selección y contratación, son muy importantes y trascendentales no solamente con relación a las aptitudes, sino también respecto de las actitudes y, por supuesto, deben tomar en cuenta las leyes vigentes.

El Estado Plurinacional de Bolivia ha establecido la posibilidad de solicitar al personal el **Certificado de antecedentes penales de violencia ejercida contra la mujer y cualquier miembro de su familia** (CENEVI), a cargo del Consejo de la Magistratura, que suministra a la política de recursos/talento humano una norma para afrontar el fenómeno de la VcM.

La República del Ecuador expidió el Acuerdo Ministerial No. MDT-2020-244 del 25 de noviembre de 2020, mediante el cual el Ministerio del Trabajo publicó el **"Protocolo de prevención y atención de casos de discriminación, acoso laboral y/o toda forma de violencia contra la Mujer en los Espacios de Trabajo"**. Su implementación es obligatoria tanto para entidades privadas como públicas. Además, se aprobó el Acuerdo MDT-2017-0082 que incluye la erradicación de la discriminación en el ámbito laboral.

## Paso 4. Difundir y ejecutar las políticas

Complementando lo anterior, se quiere subrayar la necesidad de difusión de la política a todas las personas en la empresa. Para que la difusión sea verdaderamente efectiva, se recomienda asegurar que las\*os colaboradoras\*es reciben la información. Se debería considerar realizar un lanzamiento oficial con la alta dirección y, en los días posteriores, cada gerencia y las\*os responsables de cada área podrían explicar la nueva política y su razón de ser. Es un hecho que las políticas fundamentadas y bien explicadas por las personas con las cuales se tiene una relación más cercana son más aceptadas y mejor aplicadas. En este momento del proceso es de la mayor importancia señalar las razones, beneficios y ventajas que la aplicación de dicha política tendrá para la organización, el ambiente de trabajo y la productividad. No olvidar que después de ser promulgadas, deben ser inmediatamente aplicadas.

## Paso 5. Seguimiento y monitoreo a la aplicación

Por último, es importante supervisar la aplicación, el cumplimiento y la vigencia de la política de prevención de la VcM, porque una política cuya realización no es controlada podría volverse contraproducente y reducir la credibilidad de quienes dirigen la empresa.

Las distintas políticas se manifiestan en compromisos, directrices e instrucciones, que guían las decisiones y acciones de la empresa en sus distintos niveles y se pueden reflejar, entre otros, en los siguientes instrumentos: manual de gestión integral, financiera, de marketing, de recursos/talento humano; reglamento interno de trabajo; códigos de ética y de conducta;

políticas específicas de capacitación o contra el acoso sexual; normas de convivencia, de seguridad, reglas de contratación; rutas de apoyo; protocolos de atención, etc. En el próximo capítulo se proporcionan ejemplos concretos de empresas, que han realizado acciones y medidas de políticas contra la violencia hacia las mujeres.

## En resumen:

Las posibilidades de diseñar políticas contra la violencia hacia las mujeres dependen, entre otros, tanto de los valores y filosofía de la empresa, de su tamaño y escala de producción, como del nivel de calificación de la fuerza de trabajo, el dinamismo del sector productivo en el que se desenvuelve, así como de las condiciones del mercado. Pero sobre todo depende, en última instancia, de la voluntad y nivel de compromiso de la alta dirección de la empresa, así como de sus ejecutivas\*os.

## Anexo 1

# Ejemplos concretos de políticas empresariales de tolerancia cero frente a la violencia contra las mujeres

Las políticas contra la violencia hacia las mujeres, descritas a continuación, no constituyen una lista cerrada ni completa de posibilidades, sino que son ejemplos concretos, que demuestran cómo las empresas han incorporado la prevención de la VcM en su propia gestión. Y, todavía más importante, han convertido sus políticas en acciones concretas.

## Droguería INTI S.A. – Bolivia

### Cero tolerancia hacia la violencia contra las mujeres

La empresa farmacéutica INTI, es la primera empresa en Bolivia y la región en implementar un modelo de gestión de prevención de la VcM que incluye, entre otras, las siguientes medidas:

Existe un **Código de ética**, el cual en general y en varios puntos del capítulo de Visión, Misión y Valores establece la tolerancia cero hacia la violencia contra las mujeres y la equidad. En el capítulo de Ética y Relaciones Internas y en el punto Relaciones laborales entre colaboradoras\*es de INTI, se condenan los casos de transgresión, cualquier tipo de acoso y prácticas comunicacionales dañinas. Para recibir las denuncias se creó una línea exclusiva, confidencial y anónima.



## CÓDIGO DE ÉTICA

*¡Somos una Cultura Ganadora!*

hacemos, lo cual nos permite realizar un gran trabajo.

- Creatividad.- Nos caracterizamos por generar y proponer nuevas ideas y mejorar procesos, siempre pensando en la estandarización de los mismos y la cultura de la Empresa.

### 3.3.5 Sensibilidad Social

- Tolerancia cero a la violencia contra las mujeres.- Nos capacitamos constantemente en temas que promueven la no violencia en todas sus formas, sabemos cómo actuar cuando se presentan casos de violencia, estamos sensibilizados en el tema.
- Equidad.- Promovemos la equidad y transparencia, tratando con igualdad, respeto y humildad a las personas; asignando tareas y recompensas según la capacidad y desempeño. Nuestra conducta no presenta intereses personales, prejuicios ni favoritismos.
- Igualdad de oportunidades.- Ofrecemos las mismas oportunidades a hombres y mujeres en puestos jerárquicos, nuestro plan de carreras es por competencias sin discriminar género, raza, religión.
- Solidaridad.- Estamos comprometidos con el bien común, participamos constantemente de campañas de salud y bienestar, realizamos actividades de ayuda social.
- Cuidado del medio ambiente.- cuidamos el medio ambiente, realizamos programas y campañas de concientización y conservación.

## CAPÍTULO IV. ÉTICA PROFESIONAL

En la **contratación del personal** INTI solicita, como otro mecanismo de prevención, el Certificado de Antecedentes Penales de Violencia Ejercida Contra la Mujer y Cualquier Miembro de su Familia (CENEVI), anteriormente descrito. Además, ha **capacitado** en el tema de prevención de la VcM a todo su personal (cerca de mil personas), desde la más alta dirección hasta el nivel operativo. Y, en coherencia con todo lo anterior, las actitudes frente a la VcM forman parte de la **evaluación de desempeño** de las\*os colaboradoras\*es.

## SETAR- Servicios Eléctricos de Tarija – Bolivia

### Energía y luz para un nuevo tiempo en la vida de las mujeres de Tarija – Bolivia

SETAR es una empresa pública de distribución y comercialización, que suministra electricidad al departamento de Tarija. También es la primera empresa pública en Bolivia, que comprometió recursos económicos y humanos para convertirse en líder en tolerancia cero frente a la VcM.

Hizo cambios en sus políticas internas, modificando su **Código de Ética y Reglamento de Reclutamiento de Personal**.

También formó exitosamente al personal directivo, administrativo, logístico, jurídico, técnico, operativo, comunicacional y de atención a la clientela, a través del **programa de capacitación Empresa Segura** – Líder en tolerancia cero frente a la violencia contra las mujeres, llegando así a casi todo su personal, incluyendo el personal masculino, que aproximadamente constituye el 85% del total de la empresa.

Un resultado concreto del proceso de formación, por parte del personal capacitado, ha sido el diseño de una **ruta de prevención, atención y sanción de la VcM en SETAR**, que se propuso a la Gerencia General como parte de una política integral.

Además, se revisaron las estrategias de comunicación para evitar todo tipo de publicidad discriminatoria y sexista.

## Empresa telefónica Viva con su fundación *Estas Vivo* – Bolivia

### **¡Viva la Vida! Contra toda forma de violencia – Bolivia**

En el marco de su política contra la violencia hacia las mujeres, Telefónica Viva, a partir del 2012 implementó acciones externas e internas. Realizaron talleres de **capacitación** en prevención de la violencia contra las mujeres, para el personal de todas sus áreas y niveles jerárquicos en la Paz, Cochabamba y Santa Cruz. En este contexto, elaboraron material didáctico e informativo adaptado a las características de su personal. Como resultado de los talleres, se propusieron **rutas de apoyo internas** de prevención y sanción de la VcM.

Como una de las **políticas de marketing** crearon una línea publicitaria específicamente dirigida a adolescentes y jóvenes, con mensajes alusivos contra la VcM: <https://www.flickr.com/photos/125628799%40N07/sets/72157646018454616/with/14607987959/>

## Banco FIE - Bolivia

### **Marca Magenta: tolerancia cero ante la violencia**

La igualdad es un principio inseparable de la identidad de Banco FIE, pues se vincula a sus orígenes y a la forma en que ha construido empresa a lo largo de más de 36 años de trayectoria. **Marca Magenta** es el programa que incluye la perspectiva de género a nivel de estrategia, gestión y construcción de liderazgo en la empresa, buscando impactar en la triple “A”: i) **A mí**, transformación de las personas, ii) **Adentro**, impactando en la cultura organizacional y iii) **Afuera**, transformando la sociedad.

Desde 2019 Banco FIE ha publicado la Política de Diversidad e Igualdad de Género que define los tres pilares centrales de trabajo: i) Igualdad de oportunidades, integración y acceso, ii) Empoderamiento de género y gestión del liderazgo y iii) **Espacios libres de violencia**,

y ha conformado el Comité de Diversidad, Igualdad de Género y Ética materializando la voluntad política de forma transversal a toda la organización de abordar y trabajar este tema en su modelo gestión.

Recientemente la entidad ha publicado su Política de Prevención, Atención y Resolución de casos de Acoso Sexual Laboral, que le permitirá abordar el tema definiendo una ruta crítica y los criterios para concientizar al personal y atender y resolver casos.

## Empresa hotelera SWISSÔTEL – Ecuador

### Con el maltrato no hay trato

El H.O.V.-Hotelera S.A., más conocida como Swissôtel, cuenta con dos unidades hoteleras de cinco estrellas en Quito. Es una empresa pionera con su **política empresarial** contra la VcM que ofrece **servicios de atención y canales de derivación** para sus colaboradoras afectadas. En un proceso participativo se identificaron e involucraron, de manera protagónica, instancias y personas en los lugares de trabajo que sirven de puntos de soporte inmediato frente a eventuales casos de VcM. Posteriormente, se brindan las facilidades administrativas y asistencia en la derivación hacia la red institucional externa de atención y protección de derechos.

Medidas contra el acoso sexual fueron incorporadas en el **Reglamento Interno de Trabajo**, así como en el **Código de Ética**, que dedica un capítulo completo a la prevención de la discriminación y el acoso. Además, se elaboró un tríptico informativo sobre el acoso sexual para el personal: <https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/propri/262-2017-es-triptych-propri-ec.pdf>

Desde 2012 y hasta el día de hoy, cuenta con un equipo propio de facilitadoras\*es que continúa con el **programa de capacitación Empresa Segura**, habiendo llegado a cerca de 1.000 colaboradoras\*es y que se repite anualmente su proceso de inducción al nuevo personal de la empresa que asegura continuidad y sostenibilidad.

## Grupo empresarial Endesa-Botrosa – Ecuador

### Mujeres y bosques libre de violencia

El grupo empresarial Endesa-Botrosa trabaja desde 2010 en la lucha contra la violencia hacia las mujeres y la ha convertido en una prioridad para el bienestar y mejora de la calidad de vida del personal y sus familias. En el marco de sus políticas de **Responsabilidad Social Empresarial** vienen impulsando medidas proactivas, generadas desde el personal médico, de recursos humanos y técnico, para prevenir y combatir la violencia contra las mujeres. A continuación, algunos ejemplos:

- Endesa-Botrosa, con personal mayoritariamente masculino, implementó la **política de masculinidades y prevención de la VcM**, alcanzando a 1.500 personas a través del fortalecimiento de las capacidades de sus colaboradores como multiplicadores (40), para que ellos pueden capacitar a los colegas y facilitar talleres bajo el programa *Empresa Segura Líder en Tolerancia Cero contra la violencia a las mujeres*. Producieron materiales didácticos, informativos y de sensibilización, que han servido también como referencia para otras empresas. De este grupo de multiplicadores surgió el grupo teatral *Los Cimarrones*, que ha realizado varias presentaciones en diferentes ciudades de Ecuador y también en Perú.
- En el marco de las relaciones con su **comunidad externa**, el personal de la empresa actúa como **agente de cambio**, que promueve la erradicación de la violencia contra las mujeres. Por ejemplo, ha organizado un **foro empresarial** sobre el impacto negativo de la violencia hacia las mujeres en el que se acordaron medidas empresariales para prevenirla; ha involucrado a la *Dirección de la Educación* de la zona, las comunidades de su entorno y las\*os niñas\*os que visitan su *Museo Interactivo del Árbol*, que se ha convertido en un espacio de constante y continua sensibilización contra la violencia hacia las mujeres.

# Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP - Ecuador

## Junt@s somos responsables para prevenir la violencia contra las mujeres

La CNT EP es comprometida con una gestión sostenible desde el 2013. Hace más que 5 años que ha incluido la temática de la prevención de la violencia contra las mujeres, en la cual lleva a cabo importantes acciones - <https://actoressostenibles.com/cnt/> -. Entre las que se destacan:

- **APP JUNT@S CNT:** Aplicación para dispositivos móviles desarrollada por la CNT EP con el apoyo de la Cooperación Alemana GIZ, enfocada en la prevención de la violencia contra las mujeres.
- **Capacitaciones periódicas planificadas:** Se realizan capacitaciones de forma sostenida al personal de la CNT EP en prevención de violencia contra las mujeres, como talleres, foros online y también tienen un curso en su plataforma E-learning. La CNT participó en un estudio de costos, llevado a cabo por la Cooperación Alemana GIZ, para determinar la prevalencia y los costos empresariales en cuánto a su personal. Fue la primera empresa del sector público en aprobar el curso *on line* *Empresa segura, líder en tolerancia cero contra la violencia hacia las mujeres*, involucrando a sus gerencias y todas\*os sus colaboradoras\*os y ha repetido el curso con una participación de 100% de su personal en las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi y Pastaza- <https://institucional.cnt.com.ec/noticias/la-cnt-ep-recibio-la-certificacion-de-empresa-segura-lider-en-tolerancia-cero-frente-a-la-violencia-hacia-las-mujeres>
- En las políticas de su personal, en cuanto a prevenir y sancionar actos de violencia contra las mujeres, se rigen por el *Protocolo de prevención y atención de casos de discriminación, acoso laboral y/o*

*toda forma de violencia contra la Mujer en los Espacios de Trabajo* del Ministerio de Trabajo.

- **Rutas de apoyo para atención en caso de violencia contra las mujeres:** la CNT EP cuenta con rutas de apoyo para atención a sobrevivientes de violencia de género e intrafamiliar con el respaldo de personal capacitado para brindar el soporte necesario.

# Laboratorios Bagó - Perú

## Mujeres saludables y libres de violencia

En el año 2012, Laboratorio Bagó del Perú insertó como una **prioridad** dentro de su política corporativa, en general, y sus **políticas de responsabilidad social**, en particular, a la **prevención de la violencia contra las mujeres**. Incorporó esta prevención en sus procedimientos organizacionales y emitió normas y políticas internas contra la violencia hacia las mujeres y que además promueven la equidad de género. Pero no solo esto, también se comprometió a realizar diferentes actividades dirigidas hacia la comunidad y la sociedad.

Esto significa en concreto, que todo su personal fue **sensibilizado y capacitado** en prevención de la violencia contra las mujeres. Adicionalmente, se **formaron** a 47 **agentes de prevención**, seleccionadas\*os por su liderazgo y su capacidad de influencia dentro de la organización. Estas personas tienen el encargo de detectar y brindar una **adecuada contención a los casos** que se puedan presentar, contando con el apoyo del departamento de recursos humanos y/o talento humano que, a su vez, deriva los casos a los servicios especializados correspondientes. La empresa, además, ha incluido el tema de la prevención de la VcM en el **proceso de inducción**, como parte de sus valores corporativos.

A nivel de la comunidad y sociedad se organizaron **eventos públicos** como caminatas por *Familias libres de Violencia* que lograron congregar alrededor de 400 personas. También, realizó la conferencia *Los altos costos empresariales de la VcM* en el Perú, dirigida a la alta dirección de un gran grupo de empresas. Los detalles en relación a su **política de marketing**

con su producto Anaflex Mujer se encuentran en el capítulo de *Campañas*.

El compromiso y la voluntad política manifestado desde la alta gerencia fue fundamental para el éxito de las políticas, alcanzado así los diferentes ámbitos de la organización, legitimando las medidas a los ojos de todo su personal, lo que garantizó su pleno respaldo. Y, este compromiso a su vez ha consolidado a la empresa como líder en el tema en el sector privado peruano.

Por todo su trabajo contra la VcM ha recibido varias veces el reconocimiento *Sello Empresa Segura libre de violencia y discriminación contra la mujer*<sup>2</sup> del Ministerio de Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) de Perú.

## International Bakery – Perú

### Comprometidas\*os contra la violencia y discriminación hacia las mujeres

La panadería industrial peruana *International Bakery*, del grupo Wong, con el aval de su gerente general, estableció una **política de erradicación de la violencia y discriminación contra las mujeres**, que fue comunicada por diversos medios a todos sus grupos de interés. Debido a esta política y a sus prácticas concretas ganó, en tres ocasiones consecutivas, el reconocimiento *Empresa Segura de Perú* - <https://www.gob.pe/institucion/mimp/campa%C3%B1as/6883-v-edicion-de-la-marca-de-certificacion-empresa-segura>

*International Bakery*, en cooperación con el *Centro de Atención Integral contra la Violencia hacia las Mujeres y Niñas – WARMI WASI* de la Municipalidad de Lima Metropolitana, realizó **talleres de sensibilización** al personal de la empresa. Le dio prioridad en vacantes o puestos de trabajo a mujeres afectadas por violencia que recurrián al WARMI WASI.

Colaboradoras y colaboradores fueron **capacitadas\*os en el Programa Empresa Segura** y desarrollaron una **ruta de apoyo**

en la empresa para los casos de VcM. El personal masculino participó en sesiones que abordaron específicamente el problema de la violencia contra las mujeres desde el enfoque de nuevas masculinidades. Para promover este enfoque lanzaron la **Cuponera Bakery**, que contempla 1 día libre y pagado al año para todos, sus más de 350 colaboradores varones, siempre que en ese día se comprometan a pasarlo con la familia, en equidad de género, compartiendo las labores del hogar y el cuidado de sus hijas\*os. Para el personal femenino se construyó un **lactario**.

Difundió información sobre los derechos de las mujeres en el ámbito laboral para su personal y también colocaron mensajes preventivos en sus camiones de reparto. Además ha colocado el reconocimiento *Empresa Segura* por parte del MIMP por ejemplo en sus panetones navideños.

De esta forma, *International Bakery* demostró con medidas concretas su compromiso por la prevención y erradicación de la VcM con todos sus grupos de interés.

## GDP Supergroup - Perú

Este grupo empresarial está conformado por las empresas GDP, Panash, Hollywood Investment, Mardigras, RCG Group, Betzar Entertainment y Low Cost Administration. En la definición e implementación de sus políticas siempre se ha involucrado al alto nivel directivo, dado que la gerenta de Talento Humano consideró vital que **el personal perciba un genuino interés y compromiso de la Gerencia General**; incluso exigió que a la hora de tomar alguna decisión o tener que aplicar alguna medida/sanción contara con dicho aval.

El *Departamento de Talento Humano* ha implementado la política con todos los mecanismos necesarios para facilitar que el procedimiento fluya a lo largo de toda la organización, de manera que cualquier persona pueda usar diferentes medios para presentar su

<sup>2</sup> La Resolución Ministerial N° 184-2011-MIMDES que institucionalizó el Reconocimiento del "Sello empresa segura libre de Libre de Violencia y Discriminación contra la Mujer" como reconocimiento que entrega el MIMP a aquellas personas jurídicas que muestran esfuerzos en promover la no violencia contra las mujeres, así como la igualdad de género, dentro de sus organizaciones y en la comunidad de su entorno.

queja o denunciar cualquier hecho de VcM. En concreto, ha puesto en marcha lo siguiente:

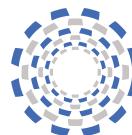
1. Línea telefónica o WhatsApp de ayuda.
2. Buzón de sugerencias y/o búsqueda de ayuda.
3. Instancias a las que debe acudirse en primer lugar y a las siguientes en caso no haya respuesta.
4. Fijar plazos para la resolución de quejas a cada instancia para que haya sentido de urgencia y cada colaboradora sepa en cuanto tiempo recibirá una respuesta y así pueda acceder a otra instancia si el resultado no le resulta satisfactorio.
5. Establecer sanciones y/o consecuencias de los actos denunciados que pueden llegar hasta el despido, dependiendo de la gravedad de la falta.
6. Publicación de las sanciones cuando estas llegan al despido

7. Compromiso de la gerencia para que en casos extremos, el área legal de la empresa pudiera dar asistencia profesional legal a las personas que la necesitarán.
8. Rutina de visitas y acercamiento de la Asistenta Social a los locales, sucursales y lactario para tener un mayor relacionamiento con las colaboradoras.
9. Vitrinas con publicaciones, consejos, entrega de dípticos o trípticos con información de interés, invitaciones a charlas, cursos, seminarios u otras actividades.

La receta para prevenir exitosamente la VcM en las empresas del GDP Supergroup fue que la dirección, el área legal y el área de recursos humanos mostraron un frente común y una actuación consecuente ante este flagelo.



Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



CÁMARA DE  
INDUSTRIAS Y  
PRODUCCIÓN



Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

# Campañas de prevención



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**  
Deutsche Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PREVIO**  
Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles 17  
y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**  
Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**  
María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso  
Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**  
Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**  
María Irma Campos Garvizu  
María Lizzy Montaño Eguez  
Viviana Maldonado Posso

**Diagramación**  
Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**  
Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**  
AdobeStock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**  
Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**  
Las ideas, opiniones y criterios expresados en esta publicación son responsabilidad exclusiva de su autora y no reflejan necesariamente la opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**  
<https://www.facebook.com/MujeressinV/>  
[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/  
catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**  
En este documento se utiliza el asterisco (\*) como una expresión del lenguaje inclusivo y no sexista, que toma en cuenta la gran diversidad humana. Con este símbolo expresamos la inclusión no sólo de géneros femenino y masculino, también la existencia de otras identidades de género y diversidades sexuales, así como aspectos interseccionales de discriminación no solo de género, también de otros factores de desigualdad como: origen étnico, discapacidad o diversidad funcional, edad, religión y orientación sexual, haciendo referencia a las diferentes interacciones entre estos mismos.

## Campañas de prevención de violencia contra las mujeres

A lo largo de los años de trabajo en la prevención de la violencia contra las mujeres con empresas privadas y públicas en Bolivia, Ecuador y en la región, campañas de muy diferentes índoles han sido una de las herramientas favoritas y más usadas. Las campañas tuvieron múltiples rostros y facetas, mostrando creatividad e innovación empresarial. Se desarrollaron desde campañas pequeñas y económicas (como poner un mensaje y el número de la línea de ayuda en un calendario de bolsillo) hasta campañas con un presupuesto considerable (diseño y producción de camisetas con lemas o spots con participación de personajes de series exitosas), que han llegado a millones de personas, manifestándose contra la violencia hacia las mujeres.

## Breve descripción de la herramienta

Esta herramienta ayuda a las empresas a reflexionar sobre elementos para construir sus políticas de marketing y branding, desde el diagnóstico de los puntos críticos a nivel interno y en sus grupos de interés, para desarrollar campañas de prevención de violencia contra las mujeres.

Hay campañas cuya audiencia es el propio personal de la empresa y hay otras cuya audiencia puede variar entre los diferentes grupos de interés (*stakeholders*), desde el público en general hasta ciertos segmentos de su clientela o de la sociedad. Para concebir ambos tipos de campañas los pasos por seguir son casi los mismos.

Les invitamos a crear su propia campaña y ser parte de la comunidad, cada día más grande, que se compromete a prevenir la violencia contra las mujeres, que es tan urgente.

## Pasos para crear y aplicar una campaña de prevención de violencia contra las mujeres

### Paso 1. Definir qué quieres conseguir con tu campaña

El punto de partida siempre es especificar claramente el objetivo principal que se quiere alcanzar. Determinar exactamente qué se quiere cambiar, con quién y qué es lo que realmente se quiere conseguir al final, ayuda a ahorrar tiempo, esfuerzos y dinero. A continuación, una pequeña lista de sugerencias sobre las razones para crear una campaña para prevenir la violencia contra las mujeres. Para las empresas que ya han hecho su propio diagnóstico empresarial sobre la situación de la violencia contra las mujeres, el mismo podría ser una fuente importante en el marco de lo anteriormente descrito.

Un objetivo puede ser la **concientización de su clientela** y a la vez **incrementar su venta** como lo ha hecho la empresa boliviana INTI con su medicamento simbólico Valórate<sup>1</sup>.

Otro objetivo es la **información al público** en general y **posicionar la empresa** como lo hizo por ejemplo la telefónica boliviana VIVA, poniendo a disposición de la Fuerza Especial de Lucha contra la Violencia (FELCV) la línea gratuita de auxilio 800 140 348, en caso de que se requiera información o se necesite ayuda por situaciones de la violencia contra las mujeres.

En el último ejemplo de la empresa de limpieza industrial *El Mejor* en Paraguay, el objetivo es **capacitar al personal** para erradicar la violencia contra las mujeres, que es un problema que afecta a todas y todos. *El Mejor* mantiene, desde 8 años su campaña *Por una Vida Limpia de Violencia contra las Mujeres* dirigida hacia el público interno y externo.

<sup>1</sup> <https://web2022.inti.com.bo/valorate/>

## Paso 2.

### Identificar a quién va dirigida tu campaña

Es muy importante delimitar, lo mejor que sea posible, al público objetivo al que se va a dirigir la campaña. Por ejemplo, un segmento de tu clientela, como lo hizo Laboratorios Bagó que direccionó la suya a mujeres adolescentes y jóvenes entre 15 y 25 años (<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/propri/088-2015-es-factsheet-propri-pe.pdf>); otro grupo puede ser las mujeres y hombres de la empresa o las\*os médicas\*os como fue en el caso de INTI.

La selección del público objetivo está fuertemente relacionada con lo que las empresas quieren lograr. Por supuesto, es mejor dirigir los mensajes de la campaña a quienes pueden o quieren generar un cambio o son capaces a impulsar el cambio en otras\*os.

Sería importante hacer una descripción del arquetipo de la persona que representa el grupo objetivo al que se apunta. Puede ser un hombre de 25 años, deportista, trabaja durante el día y estudia en la noche. Le gusta irse con sus amigos a los bares, tiene una relación difícil con su familia, etc. Hay que preguntarse ¿Qué le gusta hacer? ¿Cómo y dónde se ve en 5 años? ¿Qué aspiraciones tiene? ¿Qué canales y medios de comunicación le gustan y que utiliza a diario? Y la pregunta principal: ¿Qué se quiere que esta persona haga?, por ejemplo: que se posicione contra la violencia hacia las mujeres.

Visualizar a esta persona y tenerla presente facilita crear la campaña con imágenes y mensajes de comunicación más eficaces. Sería mejor todavía dar a esta persona un nombre y crear su imagen en concreto. Salir y entrevistar a personas que responden a este perfil permite obtener mejores informaciones, porque si hablas con todo el mundo, no hablas con nadie.

## Paso 3.

### Elegir los medios y canales de comunicación

Para el éxito de una campaña es esencial saber cuál es el grupo objetivo y cuáles son los medios publicitarios adecuados para este grupo, quiere decir, dónde se deben concentrar los esfuerzos. Puede ser que solamente se necesite usar un medio, un canal, pero también podría ser conveniente usar varios a la vez.

Hecho el perfil de la persona a la cual se quiere llegar, ayuda a identificar los respectivos canales de comunicación y seleccionar aquellos que se adecuan a tu presupuesto. Es necesario considerar que el medio elegido sea creíble y los canales de comunicación de confianza para el grupo de interés seleccionado. Si tienes un público muy joven no sirve mucho usar anuncios en periódicos, revistas o usar una página web. Más bien se deberá usar diferentes redes sociales como Instagram, Facebook o TikTok. A continuación, como inspiración se mencionan algunos medios/canales:

- Medios tradicionales como televisión, radio, prensa escrita, revistas.
- Internet, redes sociales, blogs, podcasts y canales de YouTube.
- Correo electrónico o publicidad en buzones postales.
- Ferias, convenciones, puestos de degustación.
- Letreros en la calle, pasacalles, volantes, folletos.
- Actuaciones en público para interpelar y llamar la intención al problema como se hizo en Santa Cruz con la campaña Actúa: <https://www.facebook.com/ActuaDetenLaViolencia/videos/739136796267445> o en Santiago de Chile: <https://www.youtube.com/watch?v=AC80VId40ys>
- Baile, teatro, etc. Por ejemplo Pro Mujer Bolivia creó el grupo teatral Kory Warmis (Mujeres de Oro), compuesto por 23 clientas-socias bolivianas. La obra teatral "Kusisita", trata sobre lo que implica ser mujer en la sociedad boliviana actual y fue presentada en diferentes ciudades de

Bolivia y Perú: <https://www.youtube.com/watch?v=Tnsj8a8rHM4>.

En el caso de Ecuador, en la empresa Provemundo, por iniciativa propia de los colaboradores hombres, capacitados en prevención de la violencia contra las mujeres, crearon un grupo teatral conformada por 9 integrantes. Presentaron una obra con un guion adaptado a la realidad de las regiones de la costa del país en las comunidades aledañas a la empresa y en otras ciudades del país: <https://www.youtube.com/watch?v=bF2hgHS6k-8>

- Otros materiales publicitarios.

## Paso 4. Determinar el presupuesto

Comprometerse a acciones sin conocer cuánto se va a invertir las hace poco sostenible. Es necesario tener un presupuesto para poder elegir y manejar las acciones de la campaña de manera eficiente.

## Paso 5. Diseñar el contenido y los mensajes

La violencia contra las mujeres es un asunto muy complejo y sensible, por lo tanto se necesita cautela, empatía y respeto en la elaboración de los mensajes. Campañas de esta índole, a diferencia de campañas publicitarias/mediáticas tienen un fuerte enfoque temático por lo que podría ser prudente incorporar personas con experiencia en la temática de violencia contra las mujeres en la elaboración de la campaña y en su ejecución. Los mensajes impactantes no solo son importantes, también sirven para unir a todas\*os contra la violencia hacia las mujeres. En campañas de concientización es muy importante incitar a tomar una acción concreta, sino el mensaje puede quedarse en el aire. Quiere decir, el mensaje debería crear la sensación que algo anda mal - llegar al corazón - y generar la necesidad de cambiarlo - llegar a la cabeza -.

Para que tu mensaje sea efectivo es necesario que el grupo de interés lo entienda fácilmente y genere la acción esperada. Por ello el mensaje debe ser preciso, concreto y conciso, tener una idea central, que ayude a ir al grano y ser creíble. Además, es imprescindible que tenga la información que el público objetivo necesita para tomar acción.

También hay reglas concretas para el contenido:

1. Es mejor formular el mensaje de manera positiva. Lo mismo vale para las imágenes.



Foto de la campaña realizada con la Mesa de Género de la Cooperación Internacional y los mercados de varias ciudades de Perú. (Foto Programa regional ComVoMujer/GIZ)

**2. El mensaje debería basarse en hechos, no en opiniones.**



Foto de la campaña "Cierra la llave de la violencia contra las mujeres" realizada por la Empresa de Agua Potable y Alcantarillado (EPMAPS) en el Distrito Metropolitano de Quito y por otras instancias de esta Municipalidad. (Foto Programa regional ComVoMujer/GIZ)

**3. Si posible, incorporar la posibilidad de interactuar con el público, porque aumenta la probabilidad, que más gente se interesa para la campaña y la comparte.**



Campaña cierra el grifo de la violencia contra las mujeres, Santa Cruz de la Sierra-Bolivia.  
Foto: Federación Departamental de Cooperativas de Agua y Alcantarillado Sanitario de Santa Cruz (FEDECAAS).



Afiche de la campaña “Cierra el grifo de la violencia contra las mujeres” realizada por el Ministerio de medio Ambiente y Agua de Bolivia.

**4. La prevención de la violencia contra las mujeres es un tema muy sensible y no debería causar indiferencia. Por esta razón es muy importante lograr una conexión personal con la audiencia.**



Leyendo textos de cartas escritas durante la campaña Cartas de Mujeres Bolivia. (Foto: Programa regional ComVoMujer/GIZ)

El mensaje con el que se busca mover a la audiencia puede tener diferentes facetas. Puede ser un texto, un eslogan; también puede ser solo una imagen o una imagen con texto, dado que la combinación de elementos visuales puede aumentar el impacto. Tomar en cuenta que, aunque es necesario que se utilice el mismo texto y la misma imagen en todos los medios publicitarios, es aconsejable adaptarlos a los medios escogidos. En Twitter es necesario usar pocos caracteres, en Instagram la imagen es lo más importante, mientras que en la publicidad exterior elementos como color, tamaño, eslogan y la relación entre ellos es muy importante. Aunque se necesita adaptación, el mensaje y la imagen debe mantenerse en todos los medios para que el público le reconozca sin importar el sitio.

Para lograr coherencia entre las imágenes y el mensaje, hay que asegurarnos que éste se encuentre dirigido de manera diferenciada a hombres y mujeres, para lo cual el uso del lenguaje inclusivo, de manera eficiente, es imprescindible. De la misma manera, debemos asegurar que las imágenes a usar, así como las ideas que sustentan la campaña, no reproduzcan estereotipos de género, no tengan sesgos sexistas o connotaciones sexuales. Imágenes e mensajes deberían expresar la variedad de nuestro grupo de interés como edad, etnia, etc. También deberían proyectar mujeres en espacios y posiciones de decisión, así como reflejar diferentes construcciones de familias y relaciones como casada\*o, madres/padres, solteras\*os, enamoradas\*os, etc.

Con todo lo mencionado, es importante que el diseño de la campaña esté acompañado por personas expertas en género y que tengan experiencia en el abordaje de la violencia contra las mujeres. Sin esta mirada especializada, es altamente probable que se cometan equivocaciones.

---

## **Paso 6.** Establecer un plan de acción

Planificar la campaña, poniendo las actividades en un orden cronológico, con plazos definidos para su ejecución y con las\*os respectivas\*os responsables para cada una ellas. Esto, junto con la identificación de las personas y organizaciones de apoyo, es clave para una buena ejecución de la campaña, pero también es clave como para su evaluación. Por lo tanto, es necesario incorporar en la planificación instrumentos de control y medición. Otro factor crucial en campañas de prevención de violencia contra las mujeres es su duración, al igual que la planificación de acciones regulares, de lo contrario los impactos pueden reducirse considerablemente. Se propone una duración de por lo menos 6 meses, combinada con otras acciones que le den sostenibilidad.

El monitoreo va a permitir identificar problemas en el desarrollo de la campaña y proponer cambios en el camino. Sobre todo, en los nuevos medios se ve rápidamente lo que no funciona y sería conveniente reaccionar de manera inmediata. Cuando se realizan campañas en redes sociales o se utiliza una página web, monitoreando los datos (por ejemplo, con *Google Analytics*), ayuda a precisar, modelar y visualizar los alcances de la campaña.

---

## **Paso 7.** Lanzar la campaña

Los 6 pasos anteriores han llevado al paso más importante, el lanzamiento de la campaña en los diferentes medios y canales elegidos. Puede ser un gran evento con prensa, un cóctel, invitando al personal, parte de la clientela, organizaciones de la sociedad civil y del Estado o del sector privado en caso de una empresa estatal, pero sobre todo involucrar a alguien del grupo de interés. También puede ser un evento digital que permita usar el potencial que han adquirido las redes en los últimos años a partir del salto digital producido, entre otros, por la pandemia del COVID-19. Otras posibilidades son iniciar con una sorpresa, una rifa o un concurso para generar atención adicional y fomentar la interacción con el público.

La fecha de lanzamiento al igual que la finalización, podrían ser ligados a una fecha emblemática o a un evento para el grupo o en el calendario de días de conmemoración del Estado boliviano, ecuatoriano o de Naciones Unidas, como por ejemplo el 25 de noviembre *Día Internacional de la Eliminación de la violencia contra las mujeres*.

---

## **Paso 8.** Evaluar los resultados de la campaña

Terminada la campaña se quiere saber si se han logrado los objetivos. Aunque hay poca práctica de evaluar más que el alcance, es vital para saber lo que ha funcionado y lo que no ha funcionado. Elementos relevantes para evaluar son, entre otros, la compresión de los mensajes, la fuerza efectiva de las imágenes, si los canales utilizados han sido los correctos y si posible, ver el impacto que ha tenido en sus destinatarias\*os. Esto permite la próxima vez hacer lo mismo o cambiar la estrategia. Y, es importante no molestarse si algo no funcionó, sino verlo como una oportunidad de aprender de los errores, superarlos, mejorar y estar listos para la próxima campaña.

## Anexo 1

# Ejemplos de campañas empresariales contra la violencia hacia las mujeres

## Campañas del sector privado

### INTI

La campaña Valórate con su mensaje: *Ni golpes que duelan, Ni palabras que hieran, ¡Valórate!* ha tenido una gran repercusión pública y se viene extendiendo no solo a la comunidad sino también a sus proveedores y clientela.

<https://web2022.inti.com.bo/valorate/>  
[https://issuu.com/droguerianti/docs/modelo\\_de\\_toelrancia\\_cero\\_vcm](https://issuu.com/droguerianti/docs/modelo_de_toelrancia_cero_vcm)

### Telefónica VIVA

Ha mantenido su campaña *Contra toda forma de violencia* por 6 años consecutivos, difundiendo mensajes a sus más de 47 mil fans en Facebook y a las\*os visitantes (400 mil personas) en ferias masivas como la *Feria Internacional de Cochabamba*:

<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/propri/067-2014-es-factsheet-propri-bol.pdf>

A partir de 2018, continuó desarrollando otras campañas de prevención de violencia:

- Máscaras - Denuncia la Violencia (2018)  
<https://www.facebook.com/FundacionVivaBo/videos/1797464290274860/>
- “Sin Excusas, Sin Violencia” junto a varias empresas más (2018)  
<https://www.facebook.com/FundacionVivaBo/videos/785280562365858/>
- Hay cosas que marcan para siempre, que la violencia no sea una de ellas (2019-2021) (Con el Tatuaje como recurso)  
<https://www.facebook.com/FundacionVivaBo/videos/733430817260414/>

### BANCO FIE – ONG FIE

El lema del programa Marca Magenta “**Un mundo mejor es posible**” ha inspirado a Banco FIE y ONG FIE para el diseño de diferentes piezas gráficas y material auditivo, que permita llegar a la sociedad con un mensaje de concientización sobre los derechos y obligaciones que tanto hombres como mujeres tienen, y como juntas\*os podemos impulsar un cambio y construir una sociedad más justa y equitativa. A lo largo de 2020 y 2021 entre ellos la:

Cartilla de género, dirigida al público en general para brindar información y herramientas en la construcción de una sociedad más equitativa.  
[https://ongfie.org/magentafie/prensa/cartilla\\_genero.pdf](https://ongfie.org/magentafie/prensa/cartilla_genero.pdf)

### SWISSÔTEL H.O.V. Hotelera S.A.

Ejecuta una campaña interna sostenida con acciones de comunicación y respaldado con capacitaciones periódicas para su personal. Un ejemplo es su lucha contra el *Acoso Sexual*:  
<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/propri/262-2017-es-trptych-propri-ec.pdf>

### Grupo empresarial CID- Ecuador

El grupo Corporativo Cid (formado por las empresas Pharmabrand, Farmacid, GENA, Blenastor, Casalinda, Tejec y Baguette) promueve la campaña “*Mujeres sin violencia: ¡Así gana Ecuador!*” como estrategia de marketing y responsabilidad social corporativa.

Además, todas\*os sus colaboradoras\*es aprobaron el curso *online* “Empresa segura. Líder en tolerancia cero contra la violencia hacia las mujeres” implementado por la GIZ a través de la plataforma E-learning de InductionOne.

<https://www.youtube.com/watch?v=XK-ZD29okMw>

<https://revistagestion.ec/index.php/empresas/empresa-publica-privada-y-academia-unifican-esfuerzos-por-la-lucha-contra-la-violencia-de>

<https://www.facebook.com/MujeressinV/posts/2779117682339939>

## Bagó – Perú

Su campaña *Por mujeres saludables y libres de violencia* alcanzó 3,6 millones de televidentes a nivel nacional y a cerca de 50 mil fans en Facebook: <https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/propri/088-2015-es-factsheet-propri-pe.pdf>

## Campañas del sector público

### Campañas de Agua – Cierra el grifo de la Violencia contra las Mujeres:

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 “¡Cierra el caño/el grifo/la canilla/la llave de la violencia contra las mujeres!”. Las empresas de servicios de agua potable cuentan con una amplia clientela y una red de colaboradoras\*es a nivel nacional, lo que facilita y garantiza una gran difusión y cobertura, por ejemplo a través de afiches informativos, elaboración de spots publicitarios, difusión de la campaña en eventos y ferias, participación de las\*os directivas\*os, colaboradoras\*es de las cooperativas y empresas de agua, así como elaboración de material de mercadeo: remeras/polos/camisetas, imantados, pulseras y autoadhesivos.

<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/propri/346-2022-es-factsheet-propri-ec.pdf>

### Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT)

Con el lema *Junt@s somos responsables para prevenir la violencia contra las mujeres* ha hecho un trabajo ejemplar a nivel interno y externo. A nivel interno, ha realizado spots, campañas y capacitaciones para cerca de 7 mil colaboradoras\*es y directivas\*os. A nivel externo ha transmitido en las pantallas de todos sus centros de servicios el spot En Ecuador tenemos un problema y creó la **App** *Junt@s*, que permite a mujeres que experimentan violencia llamar para tener ayuda al instante:

<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/propri/222-2015-es-factsheet-propri-ec.pdf>

## Campañas de otra índole

### Cartas de Mujeres – Regional

La campaña ha dado voz a más de 17 mil mujeres, hombres y niñas\*os de 24 municipios de 3 departamentos en Bolivia. En el caso de Ecuador involucró a más de 12.000 personas. En ambos países participaron instituciones privadas, estatales y de la sociedad civil, así como personajes

emblemáticos. Tuvo una gran cobertura mediática y las demandas de la población, resultantes de las cartas, fueron entregados a la *Defensoría del Pueblo* y a cada municipio participante en el caso de Bolivia y en Ecuador al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:

<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/camp/114-2016-es-publication-camp-bol.pdf>

## Anexo 2

### Recursos para la aplicación

#### Cifras y datos

- **Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Bolivia:**  
<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/tracd/191-2015-es-study-tracd-bol.pdf>
- **Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Ecuador:**  
<https://info.comvomujer.org.pe/catalogo/tracd/296-2019-es-studyre-tracd-ec.pdf>
- **Las dos pandemias: COVID-19 y violencia contra las mujeres<sup>2</sup>**

La violencia contra las mujeres es una grave pandemia que, desde siglos, existe en la sombra de las sociedades a nivel mundial y afecta a mil millones de mujeres. Ahora, en el contexto de la emergencia sanitaria las empresas han usado más la modalidad de teletrabajo, una de las razones por la cual la violencia contra las mujeres se ha agudizado. Se ha intensificado porque las mujeres pasan más tiempo en casa con un contacto estrecho con su maltratador, en un ambiente de mayor estrés y por las medidas de distanciamiento tienen menos contacto con sus familiares y amigas\*os que podrían prestarles apoyo y protegerlas de la violencia.

Una entrevista al Dr. Arístides Vara-Horna, catedrático especialista en impactos de la violencia contra las mujeres, releva los siguientes riesgos en el teletrabajo:

- (1) El espacio más violento para las mujeres es el hogar.
- (2) Aparte de sus actividades de trabajo las mujeres se ven obligadas a asumir la carga doméstica. Cuando no logran asumir esta carga, porque el trabajo les demanda más tiempo, pueden generarse acciones violentas.
- (3) Roles inequitativos y relaciones de poder. El trabajo desde casa le da un espacio y protagonismo laboral a la mujer, que puede desencadenar situaciones de violencia por parte de las parejas agresoras.

- **Encuesta de prevalencia y características de la violencia contra las mujeres-Bolivia:**  
<https://www.ine.gob.bo/index.php/publicaciones/encuesta-de-prevalencia-violencia-contra-la-mujer/>

- **Encuesta nacional sobre relaciones familiares y violencia de género contra las mujeres-Ecuador:**  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Violencia\\_de\\_genero\\_2019/Boletin\\_Tecnico\\_ENVIGMU.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Violencia_de_genero_2019/Boletin_Tecnico_ENVIGMU.pdf)

2 El texto de este apartado se basa en la página 33 de la publicación Recursos para hacer su campaña de prevención de violencia contra las mujeres

## Anexo 3

### Batería de mensajes

#### Mensajes generales

- Frente a la violencia contra las mujeres -  
¡No cabe la indiferencia!
- ¡El silencio mata!
- Las palabras duelen.
- Amar no es matar.
- Las cicatrices duran toda la vida.
- La violencia contra las mujeres no tiene niveles - ni más - ni menos.
- Si tú no la quieres, déjala seguir, con violencia no debe vivir.
- Pon un ALTO/PARE a la violencia contra las mujeres.
- La violencia contra las mujeres NO es un asunto privado.
- Un verdadero hombre no violenta de ninguna manera.
- Ni "reinita", ni "mijita" tengo nombre
- Cuando una mujer dice NO, es NO.
- ¡Unidas protegidas!
- Deja tu huella por un país sin violencia contra las mujeres.
- No quiero tu piropo, quiero tu respeto.

#### Mensajes con relación a regiones/países/lugares

- Mujeres sin Violencia ¡Así gana Ecuador!
- ¡Todo San Martín contra la violencia hacia las mujeres!
- Mercado libre de violencia contra las mujeres.
- Pitada final a la violencia contra las mujeres

#### Mensajes del sector agua y saneamiento

- Cierra el grifo de la violencia contra las mujeres
- Defiende la vida: agua y mujer sus derechos a proteger
- Para ti es una gota, para el planeta una lágrima.
- Para ti es un golpe, para la mujer violencia.
- El agua que desperdicias hoy quitará la vida del mañana.

#### Mensajes de empresas eléctricas

- ¡Illumina tu Vida! Apaga la mala energía de la violencia contra las mujeres
- ¡Que no se apague ni una vida más!
- ¡Genera luz y distribuye respeto! Apaga la violencia contra las mujeres

#### Mensajes en relación al negocio/producto principal

- Empresa segura: Líder en tolerancia cero frente a la violencia contra las mujeres.
- Empresa segura: Libre de violencia y discriminaciones contra las mujeres.
- Por una vida limpia de violencia contra las mujeres
- MujerFlorEc sin violencia

## Anexo 4

### Redes sociales y bibliografía online

#### YouTube: Canal libre de Violencias

En YouTube, en el *Canal libre de Violencias* se encuentra un gran número de videos de campañas que les podrían servir como estímulo para su propia campaña:

<https://www.youtube.com/user/ComVoMujer>

A continuación cuatro ejemplos de muy diferente índole como muestra de la diversidad de las posibilidades existentes:

- Video "Si te quieren, que te quieran bien"

[https://www.youtube.com/watch?v=Pprwr64w3\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=Pprwr64w3_8)

- Radionovela "Pajaritas de papel"

<https://ongfie.org/pajaritas/index.html>

- Canción Warmi Hatari Mujeres sin Violencia.  
¡Así gana Ecuador!

[https://www.youtube.com/watch?v=d\\_bZ7wrTbvo](https://www.youtube.com/watch?v=d_bZ7wrTbvo)

- Serie "Una de cada tres"

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLISyJX6Jbs0CHu3UXiMNNjTV3St7Z875A>

#### Catálogo de materiales en violencia contra las mujeres

El catálogo es una fuente de conocimientos, experiencias e historias. En su índice bajo Campañas se encuentran en más de 10 páginas una riqueza de ejemplos, que les pueden dar mucha inspiración.

[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

# PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

# Introducción al programa de capacitación Empresa Segura



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

## Programa de capacitación: Empresa Segura – Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres

Para combatir la violencia contra las mujeres (VcM) se necesita generar conocimientos, actitudes y habilidades para comprender a cabalidad la problemática, analizar su importancia para la propia empresa e identificar las oportunidades de trabajo en esta materia.

El Programa modular *Empresa Segura – Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* es una oportunidad para enfrentar eficazmente la VcM, desarrollando capacidades y facilitando estrategias, medidas, acciones y herramientas para el ámbito empresarial, todo esto a partir de una metodología participativa y reflexiva. Los contenidos están pre-diseñados y fácilmente adaptables a cualquier tipo de empresa. El programa ha sido validado y probado en diferentes países de América Latina, por lo que son un referente importante para el trabajo de prevención de la violencia contra las mujeres.

La flexibilidad de la propuesta da la oportunidad de trabajar con distintos grupos del personal empresarial, haciendo énfasis en el rol que deben cumplir en la prevención de la VcM: Como representantes de la empresa tratándose de jefaturas, o en su papel como agentes de cambio, tratándose de personal de planta.

El programa está compuesto por 4 módulos de capacitación presencial para diferentes grupos destinatarios en las empresas.

El número de participantes por grupo no debería sobrepasar 25 personas. Los módulos son:

1. Módulo de capacitación para la dirección y las jefaturas, con 4 sesiones y una duración de 8 horas en total.
2. Módulo de capacitación a colaboradoras\*es, con 4 sesiones y una duración de 8 horas en total.
3. Módulo de capacitación sobre masculinidades y violencia contra las mujeres, que puede utilizarse tanto con colaboradores como directivos, con 2 sesiones y una duración de 4 horas en total.
4. Módulo de formación de multiplicadoras\*es en las empresas.

El módulo está dirigido al personal de las empresas con un perfil específico, que les permite capacitar a sus colegas en los módulos del programa *Empresa Segura – Líder en tolerancia cero frente a la violencia contra las mujeres*.

Se trata de un entrenamiento de cuatro días a tiempo completo, bajo guía de facilitadoras\*es especialmente calificadas\*os

Las capacitaciones apoyan a las empresas, entre otras, para mitigar los múltiples efectos socioeconómicos negativos generados por la violencia contra las mujeres, en el marco del enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial. En otras palabras, apoyan para fomentar el bienestar del personal, así como lograr ambientes seguros y productivos de trabajo.



Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



CÁMARA DE  
INDUSTRIAS Y  
PRODUCCIÓN



Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

# Capacitación para la dirección y las jefaturas



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PREVIO**

Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles 17 y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**

Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**

María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso

Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**

Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**

María Irma Campos  
María Lizzy Montaño  
Viviana Maldonado

**Colaboración técnica**

Dr. Arístides Vara-Horna

**Diagramación**

Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**

Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**

AdobeStock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**

Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**

Las ideas, opiniones y criterios expresados en esta publicación son responsabilidad exclusiva de su autora y no reflejan necesariamente la opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**

<https://www.facebook.com/MujeressinV/>

[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**

En este documento se utiliza el asterisco (\*) como una expresión del lenguaje inclusivo y no sexista, que toma en cuenta la gran diversidad humana. Con este símbolo expresamos la inclusión no sólo de géneros femenino y masculino, también la existencia de otras identidades de género y diversidades sexuales, así como aspectos interseccionales de discriminación no solo de género, también de otros factores de desigualdad como: origen étnico, discapacidad o diversidad funcional, edad, religión y orientación sexual, haciendo referencia a las diferentes interacciones entre estos mismos.

## Breve descripción de la herramienta

El módulo para la dirección y jefaturas permite que las personas de las áreas de recursos/talento humano, trabajo social, área legal, financiera, logística, médica y/o psicológica, etc., reciban herramientas y conocimientos para poder identificar situaciones de violencia contra las mujeres que antes posiblemente pasaban desapercibidas. Por ejemplo, las\*os responsables del personal, conocerán las medidas que se pueden tomar para la prevención, atención y sanción de casos de violencia hacia las mujeres. Las\*os capacitadas\*os aprenden a diseñar rutas de apoyo para las mujeres afectadas para que sean protegidas y atendidas de manera rápida. Adicionalmente, se dan a conocer buenas prácticas existentes que se pueden adaptar a su contexto empresarial y se fomenta la imaginación para encontrar prácticas propias e innovadoras, entre otras cosas.

## ¿Por qué es importante la participación del nivel gerencial?

La capacitación del nivel gerencial es importante, dado que para las\*os gerentas\*es la motivación, la voluntad política y el compromiso deben complementarse con conocimientos y competencias para crear mecanismos de prevención de la VcM dentro de la empresa. Todo esto se traduce en la creación y aprobación de lineamientos de política de tolerancia cero a la VcM, que posteriormente deberán ser convertidos en acciones.

## Objetivo y estructura general del módulo

Las\*os directivas\*os y jefas\*es formulan estrategias y acciones para combatir la violencia contra las mujeres en sus empresas y en todos los ámbitos de nuestra sociedad.

Estructura del módulo				
Sesión N°	Título	Contenido	Aprendizajes esperados de las*os participantes	Duración aproximada

### Unidad didáctica 1: Reconocimiento, efectos y características de la violencia contra las mujeres

<b>Sesión 1.1</b>	Efectos socioeconómicos de la violencia contra las mujeres.	Efectos económicos de la violencia contra las mujeres.  Efectos sociales de la violencia contra las mujeres.	Analizan los múltiples impactos socioeconómicos que generan la violencia contra las mujeres en todos los ámbitos, especialmente en la empresa.	2 horas
<b>Sesión 1.2</b>	Comprendiendo el fenómeno de la violencia contra las mujeres.	Violencia de género y sus principales manifestaciones.  El ciclo de la violencia contra las mujeres.  Los mitos que perpetúan la violencia contra las mujeres.	Reconocen las características de la violencia contra las mujeres y reflexionan sobre sus causas, asumiendo una posición crítica frente a sus múltiples manifestaciones y consecuencias dentro del ámbito de su empresa.	2 horas

## Unidad didáctica 2:

### Aprendiendo buenas prácticas para la acción contra la violencia en nuestra empresa.

<b>Sesión 2.1</b>	Experiencias exitosas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para combatir la violencia de género.	Buenas prácticas de RSE frente a la violencia contra las mujeres en el mundo.  Buenas prácticas que se vienen realizando en nuestra región.  Buenas prácticas adecuadas a nuestra empresa.	Analizan las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial para combatir la violencia contra las mujeres y reconocen la importancia de adaptarlas o crear otras para impactar en sus colaboradoras*es y en las comunidades donde la empresa realiza sus operaciones.	2 horas
<b>Sesión 2.2</b>	Estrategias y acciones frente a la violencia contra las mujeres en nuestra empresa.	Características de las empresas seguras, libres de violencia y discriminación.  Estrategias en la empresa para enfrentar la violencia contra las mujeres.  Acciones y rutas de apoyo interno para prevenir y sancionar la violencia contra las mujeres.	Proponen estrategias y toman medidas concretas para la prevención.	2 horas

## I Contenido de cada sesión

A continuación, se describe la estructura del contenido de cada sesión.

### I. Marco referencial

Incluye un resumen de la bibliografía más destacada, vinculada al tema por tratar en la sesión. Al final del módulo se incluye una lista bibliográfica que puede ser consultada para profundizar más en el tema. Según criterio del o de la facilitadora.

### II. Puntos para recordar

Destaca los contenidos clave que deben ser enfatizados en la sesión. Permite orientar el diálogo en torno a lo previsto en los objetivos de la sesión.

## III. Plan detallado de la sesión

- a. Objetivos de aprendizaje:** describe el cambio esperado en las\*os participantes.
- b. Contenidos:** temas dosificados de acuerdo con la duración de las sesiones.
- c. Programación de la sesión:** se incluye un cuadro detallado de las actividades de aprendizaje (qué y cómo se hace) junto a las técnicas de enseñanza aprendizaje sugeridas, los recursos y materiales necesarios y un listado de quién se responsabiliza por cada actividad. Un tema importante es que la programación se subdivide en tres grandes fases: de introducción, de desarrollo y de cierre.

## Fase de introducción

Permite ubicarnos en el tema: está compuesta de las siguientes actividades:

- Hilo conductor, repaso de los contenidos trabajados en la sesión anterior.
- Formulación del objetivo y conocimiento de los contenidos de la sesión.

## Fase de desarrollo

Aquí se desarrollan las principales etapas del ciclo aprendizaje:

- En la primera etapa. Se motiva la participación activa de las\*os participantes. Considerando la naturaleza de los contenidos trabajados en este programa, en algunas sesiones se utilizan medios audiovisuales para desencadenar las experiencias concretas a partir de las cuales se generarán los aprendizajes previstos.
- En la segunda etapa, se conduce a una observación reflexiva sobre las emociones que se han generado, haciendo hincapié en la similitud o diferencia entre géneros.
- La tercera etapa consiste en explicar y analizar lo que ha pasado en el primer momento, revalorizando las diferentes experiencias, conocimientos y percepciones generadas. Se busca extraer lo vivido en la sesión, al contexto real y cotidiano de las personas.
- En la cuarta etapa, las experiencias individuales se generalizan, usando y explicando lo ocurrido con conceptos teóricos generales. Se sintetiza la sesión y se obtienen conclusiones. Existen ayudas visuales para reforzar el desarrollo de los temas previstos.

## Fase de cierre

- Se trabaja con los contenidos del cuaderno de trabajo entregado a cada participante. Lo que se busca es consolidar los aprendizajes generados en la sesión de capacitación mediante una aplicación concreta en el ambiente cotidiano de la gente; además, se brindan pautas para la autoevaluación de los conocimientos adquiridos.
- También es muy importante recibir la retroalimentación de las\*os participantes respecto a los contenidos y la forma en que

trabajó el grupo y el equipo de facilitación. Por este motivo se aplica una evaluación diaria del trabajo realizado, con lo cual se espera introducir mejoras y ajustes necesarios en la siguiente sesión.

## IV. Anexos

Se constituyen en un soporte para el desarrollo de la sesión. Contienen pautas y sugerencias para realizar los ejercicios: una estructura de la experiencia activa y un soporte para la generalización y síntesis, que pueden cambiar de forma y contenido, principalmente cuando el tema aborda aspectos que deben ser muy contextualizados a las localidades territoriales.

### Clave de respuestas de la autoevaluación

Se incluye una clave de respuestas de la autoevaluación sugerida para cada participante.

## V. Cuaderno de trabajo

Se entrega un cuaderno de trabajo por sesión a cada participante, con el objetivo de que sea:

- Un material de apoyo didáctico durante el desarrollo de la sesión;
- Un material que refuerza el aprendizaje fuera de la sesión porque propone ejercicios que son prácticas individuales o grupales sobre temas ya trabajados en la misma;
- Un material de consulta porque incluye una síntesis de la sesión para revisar o reforzar contenido teórico-práctico trabajados en la sesión;
- Una oportunidad para cada participante porque ofrece una autoevaluación del aprendizaje obtenido mediante preguntas cerradas, de elección múltiple o frases incompletas sobre los temas tratados;
- Un medio de retroalimentación para quien facilita el proceso de aprendizaje porque incluye una evaluación de la sesión, para conocer la satisfacción respecto a la utilidad de la sesión, el incremento de conocimientos, el aprendizaje en grupo, satisfacción con la calidad de la facilitación y la propia participación activa, principalmente.

## VI. Material necesario para el desarrollo de las sesiones

Se cuenta con espacio digital para uso exclusivo de las\*os facilitadoras\*es, con el objetivo de contar con toda la información complementaria necesaria para desarrollar adecuadamente cada una de las sesiones, incluyendo:

- Cuadernos de trabajo que deberán imprimirse para cada participante de las sesiones de capacitación.
- Cualquier anexo que se requiera entregar a cada participante.
- Los audios y videos que deben mostrarse en las diferentes sesiones.
- Cualquier material adicional necesario cuando no sea suficiente contar con la del manual.

Al final del módulo de capacitación las\*os directivas\*os:

- Estarán en condiciones de observar con claridad las incidencias que tiene la VcM en el ámbito de sus propias empresas y el daño que les ocasiona.
- Comprenderán que se trata de un fenómeno “naturalizado y universal”, que en ocasiones se presenta de manera sutil, paralizando y dejando en situación de indefensión a las mujeres, quienes requieren de apoyo externo para romper con el ciclo de violencia.
- Estarán en condiciones para poder adaptar algunas buenas prácticas de la prevención de la VcM a su propio contexto o para imaginar prácticas propias e innovadoras.
- Podrán diseñar estrategias y tomar medidas concretas para la prevención, atención y sanción de las diferentes manifestaciones de la violencia contra las mujeres en sus empresas.
- Estarán motivadas\*os a tomar decisiones que contribuyen a la generación de un clima empresarial y social de tolerancia cero frente a la violencia contra las mujeres.

## Anexo 1

### Ejemplos

A continuación, algunos ejemplos sobre medidas que se realizaron a partir de las capacitaciones:

- **INTI S.A.** Bolivia implementó una ruta de apoyo para las mujeres agredidas.
- **Telefónica VIVA** diseñó una línea publicitaria específicamente dirigida a adolescentes y jóvenes, con mensajes alusivos a la campaña.
- **Expoflores** Ecuador creó la campaña “Mujer FlorEc sin violencia”, vinculando su producto (rosa blanca) con el mensaje preventivo.
- **Hotelera Swissôtel y el Grupo empresarial Endesa-Botrosa en Ecuador** participaron en el estudio nacional sobre “Los costos económicos de la violencia contra las mujeres” y contaron con sus propios diagnósticos internos confidenciales.
- **Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP Ecuador** desarrolló el App

“Junt@s” y la campaña “Junt@s somos responsables para prevenir la violencia contra las mujeres”.

- **Empresa Municipal de Agua Potable de Quito - EPMAPS en Ecuador**, hizo la campaña interna y externa “Cierra la llave de la violencia contra las mujeres”, con la difusión en las facturas de las\*os clientes\*es del Distrito Metropolitano de Quito y que tuvo eco en todas las instituciones del Municipio y en otras ciudades del país.
- **El Mejor** Paraguay elaboró guías de capacitación adaptadas a la línea de actividad de la empresa.
- **IRIS SAIC** Paraguay colocó etiquetas con el lema ¡Empecemos por eliminar la violencia contra las mujeres! Y la línea de ayuda en sus productos, distribuidos en los supermercados de todo el país.
- **Laboratorios Bagó** Perú difundió 16 spots cortos dirigidos a público adolescente en la etapa de enamoramiento.

## Anexo 2

### Lista de facilitadoras\*es Empresa Segura

#### Bolivia

##### Alba Gamarra



**Sector:**  
Empresarial, ONG

**Profesión:**  
Ciencias Jurídicas y  
Políticas

##### Descripción del perfil:

- Entrenadora de entrenadoras\*es en Empresa segura: tolerancia cero contra la violencia a las mujeres.
- Asesora en derechos humanos: prevención de violencia hacia las mujeres. Planificación, Monitoreo, Evaluación de políticas, programas y proyectos. Facilitación de procesos de desarrollo grupal.

**Correo electrónico:** [alba@ciner.org](mailto:alba@ciner.org)

**CV disponible:** <https://bo.linkedin.com/in/alba-gamarra-9614036>

##### Marcelo Ríos Fuentes



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Psicólogo

##### Descripción del perfil:

- Especialista "cinturón negro" que acredita suficiencia para desempeñarse como entrenador, facilitador y co-facilitador en el "Programa Empresa Segura" Prevención de Violencia contra las Mujeres; Programa ComVoMujer/GIZ.
- Especialista en Intervención Comunitaria, Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Docente del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" desde el año 2012 a nivel pregrado y posgrado, en el Programa de Licenciatura en Psicología y en el Programa de Especialidad en Intervención Psicosocial Comunitaria.
- Se desempeña como Psicoterapeuta en consulta privada, consultorio psicológico de CECIT Psicología.

**Correo electrónico:** [marceloriosfuentes@gmail.com](mailto:marceloriosfuentes@gmail.com)

**CV disponible:** a solicitud por correo electrónico

**Más información:** +(591) 772 84534

## Bolivia

### Dolly Alcoba Meriles



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Licenciada en Psicología

#### Descripción del perfil:

- Consultora del equipo del trabajo de campo para el Estudio Costos Empresariales de la violencia contra las mujeres en la pareja (coordinación del trabajo de campo en 31 empresas en eje troncal) gestión 2014.
- Capacitadora del Programa Empresa segura: Líder cero tolerancia hacia la violencia contra las mujeres (diferentes empresas del sector privado).
- Responsable del trabajo de campo del estudio de costos empresariales de la violencia para una entidad bancaria.

**Correo electrónico:** [do.alcoba@gmail.com](mailto:do.alcoba@gmail.com)

**CV disponible:** <https://www.linkedin.com/in/dolly-a-3b58723a/>

### Samuel Villegas Quicaña



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Ciencias de la Información, con especialidad en Gestión de la Información en las Instituciones y Gestión de la Calidad ISO 9000. Ciencias Jurídicas - Derecho

#### Descripción del perfil:

- Diecinueve años de experiencia en elaboración, ejecución de planes, programas, proyectos sociales con enfoque de género e implantación de Sistemas de Información Institucionales.
- Facilitador certificado en el *Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres*.
- Desempeño laboral en Organizaciones no Gubernamentales e instituciones estatales de Bolivia.
- Consultorías en organizaciones internacionales y de cooperación (Compañeros de las Américas, FLACSO – CHILE – UNFPA, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo – AECID, ONU MUJERES BOLIVIA, GIZ – Programa Regional ComVoMujer y OXFAM – Oxford Committee for Famine Relief).

**Correo electrónico:** [samuelvillegasq@hotmail.com](mailto:samuelvillegasq@hotmail.com)

**Más información:** +(591) 72530902

## Ecuador

### Valeria Hurtado Izurieta



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Licenciada en  
Comunicación  
Organizacional por la  
Universidad SEK.

#### Descripción del perfil:

- Profesional comprometida con la reivindicación de los derechos, roles y oportunidades de las mujeres, convicción que se inició a nivel laboral en la organización de la sociedad civil Mujeres por Ecuador donde se desempeñó como Coordinadora General y actualmente se desempeña como Gerente de Comunicación y Directora del Programa de Mentorías en Grupo LILA.
- 10 años de experiencia en comunicación estratégica, investigación, análisis y generación de contenido para diferentes industrias.
- Experiencia en el sector de consultorías de información estratégica, análisis de coyuntura política, legislativa y mapeo de actores.
- Diseño de programas y facilitadora de charlas de Diversidad, Equidad e Inclusión.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - *Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [valeria.hurtado@grupolila.com](mailto:valeria.hurtado@grupolila.com)

**Más información:** +(593) 992918517

### Martha Cecilia Madrid Rocha



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Licenciada en Trabajo  
Social, Magister  
en Trabajo Social,  
Especialista en Recursos  
Humanos.

#### Descripción del perfil:

- Más de diez años de experiencia en el área de Talento Humano para el sector florícola; y ocho años en el área de trabajo social para el sector Hotelero.
- Ocho años de experiencia en facilitaciones de prevención de la violencia contra las mujeres en empresas públicas y privadas del Ecuador.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - *Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [marceci68@hotmail.com](mailto:marceci68@hotmail.com)

**Más información:** +(593) 99196452

### María José Hernández



**Sector:**  
Empresarial / Gremial

**Profesión:**  
Economista, con  
especialidad en Gerencia  
de Proyectos.

#### Descripción del perfil:

- Desempeño laboral en organizaciones gremiales y sector empresarial.
- 7 años de experiencia en organizaciones gremiales.
- Experiencia en implementación y desarrollo de formación profesional dual en Ecuador.
- Formadora de Formadoras\*es certificado por la DIHK Berlín y la AHK Ecuador.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa Segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del Programa PreViMujer/GIZ

**Correo electrónico:** [ma.jo.hl@hotmail.com](mailto:ma.jo.hl@hotmail.com)  
[mjhernandez@cip.org.ec](mailto:mjhernandez@cip.org.ec)

**Más información:** +(593) 998701520

### Xavier Romero Sandoval



**Sector:**  
Empresarial y Educativo

**Profesión:**  
Ingeniero Agrónomo  
Zamorano, Máster  
en Desarrollo Rural y  
Comunitario.

#### Descripción del perfil:

- Graduado de la Universidad Zamorano (Honduras), Máster en Desarrollo Local y Comunitario (PUCE), Diplomado en Responsabilidad Social Corporativa (ESPOL – Universidad Católica de Valparaíso/ Chile), actualmente culminando Maestría en Violencia de Género y Género (ESNECA – España).
- Cursos en Derechos Humanos y Género (PUCE), Masculinidades y violencia contra las mujeres. Masculinidades y nuevas masculinidades: Intervención en violencia de género (SERENDIPITY – México).
- Consultor empresarial para Expoflores, responsable de Responsabilidad Social de la Corporación de Floricultores del Sur y el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad empresarial, con énfasis en prevención de la violencia contra las mujeres.
- Asesor técnico del programa PreViMujer/ GIZ.
- Facilitador y entrenador certificado en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del programa ComVoMujer/GIZ; con más de ocho años de experiencia en la implementación y formación de equipos empresariales.

**Correo electrónico:** [xromeros@hotmail.es](mailto:xromeros@hotmail.es) ;  
[xavier.romero@summasoluciones.com](mailto:xavier.romero@summasoluciones.com)

**Más información:** +(593) 998577713

### Ximena Calderón del Hierro



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Psicóloga Organizacional  
de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

#### Descripción del perfil:

- Diez años de experiencia en el área de Talento Humano.
- Dos años de experiencia en la Consultora Grupo LILA manejando asesorías a empresas en temas relacionados a la reinserción de madres al mercado laboral, Igualdad de Género, Diversidad, Equidad e Inclusión.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres, del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [ximena.calderon@grupolila.com](mailto:ximena.calderon@grupolila.com)

**Más información:** +(593) 997760950

## Juan Carlos Haro Vallejo



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Hotelería y Turismo,  
Ingeniería en  
Administración de  
Empresas Turísticas y  
Hoteleras.

### Descripción del perfil:

- Ocho años de experiencia en facilitaciones de prevención de la violencia contra las mujeres en empresas públicas y privadas del Ecuador.
- Facilitador certificado en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del Programa PreViMujer/GIZ.
- Desempeño laboral en el sector Turístico y Hotelero de Quito - Ecuador.
- Asistencia a empresas privadas y organismos internacionales GIZ – Programa Regional ComVoMujer, Banco ProCredit, Sector Florícola, CNT Ecuador, Jardín Botánico de Quito, Swissôtel, Hotel Plaza Grande.
- Preparación e implementación de TOM (Entrenamiento para multiplicadoras\*es) para empresas privadas y organizaciones no gubernamentales.

**Correo electrónico:** [juancaharo76@gmail.com](mailto:juancaharo76@gmail.com)

**Más información:** +(593) 984400799

## Cecilia Elizabeth Mena Carrera



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Consultora experta en  
Género, Políticas Públicas  
y Desarrollo Sostenible

### Descripción del perfil:

- Máster en Política Social de la Universidad Javeriana de Bogotá –Colombia; posee una Especialización en Género, Globalización y Desarrollo de la Facultad de Ciencias Sociales sede Ecuador - FLACSO, y un Diplomado en Violencia Urbana e Inseguridad desde un enfoque de Género del Centro de Estudios Urbanos y Regionales de Rosario -Argentina.
- Veinte años de trabajo en Derechos de las Mujeres, consultora en temas de Género, Política Pública, Derechos Humanos y Desarrollo Sostenible en instituciones públicas, privadas y de cooperación internacional.
- Asesora Ministerial en Derechos Humanos y docente universitaria
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres, del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [ceciliae.mena@gmail.com](mailto:ceciliae.mena@gmail.com)

**Más información:** +(593) 996160351



Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

# Capacitación para colaboradores y colaboradoras



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**  
Deutsche Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PREVIO**  
Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles 17  
y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**  
Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**  
María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso  
Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**  
Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**  
María Irma Campos  
María Lizzy Montaño  
Viviana Maldonado

**Diagramación**  
Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**  
Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**  
AdobeStock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**  
Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**  
Las ideas, opiniones y criterios expresados en  
esta publicación son responsabilidad exclusiva  
de su autora y no reflejan necesariamente la  
opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**  
<https://www.facebook.com/MujeressinV/>  
[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/  
catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**  
En este documento se utiliza el asterisco (\*) como  
una expresión del lenguaje inclusivo y no sexista,  
que toma en cuenta la gran diversidad humana. Con  
este símbolo expresamos la inclusión no sólo de  
géneros femenino y masculino, también la existencia  
de otras identidades de género y diversidades  
sexuales, así como aspectos interseccionales de  
discriminación no solo de género, también de  
otros factores de desigualdad como: origen étnico,  
discapacidad o diversidad funcional, edad, religión  
y orientación sexual, haciendo referencia a las  
diferentes interacciones entre estos mismos.

## Breve descripción de la herramienta

El módulo para colaboradoras\*es pone a las personas y su contribución en la cadena de valor empresarial en el centro de la capacitación. Ellas y ellos aprenden a reconocer situaciones de violencia contra las mujeres en el hogar y en la empresa. Se les fomenta a asumir una posición crítica al respecto para que apoyen a las mujeres en situación de violencia. Reflexionan sobre los hechos que originan la violencia hacia las mujeres y los mitos sociales que la perpetúan u obstaculizan su adecuado tratamiento. Valoran el enorme daño que esta situación ocasiona, no sólo a la persona agredida o a su entorno más cercano, sino también a la comunidad, a las empresas y a la sociedad en su conjunto. A la vez, destaca el papel crucial de las\*os colaboradoras\*es, al igual que del nivel gerencial, para apoyar las políticas empresariales de tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres.

## ¿Por qué es importante la capacitación de las\*os colaboradoras\*es?

La violencia contra las mujeres (VcM) no es un asunto privado ni individual sino también

es un asunto empresarial. La empresa es un espacio donde las\*os colaboradoras\*es se relacionan e interactúan y donde las relaciones inequitativas y jerarquizadas se reproducen. Sin embargo, al interactuar en la esfera laboral, hay problemas que afectan a las mujeres de manera específica, uno de ellos es el de la violencia de género ejercida contra ellas.

Siendo el personal el corazón de la empresa, su capacitación contribuye a mejorar el ambiente laboral y para aumentar el bienestar del personal, instalando una cultura de equidad y cero tolerancia de violencia contra las mujeres, que a su vez es altamente productiva. También tiene un efecto positivo en la motivación y promueve el sentido de responsabilidad de las\*os colaboradoras\*es frente a los casos de VcM.

## Objetivo y estructura general del módulo

Las\*os participantes proponen medidas para combatir la violencia contra las mujeres frente al impacto que ésta genera en sus vidas, en la de sus familias, en la empresa y en la comunidad.

Estructura del módulo				
Sesión N°	Título	Contenido	Aprendizajes esperados de las*os participantes	Duración aproximada

### Unidad didáctica 1: ¿Qué es y cómo se mantiene la violencia contra las mujeres?

Sesión 1.1	Concepto y alcances de la violencia contra las mujeres en relación de (ex) pareja y su incidencia en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Qué es la violencia contra las mujeres.</li><li>• Tipos de violencia contra las mujeres.</li><li>• El ciclo de la violencia contra las mujeres.</li></ul>	Reconocen las características de la violencia en relación de su (ex) pareja, su incidencia negativa en la empresa, cómo se manifiesta la violencia contra las mujeres en la empresa y asumen una posición crítica de tolerancia cero frente a la violencia.	2 horas
------------	--	---	---	---------

<b>Sesión 1.2</b>	Roles y mitos sociales que perpetúan la violencia contra las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roles y estereotipos de género.</li> <li>• Los mitos que perpetúan la violencia contra las mujeres.</li> </ul>	Analizan las prácticas de discriminación y violencia contra las mujeres, cuestionando algunos mitos sociales que perpetúan la violencia de género.	2 horas
-------------------	---	---	--	---------

## Unidad didáctica 2: ¿Cómo combatir la violencia contra las mujeres en la empresa?

<b>Sesión 2.1</b>	Impactos sociales y económicos causados por la violencia contra las mujeres y su marco de protección.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectos sociales y económicos de la violencia contra las mujeres.</li> <li>• Marcos legales, instrumentos de apoyo y servicios para combatir la violencia contra las mujeres en nuestro país.</li> </ul>	Identifican los diferentes impactos sociales y económicos que genera la violencia contra las mujeres en la comunidad y en la empresa, así como el marco e instrumentos nacionales para proteger el derecho a una vida libre de violencia para las mujeres.	2 horas
<b>Sesión 2.2</b>	Propuesta de acciones contra la violencia hacia las mujeres en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas para combatir la violencia contra las mujeres en la empresa.</li> <li>• Rol de las*os actoras*es en las empresas seguras.</li> <li>• La ruta de apoyo en casos de violencia interna.</li> </ul>	Proponen medidas de acciones para prevenir, atender y sancionar la violencia contra las mujeres en la empresa.	2 horas

## Contenido de cada sesión

A continuación, se describe la estructura del contenido de cada sesión.

### I. Marco referencial

Incluye un resumen de la bibliografía más destacada, vinculada al tema por tratar en la sesión. Al final del módulo se incluye una lista bibliográfica que puede ser consultada para profundizar más en el tema. Según criterio del o de la facilitadora.

### II. Puntos para recordar

Destaca los contenidos clave que deben ser enfatizados en la sesión. Permite orientar el diálogo en torno a lo previsto en los objetivos de la sesión.

### III. Plan detallado de la sesión

- Objetivos de aprendizaje:** describe el cambio esperado en las\*os participantes.
- Contenidos:** temas dosificados de acuerdo con la duración de las sesiones.
- Programación de la sesión:** se incluye un cuadro detallado de las actividades de aprendizaje (qué y cómo se hace) junto a las técnicas de enseñanza aprendizaje sugeridas, los recursos y materiales necesarios y un listado de quién se responsabiliza por cada actividad. Un tema importante es que la programación se subdivide en tres grandes fases: de introducción, de desarrollo y de cierre.

## Fase de introducción

Permite ubicarnos en el tema. Está compuesta de las siguientes actividades:

- Hilo conductor, repaso de los contenidos trabajados en la sesión anterior.
- Formulación del objetivo y conocimiento de los contenidos de la sesión.

## Fase de desarrollo

Aquí se desarrollan las principales etapas del ciclo de aprendizaje:

- En la primera etapa. Se motiva la participación activa de las\*os participantes. Considerando la naturaleza de los contenidos trabajados en este programa, en algunas sesiones se utilizan medios audiovisuales para desencadenar las experiencias concretas a partir de las cuales se generarán los aprendizajes previstos.
- En la segunda etapa, se conduce a una observación reflexiva sobre las emociones que se han generado, haciendo hincapié en la similitud o diferencia entre géneros.
- La tercera etapa consiste en explicar y analizar lo que ha pasado en el primer momento, revalorizando las diferentes experiencias, conocimientos y percepciones generadas. Se busca extrapolar lo vivido en la sesión, al contexto real y cotidiano de las personas.
- En la cuarta etapa, las experiencias individuales se generalizan, usando y explicando lo ocurrido con conceptos teóricos generales. Se sintetiza la sesión y se obtienen conclusiones. Existen ayudas visuales para reforzar el desarrollo de los temas previstos.

## Fase de cierre

- Se trabaja con los contenidos del cuaderno de trabajo entregado a cada participante. Lo que se busca es consolidar los aprendizajes generados en la sesión de capacitación mediante una aplicación concreta en el ambiente cotidiano de la gente; además, se brindan pautas para la autoevaluación de los conocimientos adquiridos.
- También es muy importante recibir la retroalimentación de las\*os participantes respecto a los contenidos y la forma en que

trabajó el grupo y el equipo de facilitación. Por este motivo se aplica una evaluación diaria del trabajo realizado, con lo cual se espera introducir mejoras y ajustes necesarios en la siguiente sesión.

## IV. Anexos

Se constituyen en un soporte para el desarrollo de la sesión. Contienen pautas y sugerencias para realizar los ejercicios: una estructura de la experiencia activa y un soporte para la generalización y síntesis, que pueden cambiar de forma y contenido, principalmente cuando el tema aborda aspectos que deben ser muy contextualizados a las localidades territoriales.

## Clave de respuestas de la autoevaluación

Se incluye una clave de respuestas de la autoevaluación sugerida para cada participante.

## V. Cuaderno de trabajo

Se entrega un cuaderno de trabajo por sesión a cada participante, con el objetivo de que sea:

- Un material de apoyo didáctico durante el desarrollo de la sesión;
- Un material que refuerza el aprendizaje fuera de la sesión porque propone ejercicios que son prácticas individuales o grupales sobre temas ya trabajados en la misma;
- Un material de consulta porque incluye una síntesis de la sesión para revisar o reforzar contenido teórico-práctico trabajados en la sesión;
- Una oportunidad para cada participante porque ofrece una autoevaluación del aprendizaje obtenido mediante preguntas cerradas, de elección múltiple o frases incompletas sobre los temas tratados;
- Un medio de retroalimentación para quien facilita el proceso de aprendizaje porque incluye una evaluación de la sesión, para conocer la satisfacción respecto a la utilidad de la sesión, el incremento de conocimientos, el aprendizaje en grupo, satisfacción con la calidad de la facilitación y la propia participación activa, principalmente.

## VI. Material necesario para el desarrollo de las sesiones

Se cuenta con espacio digital para uso exclusivo de las\*os facilitadoras\*es, con el objetivo de contar con toda la información complementaria necesaria para desarrollar adecuadamente cada una de las sesiones, incluyendo:

- Cuadernos de trabajo que deberán imprimirse para cada participante de las sesiones de capacitación.
- Cualquier anexo que se requiera entregar a cada participante.
- Los audios y videos que deben mostrarse en las diferentes sesiones.
- Cualquier material adicional necesario cuando no sea suficiente contar con la del manual.

Al final del módulo de capacitación, las\*os colaboradoras\*es:

- Han reconocido las características de la violencia en relación de (ex) pareja, su incidencia negativa en la empresa, cómo se manifiesta la violencia contra las mujeres en la empresa y asumen una posición crítica de tolerancia cero frente a la violencia.
- Han analizado prácticas de discriminación y violencia contra las mujeres, cuestionando algunos mitos sociales que perpetúan la violencia de género.
- Han identificado los diferentes impactos sociales y económicos que genera la violencia contra las mujeres en la comunidad y en la empresa, así como el marco e instrumentos nacionales para proteger el derecho de una vida libre de violencia para las mujeres.
- Han propuesto medidas de acciones para prevenir, atender y sancionar la violencia contra las mujeres en su empresa.

## Anexo 1

### Ejemplos

En la región hay muchas empresas que han tomado conciencia sobre el hecho de que la violencia contra las mujeres tiene un impacto significativo y socioeconómicamente negativo en la calidad de vida de su personal y su propio desarrollo. Entre todas las medidas que emprendieron la capacitación a su personal casi siempre ha sido un componente. Por lo tanto, a continuación, solamente algunos ejemplos de las empresas donde se han ejecutado el módulo de capacitación para colaboradoras y colaboradores.

#### Bolivia

- **INTI** realizó capacitaciones para todas\*os sus colaboradoras\*es en Bolivia, llegando a 960 a nivel nacional.
- **Telefónica VIVA** capacitó a 118 colaboradores y colaboradoras en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz.
- **SETAR** formó exitosamente al personal directivo, administrativo, logístico, jurídico, técnico, operativo, comunicacional. Las capacitaciones llegaron casi a todo

su personal, ubicado en las diferentes regiones del departamento de Tarija, que incluyen un gran porcentaje del personal masculino (aproximadamente el 85% del total de la empresa).

Un resultado concreto del proceso de formación ha sido el diseño de una ruta de prevención, atención y sanción de la violencia contra las mujeres.

#### Ecuador

- En más de **25 fincas florícolas** de Expoflores las\*os colaboradoras\*es fueron capacitados\*as.
- **CNT – Corporación Nacional de Telecomunicaciones** capacitó presencialmente a casi todas\*os sus 7.000 colaboradoras\*es. A partir del 2021 retomaron las capacitaciones como parte de su planificación anual de Responsabilidad Social Corporativa.
- Desde 2012 **Swissôtel Quito** cuenta con un grupo propio de **facilitadoras\*es**, que en el marco del **programa de**

capacitación **Empresa Segura**, capacita periódicamente a su personal, habiendo llegado a cerca de 1.000 colaboradoras\*es. Las capacitaciones se repiten anualmente en el proceso de inducción al nuevo personal de la empresa.

## Perú

- **Laboratorios Bagó** ha capacitado a su personal y formado agentas\*es internas\*os para la prevención de la VcM.
- **International Bakery** ha ejecutado talleres de capacitación tanto para

sus colaboradoras\*es como en las comunidades de su entorno.

- Entre otras, las empresas **Duke Energy, Luz del Sur, CEYESA, Maple Ethanol, SODIMAC** cuentan con personal entrenado.

## Paraguay

- **El Mejor**, empresa de limpieza con aproximadamente 1.000 colaboradoras\*es capacitó a su personal.
- La empresa de producción y comercialización **IRIS SAIC** capacitó a sus colaboradoras\*es.

## Anexo 2

### Lista de facilitadoras\*es Empresa Segura

#### Bolivia

##### Alba Gamarra



**Sector:**  
Empresarial, ONG

**Profesión:**  
Ciencias Jurídicas y  
Políticas

##### Descripción del perfil:

- Entrenadora de entrenadoras\*es en Empresa segura: tolerancia cero contra la violencia a las mujeres.
- Asesora en derechos humanos: prevención de violencia hacia las mujeres. Planificación, Monitoreo, Evaluación de políticas, programas y proyectos. Facilitación de procesos de desarrollo grupal.

**Correo electrónico:** [alba@ciner.org](mailto:alba@ciner.org)

**CV disponible:** <https://bo.linkedin.com/in/alba-gamarra-9614036>

##### Dolly Alcoba Meriles



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Licenciada en Psicología

##### Descripción del perfil:

- Consultora del equipo del trabajo de campo para el Estudio Costos Empresariales de la violencia contra las mujeres en la pareja (coordinación del trabajo de campo en 31 empresas en eje troncal) gestión 2014.
- Capacitadora del Programa Empresa segura: Líder cero tolerancia hacia la violencia contra las mujeres (diferentes empresas del sector privado).
- Responsable del trabajo de campo del estudio de costos empresariales de la violencia para una entidad bancaria.

**Correo electrónico:** [do.alcoba@gmail.com](mailto:do.alcoba@gmail.com)

**CV disponible:** <https://www.linkedin.com/in/dolly-a-3b58723a/>

## Bolivia

### Samuel Villegas Quicaña



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Ciencias de la Información, con especialidad en Gestión de la Información en las Instituciones y Gestión de la Calidad ISO 9000. Ciencias Jurídicas - Derecho

Instituciones y Gestión de la Calidad ISO 9000. Ciencias Jurídicas - Derecho

#### Descripción del perfil:

- Diecinueve años de experiencia en elaboración, ejecución de planes, programas, proyectos sociales con enfoque de género e implantación de Sistemas de Información Institucionales.
- Facilitador certificado en el *Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres*.
- Desempeño laboral en Organizaciones no Gubernamentales e instituciones estatales de Bolivia.
- Consultorías en organizaciones internacionales y de cooperación (Compañeros de las Américas, FLACSO – CHILE – UNFPA, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo – AECID, ONU MUJERES BOLIVIA, GIZ – Programa Regional ComVoMujer y OXFAM – Oxford Committee for Famine Relief).

**Correo electrónico:** [samuelvillegasq@hotmail.com](mailto:samuelvillegasq@hotmail.com)

**Más información:** +(591) 72530902

### Marcelo Ríos Fuentes



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Psicólogo

#### Descripción del perfil:

- Especialista "cinturón negro" que acredita suficiencia para desempeñarse como entrenador, facilitador y co-facilitador en el "Programa Empresa Segura" Prevención de Violencia contra las Mujeres; Programa ComVoMujer/GIZ.
- Especialista en Intervención Comunitaria, Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Docente del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" desde el año 2012 a nivel pregrado y posgrado, en el Programa de Licenciatura en Psicología y en el Programa de Especialidad en Intervención Psicosocial Comunitaria.
- Se desempeña como Psicoterapeuta en consulta privada, consultorio psicológico de CECIT Psicología.

**Correo electrónico:** [marceloriosfuentes@gmail.com](mailto:marceloriosfuentes@gmail.com)

**CV disponible:** a solicitud por correo electrónico

**Más información:** +(591) 772 84534

## Ecuador

### Martha Cecilia Madrid Rocha

**Sector:**

Empresarial

**Profesión:**

Licenciada en Trabajo Social, Magister en Trabajo Social, Especialista en Recursos Humanos.

**Descripción del perfil:**

- Más de diez años de experiencia en el área de Talento Humano para el sector florícola; y ocho años en el área de trabajo social para el sector Hotelero.
- Ocho años de experiencia en facilitaciones de prevención de la violencia contra las mujeres en empresas públicas y privadas del Ecuador.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - *Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [marceci68@hotmail.com](mailto:marceci68@hotmail.com)

**Más información:** +(593) 99196452

### Juan Carlos Haro Vallejo

**Sector:**

Empresarial

**Profesión:**

Hotelería y Turismo, Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**Descripción del perfil:**

- Ocho años de experiencia en facilitaciones de prevención de la violencia contra las mujeres en empresas públicas y privadas del Ecuador.
- Facilitador certificado en el Programa Empresa segura - *Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* del Programa PreViMujer/GIZ.
- Desempeño laboral en el sector Turístico y Hotelero de Quito - Ecuador.
- Asistencia a empresas privadas y organismos internacionales GIZ – Programa Regional ComVoMujer, Banco ProCredit, Sector Florícola, CNT Ecuador, Jardín Botánico de Quito, Swissôtel, Hotel Plaza Grande.
- Preparación e implementación de TOM (Entrenamiento para multiplicadoras\*es) para empresas privadas y organizaciones no gubernamentales.

**Correo electrónico:** [juancaharo76@gmail.com](mailto:juancaharo76@gmail.com)

**Más información:** +(593) 984400799

## Ecuador

### María José Hernández

**Sector:**

Empresarial / Gremial

**Profesión:**

Economista, con especialidad en Gerencia de Proyectos.

**Descripción del perfil:**

- Desempeño laboral en organizaciones gremiales y sector empresarial.
- 7 años de experiencia en organizaciones gremiales.
- Experiencia en implementación y desarrollo de formación profesional dual en Ecuador.
- Formadora de Formadoras\*es certificado por la DIHK Berlín y la AHK Ecuador.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa Segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del Programa PreViMujer/GIZ

**Correo electrónico:** [ma.jo.hl@hotmail.com](mailto:ma.jo.hl@hotmail.com)  
[mjhernandez@cip.org.ec](mailto:mjhernandez@cip.org.ec)

**Más información:** +(593) 998701520

### Xavier Romero Sandoval

**Sector:**

Empresarial y Educativo

**Profesión:**

Ingeniero Agrónomo Zamorano, Máster en Desarrollo Rural y Comunitario.

**Descripción del perfil:**

- Graduado de la Universidad Zamorano (Honduras), Máster en Desarrollo Local y Comunitario (PUCE), Diplomado en Responsabilidad Social Corporativa (ESPOL – Universidad Católica de Valparaíso/ Chile), actualmente culminando Maestría en Violencia de Género y Género (ESNECA – España).
- Cursos en Derechos Humanos y Género (PUCE), Masculinidades y violencia contra las mujeres. Masculinidades y nuevas masculinidades: Intervención en violencia de género (SERENDIPITY – México).
- Consultor empresarial para Expoflores, responsable de Responsabilidad Social de la Corporación de Floricultores del Sur y el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad empresarial, con énfasis en prevención de la violencia contra las mujeres.
- Asesor técnico del programa PreViMujer/ GIZ.
- Facilitador y entrenador certificado en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del programa ComVoMujer/GIZ; con más de ocho años de experiencia en la implementación y formación de equipos empresariales.

**Correo electrónico:** [xromeros@hotmail.es](mailto:xromeros@hotmail.es) ;  
[xavier.romero@summasoluciones.com](mailto:xavier.romero@summasoluciones.com)

**Más información:** +(593) 998577713

### Ximena Calderón del Hierro

**Sector:**

Empresarial

**Profesión:**

Psicóloga Organizacional de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

**Descripción del perfil:**

- Diez años de experiencia en el área de Talento Humano.
- Dos años de experiencia en la Consultora Grupo LILA manejando asesorías a empresas en temas relacionados a la reinserción de madres al mercado laboral, Igualdad de Género, Diversidad, Equidad e Inclusión.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres, del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [ximena.calderon@grupolila.com](mailto:ximena.calderon@grupolila.com)

**Más información:** +(593) 997760950

## Ecuador

### Valeria Hurtado Izurieta

**Sector:**

Empresarial

**Profesión:**

Licenciada en  
Comunicación  
Organizacional por la  
Universidad SEK.

**Descripción del perfil:**

- Profesional comprometida con la reivindicación de los derechos, roles y oportunidades de las mujeres, convicción que se inició a nivel laboral en la organización de la sociedad civil Mujeres por Ecuador donde se desempeñó como Coordinadora General y actualmente se desempeña como Gerente de Comunicación y Directora del Programa de Mentorías en Grupo LILA.
- 10 años de experiencia en comunicación estratégica, investigación, análisis y generación de contenido para diferentes industrias.
- Experiencia en el sector de consultorías de información estratégica, análisis de coyuntura política, legislativa y mapeo de actores.
- Diseño de programas y facilitadora de charlas de Diversidad, Equidad e Inclusión.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [valeria.hurtado@grupolila.com](mailto:valeria.hurtado@grupolila.com)

**Más información:** +(593) 992918517

### Cecilia Elizabeth Mena Carrera

**Sector:**

Empresarial

**Profesión:**

Consultora experta en  
Género, Políticas Públicas  
y Desarrollo Sostenible

**Descripción del perfil:**

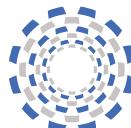
- Máster en Política Social de la Universidad Javeriana de Bogotá -Colombia; posee una Especialización en Género, Globalización y Desarrollo de la Facultad de Ciencias Sociales sede Ecuador - FLACSO, y un Diplomado en Violencia Urbana e Inseguridad desde un enfoque de Género del Centro de Estudios Urbanos y Regionales de Rosario -Argentina.
- Veinte años de trabajo en Derechos de las Mujeres, consultora en temas de Género, Política Pública, Derechos Humanos y Desarrollo Sostenible en instituciones públicas, privadas y de cooperación internacional.
- Asesora Ministerial en Derechos Humanos y docente universitaria
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres, del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [ceciliae.mena@gmail.com](mailto:ceciliae.mena@gmail.com)

**Más información:** +(593) 996160351



Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



CÁMARA DE  
INDUSTRIAS Y  
PRODUCCIÓN



Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



# Capacitación sobre masculinidades y violencia contra las mujeres



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**  
Deutsche Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PreVio**  
Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles 17  
y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**  
Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**  
María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso  
Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**  
Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**  
María Irma Campos Garvizu  
María Lizzy Montaño Eguez  
Viviana Maldonado Posso

**Diseño y diagramación**  
Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**  
Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**  
Adobe Stock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**  
Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**  
Las ideas, opiniones y criterios expresados en  
esta publicación son responsabilidad exclusiva  
de su autora y no reflejan necesariamente la  
opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**  
<https://www.facebook.com/MujeressinV/>  
[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/  
catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**  
En este documento se utiliza el asterisco (\*)  
como una expresión del lenguaje inclusivo  
y no sexista, que toma en cuenta la gran  
diversidad humana. Con este símbolo  
expresamos la inclusión no sólo de géneros  
femenino y masculino, también la existencia  
de otras identidades de género y diversidades  
sexuales, así como aspectos interseccionales  
de discriminación no solo de género, también  
de otros factores de desigualdad como: origen  
étnico, discapacidad o diversidad funcional,  
edad, religión y orientación sexual, haciendo  
referencia a las diferentes interacciones entre  
estos mismos.

## Breve descripción de la herramienta

Este módulo aborda el problema de la violencia contra las mujeres desde el enfoque de masculinidades, diseñado específicamente para trabajar con el personal masculino de las empresas u organizaciones. En la capacitación los hombres aprenden cómo la sociedad y las culturas determinan lo que se entiende por "masculino" y por "femenino", quiere decir, el proceso de formación de la masculinidad predominante y cómo variar este rol. Además, reconocen la potencialidad de una masculinidad no violenta para la mejora de relaciones entre hombres y mujeres.

## ¿Por qué la capacitación sobre masculinidades y violencia contra las mujeres con hombres es importante?

Así como "no se nace mujer, se llega una a serlo" (Simone de Beauvoir) tampoco "se nace hombre". Los roles de género, así como la masculinidad, son una construcción social. En su forma hegemónica - la supremacía de lo masculino sobre lo femenino - causa mucho daño y relaciones desiguales de poder entre mujeres y hombres, que a la vez producen la violencia de género hacia las mujeres. Entonces, es indudable que en términos estratégicos es fundamental también trabajar con los hombres para prevenir la violencia contra las mujeres, para que sean parte de un proceso de cambio y asuman la responsabilidad de ser parte de este.

## Objetivo y estructura general del módulo

Los participantes reconocen el proceso de construcción del género masculino y reflexionan sobre el comportamiento violento contra las mujeres, aplicando pautas para prevenir y controlar las actitudes y acciones de violencia contra las mujeres, principalmente de su entorno inmediato.

Estructura del módulo				
Sesión N°	Título	Contenido	Aprendizajes esperados de las*os participantes	Duración aproximada
<b>Sesión 1</b>	Construcción del género masculino.	<ul style="list-style-type: none"><li>• El proceso de formación de la masculinidad predominante en nuestro medio.</li><li>• Características y efectos positivos de la masculinidad no violenta.</li></ul>	Al término de la sesión, los participantes describen el proceso de formación de la masculinidad predominante en nuestro medio y reconocen la potencialidad de una masculinidad no violenta para la mejora de las relaciones entre hombres y mujeres.	2 horas
<b>Sesión 2</b>	¿Cómo construir masculinidades no violentas?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Importancia de trabajar con los hombres.</li><li>• Pautas para prevenir el desarrollo de actitudes violentas contra las mujeres.</li></ul>	Al término de la sesión, los participantes conocen la importancia de trabajar con los hombres para desarrollar masculinidades no violentas y aplican pautas para prevenir el desarrollo de actitudes violentas contra las mujeres de su entorno, especialmente contra sus parejas.	2 horas

# Contenido de cada sesión

A continuación, se describe la estructura del contenido de cada sesión.

## I. Marco referencial

Incluye un resumen de la bibliografía más destacada, vinculada al tema por tratar en la sesión. Al final del módulo se incluye una lista bibliográfica que puede ser consultada para profundizar más en el tema. Según criterio del o de la facilitadora.

## II. Puntos para recordar

Destaca los contenidos clave que deben ser enfatizados en la sesión. Permite orientar el diálogo en torno a lo previsto en los objetivos de la sesión.

## III. Plan detallado de la sesión

**a. Objetivos de aprendizaje:** describe el cambio esperado en los participantes.

**b. Contenidos:** temas dosificados de acuerdo con la duración de las sesiones.

**c. Programación de la sesión:** se incluye un cuadro detallado de las actividades de aprendizaje (qué y cómo se hace) junto a las técnicas de enseñanza aprendizaje sugeridas, los recursos y materiales necesarios y un listado de quién se responsabiliza por cada actividad. Un tema importante es que la programación se subdivide en tres grandes fases: introducción, desarrollo y cierre.

### Fase de introducción

Permite ubicarnos en el tema. Está compuesta de las siguientes actividades:

- Hilo conductor, repaso de los contenidos trabajados en la sesión anterior.
- Formulación del objetivo y conocimiento de los contenidos de la sesión.

### Fase de desarrollo

Aquí se desarrollan las principales etapas del ciclo de aprendizaje:

- En la primera etapa, se motiva la participación activa de los participantes. Considerando la naturaleza de los contenidos trabajados en este programa, en algunas sesiones se utilizan medios audiovisuales para desencadenar las experiencias concretas a partir de las cuales se generarán los aprendizajes previstos.
- En la segunda etapa se conduce a una observación reflexiva sobre las emociones que se han generado, haciendo hincapié en la similitud o diferencia entre los géneros.
- La tercera etapa consiste en explicar y analizar lo que ha pasado en el primer momento, revalorizando las diferentes experiencias, conocimientos y percepciones generadas. Se busca extrapolar lo vivido en la sesión, al contexto real y cotidiano de las personas.
- En la cuarta etapa, las experiencias individuales se generalizan, usando y explicando lo ocurrido con conceptos teóricos generales. Se sintetiza la sesión y se obtienen conclusiones. Existen ayudas visuales para reforzar el desarrollo de los temas previstos.

### Fase de cierre

- Se trabaja con los contenidos del cuaderno de trabajo entregado a cada participante. Lo que se busca es consolidar los aprendizajes generados en la sesión de capacitación mediante una aplicación concreta en el ambiente cotidiano de la gente; además, se brindan pautas para la autoevaluación de los conocimientos adquiridos.
- También es muy importante recibir la retroalimentación de los participantes respecto a los contenidos y la forma en que trabajó el grupo y el equipo de facilitación. Por este motivo se aplica una evaluación del trabajo realizado, con lo cual se espera introducir las mejoras y ajustes necesarios en la siguiente sesión.

## IV. Anexos

Se constituyen en un soporte para el desarrollo de la sesión. Contienen pautas y sugerencias para realizar los ejercicios: una estructura de la experiencia activa y un soporte para la generalización y síntesis, que pueden cambiar de forma y contenido, principalmente cuando el tema aborda aspectos que deben ser muy contextualizados a las localidades territoriales.

### Clave de respuestas de la autoevaluación

Se incluye una clave de respuestas de la autoevaluación sugerida para cada participante.

## V. Cuaderno de trabajo

Se entrega un cuaderno de trabajo por sesión a cada participante, con el objetivo de que sea:

- Un material de apoyo didáctico durante el desarrollo de la sesión;
- Un material que refuerza el aprendizaje fuera de la sesión porque propone ejercicios que son prácticas individuales o grupales sobre temas ya trabajados en la misma;
- Un material de consulta porque incluye una síntesis de la sesión para revisar o reforzar contenido teórico-práctico trabajado en la sesión;
- Una oportunidad para cada participante porque ofrece una autoevaluación del aprendizaje obtenido mediante preguntas cerradas, de elección múltiple o frases incompletas sobre los temas tratados;
- Un medio de retroalimentación para quien facilita el proceso de aprendizaje porque incluye una evaluación de la sesión, para conocer la satisfacción respecto

a la utilidad de la sesión, el incremento de conocimientos, el aprendizaje en grupo, satisfacción con la calidad de la facilitación y la propia participación activa, principalmente.

## VI. Material necesario para el desarrollo de las sesiones

Se cuenta con espacio digital para uso exclusivo de las\*os facilitadoras\*es, con el objetivo de contar con toda la información complementaria necesaria para desarrollar adecuadamente cada una de las sesiones, incluyendo:

- Cuadernos de trabajo, que deberán imprimirse para cada participante de las sesiones de capacitación;
- Cualquier anexo que se requiera entregar a cada participante;
- Los audios y videos que deben mostrarse en las diferentes sesiones;
- Cualquier material adicional necesario cuando no sea suficiente contar con la del manual.

Al final del módulo de masculinidades y violencia contra las mujeres, los colaboradores:

- Han reconocido el proceso de formación de la masculinidad predominante, y cómo variar este rol permite establecer relaciones respetuosas y equitativas con las mujeres, desarrollando una actitud crítica frente al tipo de masculinidad predominante;
- Conocen la importancia de desarrollar masculinidades no violentas y de aplicar pautas para prevenir actitudes violentas contra las mujeres de su entorno, especialmente de sus parejas.

## Anexo 1

### Ejemplos

Desde hace algunos años diversas instituciones, públicas y privadas, han empezado a tomar medidas para promover el desarrollo de masculinidades entre los hombres que sean distintas a la hegemónica.

#### Pro Mujer

En Bolivia la entidad microfinanciera "Pro Mujer" que trabaja con mujeres en situación de pobreza de las nueve regiones del país, apoyando la generación de ingresos para el sustento familiar, inició un proceso de formación en la prevención de violencia contra las mujeres para reducir su impacto negativo en las economías de sus clientas. Como parte del programa, se implementaron talleres con 70 colaboradores de esta entidad a nivel directivo, administrativo y de planta.

#### Grupo Empresarial Endesa-Botrosa

Este grupo y su empresa Provemundo, con personal mayoritariamente masculino, desarrollaron capacidades para formar un grupo de promotores para que éstos repliquen los conocimientos adquiridos, no solo al interior de las empresas sino también en las comunidades en las cuales intervienen. Hasta el momento, gracias a este efecto multiplicador, ya son 900 los hombres que han sido capacitados. Además, han conformado un grupo teatral, que ha creado la obra: "Los Cimarrones" (un extracto se encuentra disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=bF2hgHS6k-8>), que sensibiliza y previene la VcM desde las risas y el arte. Esta obra ha sido presentada en la misma empresa, comunidades aledañas, en un encuentro internacional y en eventos de responsabilidad social empresarial de otras empresas ecuatorianas y en universidades.

#### Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento (EPMAPS)

EPMAPS, empresa del Municipio de Quito, cuenta con personal técnico mayoritariamente compuesto por hombres, por lo cual se implementó un programa de capacitación a 309 colaboradores para mejorar el clima laboral y reducir casos de violencia contra las mujeres dentro y fuera de la empresa.

#### Tecnológica de Alimentos S.A. (TASA)

En Perú, la empresa pesquera TASA, trabajó en 17 de sus plantas industriales a nivel nacional, con el objetivo de promover la prevención de la violencia contra las mujeres y reducir accidentes laborales por actitudes machistas que elevan los riesgos en su personal y los costos en la empresa. Uno de los impactos de este trabajo, fue que los participantes solicitaron a la empresa la continuidad de los mismos (desde un enfoque de masculinidades alternativas y solo para hombres) y también su ampliación para que paralelamente se capacitara en los mismos temas a sus parejas, hijos e hijas, para así evitar que la VcM se siga propagando.

#### International Bakery

Esta empresa, en el marco de su proceso amplio de prevención de la VcM, ha realizado ya un taller de capacitación a sus colaboradores, pues considera que cuando las mujeres no cumplen con los roles estereotipados (como por ejemplo las tareas del cuidado) ello las coloca en una situación de mayor riesgo frente a la VcM y considera que la promoción de masculinidades alternativas es una posibilidad preventiva exitosa.

Complementariamente a ello y dentro de una lógica de conciliación de la vida personal y profesional, ha lanzado la "Cuponera Bakery", que contempla un día libre pagado al año para su personal masculino (más de 350 colaboradores), siempre que ese día lo dediquen a compartir las labores domésticas y el cuidado de los/las hijos/as.

## Anexo 2

### Lista de facilitadoras\*es Empresa Segura

#### Bolivia

##### Marcelo Ríos Fuentes



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Psicólogo

##### Descripción del perfil:

- Especialista "cinturón negro" que acredita suficiencia para desempeñarse como entrenador, facilitador y co-facilitador en el "Programa Empresa Segura" Prevención de Violencia contra las Mujeres; Programa ComVoMujer/GIZ.
- Especialista en Intervención Comunitaria, Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Docente del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" desde el año 2012 a nivel pregrado y posgrado, en el Programa de Licenciatura en Psicología y en el Programa de Especialidad en Intervención Psicosocial Comunitaria.
- Se desempeña como Psicoterapeuta en consulta privada, consultorio psicológico de CECIT Psicología.

**Correo electrónico:** [marceloriosfuentes@gmail.com](mailto:marceloriosfuentes@gmail.com)

**CV disponible:** a solicitud por correo electrónico

**Más información:** +(591) 772 84534

##### Samuel Villegas Quicaña



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Ciencias de la  
Información, con  
especialidad en  
Gestión de la  
Información en las

Instituciones y Gestión de la Calidad ISO  
9000. Ciencias Jurídicas - Derecho

##### Descripción del perfil:

- Diecinueve años de experiencia en elaboración, ejecución de planes, programas, proyectos sociales con enfoque de género e implantación de Sistemas de Información Institucionales.
- Facilitador certificado en el *Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres*.
- Desempeño laboral en Organizaciones no Gubernamentales e instituciones estatales de Bolivia.
- Consultorías en organizaciones internacionales y de cooperación (Compañeros de las Américas, FLACSO – CHILE – UNFPA, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo – AECID, ONU MUJERES BOLIVIA, GIZ – Programa Regional ComVoMujer y OXFAM – Oxford Committee for Famine Relief).

**Correo electrónico:** [samuelvillegasq@hotmail.com](mailto:samuelvillegasq@hotmail.com)

**Más información:** +(591) 72530902

## Ecuador

### Juan Carlos Haro Vallejo



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Hotelería y Turismo,  
Ingeniería en  
Administración de  
Empresas Turísticas y  
Hoteleras.

#### Descripción del perfil:

- Ocho años de experiencia en facilitaciones de prevención de la violencia contra las mujeres en empresas públicas y privadas del Ecuador.
- Facilitador certificado en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del Programa PreViMujer/GIZ.
- Desempeño laboral en el sector Turístico y Hotelero de Quito - Ecuador.
- Asistencia a empresas privadas y organismos internacionales GIZ – Programa Regional ComVoMujer, Banco ProCredit, Sector Florícola, CNT Ecuador, Jardín Botánico de Quito, Swissôtel, Hotel Plaza Grande.
- Preparación e implementación de TOM (Entrenamiento para multiplicadoras\*es) para empresas privadas y organizaciones no gubernamentales.

**Correo electrónico:** [juancaharo76@gmail.com](mailto:juancaharo76@gmail.com)

**Más información:** +(593) 984400799

### Xavier Romero Sandoval



**Sector:**  
Empresarial y Educativo

**Profesión:**  
Ingeniero Agrónomo  
Zamorano, Máster  
en Desarrollo Rural y  
Comunitario.

#### Descripción del perfil:

- Graduado de la Universidad Zamorano (Honduras), Máster en Desarrollo Local y Comunitario (PUCE), Diplomado en Responsabilidad Social Corporativa (ESPOL – Universidad Católica de Valparaíso/ Chile), actualmente culminando Maestría en Violencia de Género y Género (ESNECA – España).
- Cursos en Derechos Humanos y Género (PUCE), Masculinidades y violencia contra las mujeres. Masculinidades y nuevas masculinidades: Intervención en violencia de género (SERENDIPITY – México).
- Consultor empresarial para Expoflores, responsable de Responsabilidad Social de la Corporación de Floricultores del Sur y el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad empresarial, con énfasis en prevención de la violencia contra las mujeres.
- Asesor técnico del programa PreViMujer/ GIZ.
- Facilitador y entrenador certificado en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del programa ComVoMujer/GIZ; con más de ocho años de experiencia en la implementación y formación de equipos empresariales.

**Correo electrónico:** [xromeros@hotmail.es](mailto:xromeros@hotmail.es) ;  
[xavier.romero@summasoluciones.com](mailto:xavier.romero@summasoluciones.com)

**Más información:** +(593) 998577713



Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



CÁMARA DE  
INDUSTRIAS Y  
PRODUCCIÓN



Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

# Formación de multiplicadoras y multiplicadores



PreViKit

Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres

**Publicado por la**

Deutsche Gesellschaft für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**Proyecto PREVIO**

Avenida Julio C. Patiño N° 1178, entre calles 17  
y 18, Calacoto  
T +591 (2) 277 1380  
F +591 (2) 211 7462  
I [www.giz.de](http://www.giz.de)

**Programa PreViMujer**

Whymper N28-39 y Orellana Quito, Ecuador  
T + 593 2 3815810  
F + 593 2 381810 Ext. 200

**Responsables**

María Irma Campos Garvizu  
Coordinadora Proyecto PreVio/GIZ  
[irma.campos@giz.de](mailto:irma.campos@giz.de)

Viviana Maldonado Posso

Directora del Programa PreViMujer/GIZ  
[viviana.maldonado@giz.de](mailto:viviana.maldonado@giz.de)

**Autora**

Dra. h.c. Christine Brendel

**Equipo técnico**

María Irma Campos  
María Lizzy Montaño  
Viviana Maldonado

**Colaboración técnica**

Alba Gamarra  
Xavier Romero

**Diagramación**

Mantis Creatividad Estratégica

**Impresión**

Mantis Creatividad Estratégica

**Fotografías**

AdobeStock

**ISBN Obra independiente: 978-9942-8974-1-1**

Primera edición: marzo de 2022

**Derechos reservados**

Las ideas, opiniones y criterios expresados en esta publicación son responsabilidad exclusiva de su autora y no reflejan necesariamente la opinión de la GIZ ni de sus contrapartes.

**Síguenos:**

<https://www.facebook.com/MujeressinV/>  
[https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo\\_comvomujer\\_web.pdf](https://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf)

**Nota:**

En este documento se utiliza el asterisco (\*) como una expresión del lenguaje inclusivo y no sexista, que toma en cuenta la gran diversidad humana. Con este símbolo expresamos la inclusión no sólo de géneros femenino y masculino, también la existencia de otras identidades de género y diversidades sexuales, así como aspectos interseccionales de discriminación no solo de género, también de otros factores de desigualdad como: origen étnico, discapacidad o diversidad funcional, edad, religión y orientación sexual, haciendo referencia a las diferentes interacciones entre estos mismos.

## Breve descripción de la herramienta

El módulo de formación de multiplicadoras\*es está dirigido al personal de las empresas con un perfil específico, que les permite capacitar a sus colegas en los módulos del programa *Empresa segura – Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* (VcM). Se trata de un entrenamiento de cuatro días, a tiempo completo, bajo guía de facilitadoras\*es especialmente calificadas\*os y con amplia experiencia (véase anexo 2).

La herramienta es un instructivo esencial para guiar a estas\*os facilitadoras\*es en preparar lo que se requiere antes del taller, durante y posterior al mismo. Además, propone lineamientos de lo que se debe tener en cuenta; qué materiales y documentos de apoyo son necesarios; y entre otros valiosos insumos, da recomendaciones.

Por lo tanto, ofrece información guiada y una estructura organizada para una mejor conducción y facilitación de talleres dirigidos a formar multiplicadoras\*es empresariales como parte del programa de capacitación *Empresa segura Líder en tolerancia cero frente a la violencia contra las mujeres*.

Formar su propio personal para que sepa capacitar sus colegas, usando contenidos acertados, concretos y prácticos, es una estrategia valiosa para las empresas. Asegura que la prevención de la VcM es parte integral del quehacer institucional; ahorra costos y permite que el personal nuevo periódicamente sea capacitado.

## Objetivos y estructura general del curso de Formación de multiplicadoras\*es

### Objetivo general

Las\*os capacitadas\*os saben facilitar correctamente el programa *Empresa Segura: Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres*.

### Objetivos específicos

Al término de la capacitación las\*os capacitadas\*os son capaces de:

1. Identificar y valorar los principales elementos para lograr capacitaciones de calidad en la prevención de la violencia hacia las mujeres, especialmente en las organizaciones empresariales.
2. Analizar su rol como multiplicadoras\*es<sup>1</sup> del aprendizaje de personas adultas y mejorar su capacidad para brindar y recibir retroalimentación.
3. Utilizar las guías del Programa Empresa Segura y aplicar correctamente sus actividades y lineamientos metodológicos durante sus prácticas de facilitación.

La herramienta está dividida en tres partes:

### 1. Objetivos, recursos y aspectos básicos de la capacitación

Junto a los objetivos arriba mencionados, la herramienta contiene un capítulo sobre los recursos necesarios para ejecutar el entrenamiento; otro que explica el modo de programación; un tercero sobre el manejo de tiempo; un cuarto que aclara el uso de lenguaje inclusivo y como último se revelan algunas medidas de bioseguridad.

### 2. Las tres fases de un taller de capacitación

Frecuentemente en la planificación de un curso se toma en cuenta solamente la fase de ejecución y se subestima la importancia, el esfuerzo y los recursos necesarios para la preparación y el seguimiento posterior.

Por lo tanto, hay un capítulo en el manual de la herramienta donde se profundizan detalladamente las medidas correspondientes a las tres fases, que son: de preparación, desarrollo y seguimiento posterior.

Cada fase cuenta con material específico y concreto de soporte para desarrollarla de la manera más óptima.

Para que la formación de multiplicadoras\*es sea un éxito, la fase de **preparación antes del taller** es crucial y decide, en muchos casos, si lo planificado se acierta en el tiempo previsto. Dentro de su preparación se deben considerar tres instantes: (1) El diseño; (2) la planificación; y, (3) la elaboración de los materiales.

A continuación, de manera breve, algunas características que se deben considerar para el **desarrollo del taller**. La formación de multiplicadoras\*es tiene que ser una experiencia de trabajo activo, creativo, colectivo, concreto, sistemático, vivencial y por supuesto un trabajo puntual enmarcado en un proceso institucional, que ni comienza ni termina con el taller.

También constituye una situación privilegiada de aprendizaje, que permite reflexionar sobre

1 En este documento la persona que dirige el proceso de capacitación es facilitador\*a y quien recibe la capacitación es multiplicador\*a.

conocimientos, valores, actitudes y prácticas en relación a la violencia contra las mujeres. Sus diferentes técnicas permiten la construcción colectiva y estimulan la reflexión y búsqueda de alternativas de solución frente a la violencia contra las mujeres (VcM).

Para esta fase del taller existen **planes detallados por cada día** que definen hora y duración

de la actividad, su título y contenido, la técnica de enseñanza, así como el material necesario y la responsabilidad para la ejecución de la tarea.

Una vez terminada la capacitación se hace **seguimiento** a los acuerdos que se hicieron durante la misma y el equipo de facilitación reflexione sobre su forma de conducción, así como su desempeño como equipo durante el desarrollo del taller.

### 3. Contenido general del entrenamiento

Contenido resumido del taller			
Día 1	Día 2	Día 3	Día 4
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida</li> <li>• Pautas para escribir en tarjetas</li> <li>• Presentación y expectativas</li> <li>• Acuerdos y acta de compromiso</li> <li>• Objetivos y contenido</li> <li>• Prueba de entrada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida</li> <li>• Hilo Conductor</li> <li>• Ajustes finales de prácticas de facilitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida</li> <li>• Hilo Conductor</li> <li>• <b>Grupo 4</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 2.2 del módulo I <i>Estrategias y acciones contra la VcM en nuestra empresa</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 4</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienvenida</li> <li>• Hilo Conductor</li> <li>• <b>Grupo 7</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 2.1 del Módulo II <i>Impactos sociales y económicos causados por la VcM y su marco de protección</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 7</li> </ul> </li> </ul>
Refrigerio			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepciones y estereotipos de género.</li> <li>• Violencias y agresiones</li> <li>• Sesión de Empresa Segura impartido por el equipo de facilitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupo 1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 1.1 del módulo I <i>Efectos socio-económicos de la VcM</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 1</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupo 5</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 1.1 del módulo II <i>Concepto y alcances de la VcM en el ámbito familiar y su incidencia en la empresa</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 5</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupo 8</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 2.2 del módulo II <i>Propuesta de acciones contra la VcM en la empresa</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 8</li> </ul> </li> </ul>
Almuerzo			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La facilitación y como aprenden l*s adult*s</li> <li>• Ciclo de Aprendizaje</li> <li>• Pautas de retroalimentación</li> <li>• Plan de trabajo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupo 2</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 1.2 del módulo I <i>Comprendiendo el fenómeno de la VcM</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 2</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupo 6</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 1.2 del módulo II <i>Roles y Mitos sociales que perpetúan la VcM</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 6</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupo 9</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 1 del módulo III <i>Construcción del género masculino</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 9</li> </ul> </li> </ul>
Refrigerio incluido en la preparación de sesiones			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de sesiones</li> <li>• Evaluación del día</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grupo 3</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sesión 2.1 del módulo I <i>Experiencias éxitosas de RSE para combatir la VcM</i></li> <li>• Retroalimentación al grupo 3</li> <li>• Evaluación del día</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil del*a facilitador*a que lucha contra la VcM</li> <li>• Evaluación del día</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balance y retroalimentación general de las prácticas</li> <li>• Prueba de salida</li> <li>• Evaluación general del entrenamiento</li> <li>• Clausura del taller</li> </ul>

## Anexo 1

### Ejemplos

A continuación, algunos ejemplos de empresas, que cuentan con sus propias\*os multiplicadoras\*es:

#### Bolivia

- Drogería INTI S.A.
- Laboratorios Bagó Bolivia
- ONG FIE y Banco FIE
- Servicio de Desarrollo de las Empresas Públicas- SEDEM

#### Ecuador

- Hotelera Swissôtel
- Grupo empresarial Endesa-Botrosa
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT-EP Ecuador
- Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Quito (EPMAPS)

#### Paraguay

- ADEC – Asociación de Empresarios Cristianos
- El Mejor
- IRIS SAIC

## Anexo 2

Lista de entrenadoras\*es para multiplicadoras\*es

### Bolivia

#### Alba Gamarra



**Sector:**  
Empresarial, ONG

**Profesión:**  
Ciencias Jurídicas y  
Políticas

#### Descripción del perfil:

- Entrenadora de entrenadoras\*es en Empresa segura: tolerancia cero contra la violencia a las mujeres.
- Asesora en derechos humanos: prevención de violencia hacia las mujeres. Planificación, Monitoreo, Evaluación de políticas, programas y proyectos. Facilitación de procesos de desarrollo grupal.

**Correo electrónico:** [alba@ciner.org](mailto:alba@ciner.org)

**CV disponible:** <https://bo.linkedin.com/in/alba-gamarra-9614036>

## Bolivia

### Marcelo Ríos Fuentes



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Psicólogo

#### Descripción del perfil:

- Especialista "cinturón negro" que acredita suficiencia para desempeñarse como entrenador, facilitador y co-facilitador en el "Programa Empresa Segura" Prevención de Violencia contra las Mujeres; Programa ComVoMujer/GIZ.
- Especialista en Intervención Comunitaria, Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Docente del Departamento de Psicología de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" desde el año 2012 a nivel pregrado y posgrado, en el Programa de Licenciatura en Psicología y en el Programa de Especialidad en Intervención Psicosocial Comunitaria.
- Se desempeña como Psicoterapeuta en consulta privada, consultorio psicológico de CECIT Psicología.

**Correo electrónico:** [marceloriosfuentes@gmail.com](mailto:marceloriosfuentes@gmail.com)

**CV disponible:** a solicitud por correo electrónico

**Más información:** +(591) 772 84534

## Ecuador

### Xavier Romero Sandoval



**Sector:**  
Empresarial y Educativo

**Profesión:**  
Ingeniero Agrónomo  
Zamorano, Máster  
en Desarrollo Rural y  
Comunitario.

#### Descripción del perfil:

- Graduado de la Universidad Zamorano (Honduras), Máster en Desarrollo Local y Comunitario (PUCE), Diplomado en Responsabilidad Social Corporativa (ESPOL – Universidad Católica de Valparaíso/Chile), actualmente culminando Maestría en Violencia de Género y Género (ESNECA – España).
- Cursos en Derechos Humanos y Género (PUCE), Masculinidades y violencia contra las mujeres. Masculinidades y nuevas masculinidades: Intervención en violencia de género (SERENDIPITY – México).
- Consultor empresarial para Expoflores, responsable de Responsabilidad Social de la Corporación de Floricultores del Sur y el Consorcio Ecuatoriano para la responsabilidad empresarial, con énfasis en prevención de la violencia contra las mujeres.
- Asesor técnico del programa PreViMujer/ GIZ.
- Facilitador y entrenador certificado en el Programa Empresa segura - Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres del programa ComVoMujer/GIZ; con más de ocho años de experiencia en la implementación y formación de equipos empresariales.

**Correo electrónico:** [xavier.romero@summasoluciones.com](mailto:xavier.romero@summasoluciones.com) ; [xromeros@hotmail.es](mailto:xromeros@hotmail.es)

**Más información:** +(593) 998577713

## Ecuador

### Martha Cecilia Madrid Rocha



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Licenciada en Trabajo Social, Magíster en Trabajo Social, Especialista en Recursos Humanos.

#### Descripción del perfil:

- Más de diez años de experiencia en el área de Talento Humano para el sector florícola; y ocho años en el área de trabajo social para el sector Hotelero.
- Ocho años de experiencia en facilitaciones de prevención de la violencia contra las mujeres en empresas públicas y privadas del Ecuador.
- Facilitadora certificada en el Programa Empresa segura - *Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* del Programa PreViMujer/GIZ.

**Correo electrónico:** [marceci68@hotmail.com](mailto:marceci68@hotmail.com)

**Más información:** +(593) 99196452

### Juan Carlos Haro Vallejo



**Sector:**  
Empresarial

**Profesión:**  
Hotelería y Turismo, Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

#### Descripción del perfil:

- Ocho años de experiencia en facilitaciones de prevención de la violencia contra las mujeres en empresas públicas y privadas del Ecuador.
- Facilitador certificado en el Programa Empresa segura - *Líder en tolerancia cero frente a la violencia hacia las mujeres* del Programa PreViMujer/GIZ.
- Desempeño laboral en el sector Turístico y Hotelero de Quito - Ecuador.
- Asistencia a empresas privadas y organismos internacionales GIZ – Programa Regional ComVoMujer, Banco ProCredit, Sector Florícola, CNT Ecuador, Jardín Botánico de Quito, Swissôtel, Hotel Plaza Grande.
- Preparación e implementación de TOM (Entrenamiento para multiplicadoras\*es) para empresas privadas y organizaciones no gubernamentales.

**Correo electrónico:** [juancarharo76@gmail.com](mailto:juancarharo76@gmail.com)

**Más información:** +(593) 984400799



Caja de herramientas  
empresariales para prevenir  
la violencia contra las mujeres



CÁMARA DE  
INDUSTRIAS Y  
PRODUCCIÓN



Implementada por  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH