Marco conceptual

¡Combatir la violencia contra las mujeres es también un asunto empresarial!

Desde el 1 de enero de 2011, la GIZ concentra la competencia y la larga experiencia del DED, la GTZ e InWEnt en una única organización.

El Programa „Combatir la Violencia contra las Mujeres en Perú, Ecuador, Bolivia, y Paraguay“ y el programa „Promoción de Equidad de Género y Derechos de la Mujer“ se ejecutan por la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH por encargo del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarollo de Alemania.

giz

Por encargo de:
Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo

Aliado estratégico
VERITAS LIBERABIT VOS
USMP
UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES

Edición
Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos

Universidad de San Martín de Porres
Jr. Las Calandrias 151, Santa Anita,
Lima/Perú
T +51 1 362 0065
F +51 1 362 5474
I www.usmp.edu.pe

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Programa Regional ComVoMujer
Bernardo Alcedo 150, Edificio Peruval,
Piso 4
San Isidro, Lima27/Perú
T +51-1-442 1101 ó 442 0736
F +51-1-442 2010
I www.giz.de

Programa de Promoción de Equidad de
Género y Derechos de la Mujer
Postfach 5180
65760 Eschborn, Alemania
T +49 6196 79-1521
F +49 6196 79-801521
I www.giz.de

Responsables
Dr. Daniel Valera Loza
Decano
Facultad de Ciencias Administrativas y
Recusos Humanos
dvalera@usmp.edu.pe

Christine Brendel
Directora Programa Regional
ComVoMujer
christine.brendel@giz.de

Sabine Gürtner
Directora de Promoción de Equidad
de Género y Derechos de la Mujer
sabine.guertner@giz.de

Autoras
Christine Brendel
Programa „Combatir la Violencia
contra la Mujer en Latinoamérica“

Gunhild Schwitalla
Programa de Promoción de Equidad
de Género y Derechos de la Mujer

Diagramación
Carmen Seiser, Johannes Happe

Diseño
Ira Olaleye, Eschborn, Alemania

Foto titular
Ojo Images/F1 ONLINE

Impresión
EDITORIAL Y GRÁFICA EBRA E.I.R.L.

Lima, Mayo 2011

Índice

Prólogo 4

1 Relevancia del tema 6

2 Impactos y costos socio-económicos de la violencia contra las mujeres 7

3 La responsabilidad social de las empresas 11

4 Historias de éxito 13

5 Posibilidades de actuación 17

6 Cooperaciones con la empresa privada – principios de la cooperación alemana – 18

7 Conclusiones 20

8 Anexo 22

9 Bibliografía 24

Prólogo

El presente documento busca llamar la atención, a través de un lenguaje claro y firme, sobre una realidad que evitamos ver, como si de esta manera desapareciera. Esta realidad es la existencia de una sociedad aun violenta contra muchas mujeres, la cual impacta transversalmente en todos los habitad de vida: el domicilio, la comunidad, el centro de trabajo y otros ámbitos de la sociedad.

Las investigaciones sociales demuestran que las mujeres son víctimas con mayor frecuencia de la violencia, incluso en el lugar donde se considera es el más seguro para toda persona, su hogar. Un estudio de la OMS señala que en el Perú el 48 % de las mujeres en Lima y el 61 % en Cusco ha sufrido violencia física por parte de sus parejas en su domicilio. Nuevos estudios revelan esta misma problemática en otros países latinoamericanos, de acuerdo con las cifras promedio reveladas en Bolivia, un 65 % de mujeres son víctimas de violencia, en Ecuador un 45 % y en Paraguay un 15 % sufren violencia.

La violencia no solo ocurre en el domicilio, también sucede en el trabajo; y aunque afecta tanto a mujeres como a hombres – según reporta la OIT por lo menos el 4 % de la población laboral ha sido víctima de violencia, ya sea acoso sexual o ataque físico en el ámbito de trabajo – las mujeres constituyen el mayor número de casos dentro de esta cifra. Pese a los esfuerzos de los gobiernos y empresas en normar y sancionar, estos no han sido suficientes, debido a que la violencia no solo se genera en el ámbito laboral sino que es llevada al interior de la empresa desde la familia y el entorno social.

A partir del entendimiento de la existencia de fuentes endógenas y exógenas de violencia en el trabajo, la empresa puede proponer a través del diálogo con sus grupos de interés (stakeholder) implementar conjuntamente acciones que conlleven a la erradicación de la violencia en el interior de la empresa y contribuir a su disminución en la sociedad mediante campañas, mensajes públicos, la formación de redes y apoyo a organizaciones que combaten la violencia, como un aspecto importante de su estrategia de responsabilidad social.

Las alternativas para la búsqueda de soluciones pasan por dos frentes simultáneos en las empresas: Primero, continuar con la obligación de construir lugares seguros para trabajar. Segundo, contribuir como parte de la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, a edificar sociedades más pacificas. A manera de guía en el presente trabajo se ilustran casos y ejemplos de aportes empresariales en este sentido y relaciona los impactos de la violencia contra la mujer en la productividad y el ausentismo laboral.

Por todo lo anterior, los invitamos a compartir esta visión, a difundirla y a tomar acción en su empresa con la intención de lograr una sociedad más justa, en la cual la aspiración a un trabajo decente sea una posibilidad real y una condición irrenunciable para las siguientes generaciones de mujeres y hombres en el Perú y Latinoamérica.

Daniel Valera Loza
Decano
Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
Universidad de San Martín de Porres
(Lima – Perú)

Relevancia del tema

1

La violencia contra la mujer no es un asunto privado sino una grave violación de los derechos humanos. Es reconocido que la actividad económica es un espacio de realización personal y el trabajo un derecho fundamental. En este espacio hombres y mujeres se relacionan e interactúan contribuyendo a un objetivo común, el de la empresa, entidad o institución en que se desempeñan. 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. La violencia contra las mujeres en los diferentes países es todavía un fenómeno

Evento Mujeres sin barreras organizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el FOMIN, el Banco Mundial, GTZ y Mibanco

oculto, a pesar de que se presenta relativamente abierto ante los ojos de los familiares de las afectadas y también de los y las colegas de trabajo. Muy pocas veces es tema de un discurso público. Una razón importante sin duda es que las afectadas, por vergüenza o temor a las sanciones sociales impiden que terceros se enteren de los actos violentos.

Lo anteriormente mencionado está confirmado por un estudio realizado en Perú por la Universidad de San Martín de Porres en el 2010, que buscaba identificar los temas de importancia para los directivos en el campo de la responsabilidad social, el tema de la violencia laboral no fue nombrado ni una sola vez, durante las entrevistas realizadas.[1]

- ¿Usted se ha preguntado alguna vez por qué la Señora Martínez falta por lo menos dos veces al mes aunque su presencia en la empresa es fundamental?
- ¿Usted se ha molestado porque la calidad laboral de su jefa de producción se redujo de manera rápida durante los últimos meses?
- ¿Ha notado usted una fluctuación alta de su personal femenino que afecta la productividad de su empresa?
- ¿Alguna vez usted se ha preguntado si todo lo mencionado tiene que ver con un caso de violencia contra la mujer?

A lo largo del texto vamos a contestar estas preguntas y fundamentar porque el tema de la violencia contra la mujer es un asunto importante en el ámbito de la empresa

[1] Arróspide-Lizaraso, Luis (En Prensa), Responsabilidad Social: Una perspectiva gerencial. Innovación y Emprendimiento. Revista Latinoamericana de Ciencias Empresariales, 2(1), Lima.

Impactos y costos socio-económicos de la violencia contra las mujeres

2

En Latinoamérica, al igual que en casi todas las regiones del mundo, la violencia contra la mujer sigue siendo uno de los problemas más arraigados que sufren las mujeres. Sus costos económicos y sociales tienen impactos significativos en la sociedad, la empresa, la familia así como en las personas individuales. Distintas cifras y estadísticas lo demuestran.

Hechos y cifras macroeconómicos

Al Estado como titular del monopolio de poder también le corresponde tomar medidas contra la violencia doméstica. Lo hace por medio de intervenciones y la prevención, lo que genera costos. Las empresas también tienen costos, principalmente en forma de pérdidas financieras. Una comparación transnacional de estos costos para el Estado y las empresas será sin embargo muy difícil, porque los estudios realizados a este respecto no siempre toman en cuenta de igual manera los gastos en el sector público y las pérdidas del sector privado. Sin embargo, las siguientes cifras dan una buena idea de la magnitud financiera del problema:

- Un estudio conducido en Colombia en el 2004 demostró que el gobierno gastó más de 184.000.000.000 (billones) de pesos colombianos en el 2003 para prevenir, detectar y ofrecer servicios a sobrevivientes de la violencia contra la mujer. Es decir, más de 0,6 % del presupuesto nacional.[2]
- Un estudio realizado en los Estados Unidos en el 2003 evidenció que en el plazo de un año, se gastaron más de 4.000.000.000 (billones) de dólares en el sector de salud para la atención a víctimas de violencia domestica.[3]
- Los costos causados por la violencia contra la mujer en Alemania ascienden a alrededor de 14.000.000.000 (billones) de Euro. Esta suma concierne el daño total causado a la sociedad y contiene perdidas a nivel de la empresa privada por ausencias laborales y los gastos socio-económicos como el tratamiento médico de las personas afectadas.[4]
- En Gran Bretaña los costos macro-económicos causados por la violencia domestica ascienden a £5.800.000.000 (billones) por año.[5] Bajo un análisis diferenciado, esta suma se puede dividir en dos montos parciales:
  - Las pérdidas de las empresas alcanzan £2.700.000.000 debido a la ausencia temporal, la pérdida de productividad y la fluctuación del personal a causa de la violencia. El aporte de las mujeres al PIB está directamente ligado con el nivel de violencia que sufren, quiere decir que el PIB disminuye.
  - £3.100.000.000 se gastan cada año en el sector público, sobre todo en servicios sociales y de salud para víctimas de violencia.[6]

2 Morrison, Andrew, Ellsberg, Mary & Bott, Sarah (2004), *Addressing Gender-Based Violence in Latin America and the Caribbean Region*: A Critical Review of Interventions, World Bank & PATH, Washington D.C.

3 Ibid.

4 Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin

5 Walby, Silvia (2004), *The Cost of Domestic Violence*, national statistics with the support of DTI, London.

6 Ibid

- Un estudio realizado en Australia en el 2009 con título “The cost of violence against women and their children” demostró que, sin la implementación de un eficiente Plan de Acción Gubernamental contra la violencia doméstica, la pérdida de productividad causada por la violencia llegaría a 609.000.000 de dólares en un año. Esto incluiría costos a corto plazo tales como la ausencia laboral temporal y costos administrativos de la empresa, así como costos a largo plazo como la pérdida permanente de la mano de obra de mujeres afectadas por la violencia causada por el homicidio o la muerte prematura.[7]

Datos y cifras acerca de la situación de las mujeres en diferentes paises

- Según un estudio de la CEPAL en el 2007, entre 31 % y 53 % de las mujeres entrevistadas en Perú, Bolivia y Ecuador mencionaron que han sido víctimas de la violencia de pareja[8]. ¿Cómo puede Ud. estar seguro que ninguna de estas mujeres trabaja en su empresa?
- En Bolivia, no se denuncian alrededor de 75 % de los actos violentos[9] y en Perú, son alrededor de 78 %.[10]
- Según un estudio hecho por CLADEM (Comité Latinoamericano por los Derechos de la Mujer) en el 2005, 31 % de las mujeres entrevistadas en el Ecuador mencionaron haber sido víctimas de violencia física y 41 % de violencia emocional.[11]
- En el 2009, el Servicio de Atención a la Mujer, dependiente de la Secretaría de la Mujer del Paraguay, atendió 2.409 denuncias de hechos de violencia, de los cuales 467 fueron por violencia física, 1.072 por violencia psicologíca, 726 por violencia económica y 134 por violencia sexual.[12]

7 www.facs.gov.au/sa/women/progserv/violence/Pages/default.aspx

8 CEPAL (2007), *¡Ni una más! El derecho a vivir una vida libre de violencia en América Latina y el Caribe,* Santiago de Chile.

9 Ibid.

10 Ministerio de la Mujer Y Desarrollo Social (2009), *Plan Nacional contra la Violencia Hacia la Mujer 2009 – 2015*, Lima.

11 CLADEM (2005), *Dossier sobre Violencia Domestica en América Latina y el Caribe,* Lima.

12 http://www.unfpa.org.py/download1/2010.11.25_PPN_UNFPA_Genero_25%20de%20noviembre.pdf

Datos y cifras a nivel de empresas

- La OIT estima que las pérdidas laborales causadas por el estrés y la violencia representan entre el 1 y el 3,5 % del Producto Interno Bruto.[13]
- Estudios hechos en los Estados Unidos evidenciaron que 54 % de las mujeres afectadas por la violencia faltaban por lo menos tres días al mes en su lugar laboral y que 75 % de las mujeres afectadas por la violencia eran perseguidas por el agresor en su puesto laboral mediante llamadas amenazantes y la aparición del perpetrador en el lugar de trabajo.[14]
- El estudio realizado en Australia demostró que de los costos causados por la violencia, el perpetrador tiene a su cargo un mínimo de los costos ocasionados (aprox. 15 %), mientras que la empresa – sin ser responsable – termina respondiendo por gran parte de los costos (aprox. 39 %).[15]

En este sentido, es importante aclarar que los agresores también causan costos a la empresa y contribuyen a la inseguridad en el ambiente laboral. Por ejemplo, la reputación de una empresa se ve afectada por aceptar perpetradores de violencia dentro de sus empleados.[16]

Thomas J. Müller/SPDA

13 OIT (2001), The cost of violence/stress at work and the benefits of a violence/stress-free working environment.

14 Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.

15 http://www.facs.gov.au/sa/women/progserv/violence/Pages/default.aspx.

16 Ibid.

De los datos mencionados se puede deducir que la violencia de género tiene un impacto significativo a nivel individual, familiar, en las comunidades y empresas así como en la sociedad en general[17], porque:

- afecta la salud física y psíquica de las mujeres y sus familias así como incrementa la mortalidad infantil;
- aumenta los costos de cuidados médicos y legales;
- drena recursos de los servicios públicos y del sector privado;
- reduce el rendimiento económico nacional y privado por la pérdida laboral y la reducción de ingresos de las mujeres afectadas así como del perpetrador (por ejemplo encarcelamiento);[18]
- disminuye la formación de capital humano y la productividad laboral del trabajo pagado y no-pagado;[19]
- conduce a la cancelación de contratos laborales y a una fluctuación alta del personal dentro de las empresas;[20]

Esto demuestra claramente que la violencia contra la mujer y sus consecuencias no solamente representan una problemática personal, sino también socio-económica. También queda claro que las empresas cargan gran parte de los costos causados por la violencia contra la mujer. Es decir, comprometerse a la erradicación de la violencia contra las mujeres es una opción en la que todos los actores resultan beneficiados.

17 Para mayor detalle véase anexo

18 Mediante el estudio se verificó que mujeres que sufren de violencia ganan 14 % menos que mujeres que no sufren de violencia.

19 Morrison, Andrew, Ellsberg, Mary & Bott, Sarah (2004), *Addressing Gender-Based Violence in Latin America and the Caribbean Region: A Critical Review of Interventions*, World Bank & PATH, Washington D.C.

20 Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.

La responsabilidad social de las empresas

3

La parte más importante de la responsabilidad social empresarial (RSE) es hacia los colaboradores y las colaboradoras de la empresa. Ésta no sólo debe cumplir con los beneficios que les corresponden, sino además estar expectante de sus necesidades personales, familiares y profesionales. Ninguna empresa puede decir que se enmarca en la responsabilidad social empresarial si no respeta primero a su personal, si no les proporciona ambientes de trabajo saludables y les da condiciones favorables para su desarrollo personal y profesional.

Bildagentur-online/McPhoto

Una empresa socialmente responsable considera los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento **transparente y ético** que:

- contribuya al desarrollo sostenible incluyendo la salud y el **bienestar de la sociedad**;
- tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;
- brinde condiciones saludables y seguras a su personal;[21]
- esté integrada a la comunidad, conoce y participa de sus anhelos y necesidades, así como de sus problemas;[22]
- **cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento**; y
- esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.[23]

[21] En base a: Bestratén y Pujol (2004) citado por Solano David en "*Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse*". (www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/Cuad18-19Solano.pdf).
[22] Ibid.
[23] Norma ISO 26000:2010. Términos y Definiciones.

Sonja Gündüz/Flower Label Programm

Los estándares sociales que una compañía debería cumplir tienen como objetivo sobre todo a su propio personal. No se trata sólo de un sistema de remuneración justa, sino también se debería incluir en las compensaciones sociales empresariales, las necesidades profesionales, personales y familiares de su personal.

En este sentido, el compromiso por la prevención y el combate de la violencia contra las mujeres es una parte integral de los mencionados estandares sociales, los cuales se enmarcan en la responsabilidad ética de las empresas que no debe considerarse un gasto si no una inversión ya que la compañía, ejecutando medidas concretas para combatir y prevenir la violencia, no solamente sirve a las mujeres y sus familiares, sino que también sirve el interés propio[24]: Es conocido que un mejor ambiente de trabajo, un personal motivado, un sentimiento de seguridad personal, etc., tiene efectos económicos positivos (incrementa la productividad y las ganancias).

Incluso al parecer, también efectos positivos no económicos, tales como una mayor aceptación social tienen una dimensión económica. Porque una empresa que tiene una buena reputación (p.ej. está considerada como comprometida éticamente), adquiere clientela más fácil y atrae a personal cualificado etc.[25]

Finalmente el cumplimiento de los estándares sociales no se alcanza únicamente con la implementación de los dispositivos legales que rigen en el país sobre prevención y sanción del acoso sexual en el trabajo. De acuerdo con la interpretación del Comité ISO 26000, el cumplimiento de la legislación aplicable es una parte del comportamiento ético de una empresa socialmente responsable. Sin embargo, este hecho por sí sólo no constituye el cumplimiento cabal de la definición de empresa socialmente responsable. Por lo que es indispensable combatir la violencia en todas sus formas y causas.

[24] En base a: Bestratén y Pujol (2004) citado por Solano Davied en "*Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse*". (www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/Cuad18-19Solano.pdf)..

[25] Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.

Historias de éxito

4

A nivel mundial, las empresas son ahora conscientes del hecho de que la violencia contra las mujeres tiene un impacto significativo y económicamente negativo en su propio desarrollo. Por lo tanto, cada vez más empresas participan en la lucha contra la violencia hacia las mujeres - por supuesto, no sólo por consideraciones económicas, sino también motivadas por el objetivo de mejorar la situación de su personal femenino.

De las iniciativas existentes y exitosas se señalan a continuación algunos ejemplos:

AVON: La Fundación AVON, de la empresa de productos cosméticos AVON, ha lanzado una campaña contra la violencia hacia la mujer en varios países latinoamericanos (entre otros en Chile, Argentina, Perú y México). La campaña llamada **Alza la Voz contra la violencia doméstica** es una iniciativa de prevención y una respuesta en apoyo al creciente número de mujeres que sufren cada día de esta situación. Mediante esta campaña, AVON tiene como objetivo sensibilizar a los y las jóvenes sobre el tema y promover formas de vivir sin violencia. Para garantizar la implementación de la campaña, AVON conjuntamente a Naciones Unidas creó un fondo fiduciario mediante el cual se financian iniciativas con el objetivo de luchar contra la violencia hacia las mujeres por parte de organizaciones en los países mencionados. Para recaudar fondos, se crearon collares y brazaletes particulares para la venta.

La campaña incluye acciones tales como apoyo a un festival de cortometrajes sobre la temática, capacitaciones a consejeras de belleza en la temática de la violencia hacia las mujeres, entre otros.[26] Conocidas personas de la vida pública en los respectivos países (con Selma Hayek en México) apoyan estas iniciativas.[27] En Argentina, junto con Amnistía Internacional, AVON lanzó un proyecto acerca del rol de los medios de comunicación en el tratamiento de la violencia contra la mujer.[28]

Global partnership to end violence against women: AVON no solamente realizó actividades en distintos países latinoamericanos, sino también lanzó en marzo del 2010 junto con Vital Voices Global Partnership la Unión Mundial a favor de la Erradicación de la Violencia contra Mujeres en el marco de una conferencia global llevada a cabo en Washington D.C. para promover las iniciativas de organizaciones públicas y privadas a favor de la lucha contra la violencia hacia las mujeres

26 Fundación Ecología y Desarrollo, *La empresa del Nuevo Milenio: De los Valores a la Acción – Guía Práctica para la Contribución de la Empresa a los Objetivos de Desarrollo del Milenio*, Zaragoza.
27 www.mx.avon.com/PRSuite/alza-voz-violencia-domestica-proposito.page
28 www.fundacionavon.org.ar/solidaridad/fam_solid_violencia_amnistia.html

En la conferencia participaron delegaciones de alto nivel con representantes de gobiernos, de la economía, del sector judicial, de ONGs, de medios de comunicación y de la academia provenientes de 15 países para discutir acerca de medidas innovadoras para combatir la violencia hacia las mujeres.[29]

Procter and Gamble: En el 2007, mediante su línea de cuidado de cabello Pantene, la empresa realizó junto con la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer en Colombia, y con el apoyo de la Banca de Oportunidades, una campaña contra la violencia doméstica mediante su plataforma Pantene ProMujer. Además de haber llevado a cabo actividades para aumentar la consciencia acerca de la problemática mediante medios de comunicación, la iniciativa buscó ofrecer a las mujeres afectadas por la violencia una solución a través de la entrega de microcréditos que les permitían independizarse económicamente: debido a estudios realizados, la dependencia económica del perpetrador en el caso de la violencia doméstica influye en gran medida en este problema.[30] En un poco más de un año, se han podido demostrar los primeros resultados positivos: 17.000 mujeres han sido capacitadas para poder montar sus propias microempresas, se han abierto 864 microcréditos y más de 1.300 millones de pesos han sido entregados, a través de las entidades financieras que hacen parte de la Banca de las Oportunidades.[31]

Verizon Wireless: La empresa está llevando a cabo un programa llamado "HopeLine" (Línea de Esperanza). En el marco de este programa, la empresa está recaudando teléfonos inalámbricos para reciclarlos. Después del reciclaje, los ofrece para la venta y con el dinero de los teléfonos vendidos, regala teléfonos inalámbricos y minutos libres para llamadas a víctimas afectadas por la violencia doméstica.[32]

Estados Unidos: En 1995, se creó la Alianza Corporativa para erradicar la Violencia de Parejas (Corporate Alliance to End Partner Violence). Es la alianza más prestigiosa y conocida al nivel nacional en EEUU que ha sido creado por parte de líderes en el sector económico privado para comprometerse a la erradicación de la violencia hacia las mujeres en el marco corporativo. Cada año, se unen más empresas a la alianza de una manera voluntaria. La alianza promueve el intercambio de buenas prácticas que han sido llevadas a cabo por parte de las empresas miembros de la alianza y utilizan su influencia en la vida pública para sensibilizar al público. Empresas como American Express, el Banco Mundial, la Liga Nacional del Football y AVON forman parte de la alianza.[33]

29 http://vitalvoices.org/human-rights/announcing-global-partnership-end-violence-against-women

30 www.anuncios.com/perfumeria-cosmetica-higiene/mas-anuncios/1022023004301/pantene-desarrolla-plataforma-responsabilidad.1.html

31 www.panteneprомujer.com/noticia.php?id=3. (Está página Web es inexistente desde Febrero del 2011. Se supone que este hecho tiene que ver con la finalización de la campaña. Informaciones a cerca de la campaña están disponibles en la página Web: http://equidad.presidencia.gov.co/Es/Prensa/2008/Paginas/080118a_enero.aspx.)

32 http://aboutus.vzw.com/communityservice/hopeLine-Recycling.html

33 www.caepv.org

Alemania: La organización alemana "Terre des femmes" implementó una campaña llamada "Empresas contra la violencia hacia las mujeres" apoyando a empresas en Alemania en el marco de la elaboración de políticas laborales (workplace policies) contra la violencia hacia las mujeres. En el 2007, la organización llevó a cabo conjuntamente con la Fundación Friedrich Ebert (FES) en Alemania una conferencia para discutir con representantes del sector empresarial, de sindicatos, del sector público y de la política acerca de buenas prácticas existentes para abordar la problemática.[34]

España: El Ministerio de Igualdad firmó un convenio con cuatro empresas del sector público y seis empresas del sector privado entre el 2006 y el 2008 para apoyar a que se favorezca la contratación de mujeres víctimas de la violencia y contribuir a la sensibilización social respecto de la problemática. Las empresas que han firmado este convenio, se comprometieron a contribuir a la lucha contra la violencia hacia la mujer mediante actividades de sensibilización a nivel interno y externo. Además, elaboraron programas laborales especiales que favorezcan la movilidad y contratación de mujeres víctimas de la violencia.[35]

Gran Bretaña: Con el fin de reducir el impacto personal y económico de la violencia doméstica en el ámbito laboral, así como de aumentar la consciencia social en torno a esta problemática, se constituyó la Alianza Corporativa Contra la Violencia Doméstica (Corporate Alliance Against Domestic Violence), conformada por un grupo de empresas y organizaciones con sede en Gran Bretaña, orientándose al modelo que ha sido lanzado en los EEUU en 1995. El trabajo de la alianza se basa sobre cuatro ejes:

1. ofrecer información para aumentar la consciencia acerca de esta problemática;
2. ofrecer apoyo a víctimas de la violencia en sus empresas;
3. ofrecer apoyo para la eliminación de actitudes violentas de los trabajadores y
4. llevar a cabo capacitaciones para el management de las empresas.[36]

ENDESA/BOTROSA

[34] Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.

[35] Ministerio de Igualdad, España (www.migualdad.es)

[36] Corporate Alliance Against Domestic Violence, *Guide to enterprises*, London. (www.observatorioviolencia.org/upload_images/File/DOC1165322185_dv_template.pdf)

Cualquier pequeña o mediana empresa con sede en Gran Bretaña puede sumarse a la iniciativa. Además del ámbito empresarial, el otro pilar fundamental sobre el que se asienta la Alianza es el de las ONG´s que trabajan en la prevención y erradicación de la violencia de género. En Gran Bretaña las organizaciones que prestan su apoyo son Refuge, una casa de acogida para mujeres víctimas de violencia de género y Women´s Aid, organización que coordina y apoya una red de 500 servicios locales para erradicar esta violencia. Las organizaciones ofrecen a las empresas su experiencia a través de talleres de formación del personal de recursos humanos, así como materiales y recursos de sensibilización.[37]

Gran Bretaña ha sido uno de los primeros países europeos en lanzar compromisos laborales (workplace policies) contra la violencia hacia las mujeres. Mediante estos compromisos voluntarios, empresas tales como The Body Shop, Vodafone and British Telecom se han posicionado para apoyar a empleadas que han sufrido de violencia y llevar a cabo campañas públicas para sensibilizar a la población respecto de este problema.[38]

Brazil: La ONG Promundo es una de las primeras ONG en aprovechar el ambiente laboral y la cooperación con empresas para llegar a hombres con campañas de sensibilización con el fin de cambiar imágenes y estereotipos de género que son una causa por la violencia contra la mujer y existentes en el ámbito laboral. Una de las campañas llevadas a cabo por parte de Promundo en Brasil tenía como objetivo de aumentar la consciencia de los hombres a cerca de sus responsabilidades familiares y presentar la paternidad como un factor positivo.[39]

Thomas J. Müller/SPDA

37 www.caadv.org.uk

38 Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.

39 Barker, Gary (2009), *Capacity Building for mainstreaming a gender perspective into national policies and programmes to support the equal sharing of responsibilities between women and men, including care-giving in the context of HIV / AIDS*, presentación en el marco de un panel de expertos/as durante la session No. 53 de la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer en el 2009.

Posibilidades de actuación

5

La siguiente lista de medidas para combatir la violencia contra las mujeres en el ámbito empresarial es por supuesto incompleta y debe ser utilizada selectivamente según el contexto de cada empresa:

- estrategias de tolerancia cero en las empresas;
- aumentar la visibilidad de la temática en la empresa mediante instrumentos de sensibilización y materiales de información;
- capacitaciones para empleados/as y directivos/as acerca de la temática;
- ofrecimiento de servicios de atención para empleadas afectadas por la violencia;
- proceder contra perpetradores en la empresa;
- el apoyo financiero a iniciativas que luchan contra la violencia hacia las mujeres;[40]
- la organización de campañas y concursos;
- publicar un reporte anual a cerca de las iniciativas que implementó la empresa para contribuir a la erradicación de la violencia contra las mujeres;
- elaborar un sello parecido al del "Fair Trade" y otorgarlo a empresas que interceden a favor de la no-violencia;
- implementación de mesas redondas entre diferentes actores (empresas, instituciones estatales y organizaciones de mujeres) para intercambiar ideas acerca de iniciativas en conjunto a favor de la erradicación de la violencia contra las mujeres;
- la construcción de espacios para hombres que les permita posicionarse activamente en contra de la violencia hacia las mujeres y a favor de soluciones pacíficas de conflictos, sea en el ambiente laboral o privado;[41]

[40] Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.

[41] Algunas de estas ideas están basadas en el documento Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2009), *Unternehmerische Verantwortung aus entwicklungspolitischer Perspektive – Ein Positionspapier des BMZ,* Bonn.

6 Cooperaciones con la empresa privada – principios de la cooperación alemana –

El Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania apoya la cooperación con empresas alemanas y europeas que se comprometen a la implementación de estándares sociales y de derechos humanos, entre ellos los derechos de las mujeres. Este marco de cooperación se basa en los principios del **Global Compact**.

Global Compact es una iniciativa de las Naciones Unidas para promover la actuación empresarial responsable y social. Hasta la fecha, más de 5.300 empresas se unieron al Global Compact a nivel mundial. El Global Compact se basa sobre principios en temáticas tales como: 1. Derechos Humanos, 2. Normativas laborales, 3. Protección del medio ambiente y 4. Anti-Corrupción.

Las razones por las cuales las empresas se deberían unir al Global Compact o implementar medidas en el marco de la responsabilidad empresarial social son varias: en basar sus estrategias corporativas sobre principios éticos universales, contribuyen de una manera efectiva a un aumento de la motivación y lealtad de sus empleados/as, y ayudan a mejorar la consciencia por parte de clientes e inversionistas.[42]

Entre otros, la GIZ ha sido comisionada por parte del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (BMZ) de Alemania para la implementación de proyectos con la empresa privada (Public Private Partnership – PPP) en las cuatro temáticas del Global Compact; una de sus modalidades es el programa llamado develoPPP.de, en el que se identifican posibles alianzas público-privadas para el desarrollo con empresas privadas, que

a. tienen tanto beneficios económicos para la empresa, como beneficios a la política al desarrollo en el país contraparte;
b. fomentan el desarrollo sostenible en los países contraparte;
c. combinan los conocimientos y recursos específicos de los socios;

La GIZ planifica, cofinancia e implementa esos proyectos conjuntamente con las empresas identificadas. El rol de la GIZ consiste en lo siguiente:

- soporte con recursos financieros y de personal a los proyectos;
- apoyo a las empresas privadas en la planificación, ejecución y el monitoreo de proyectos;
- ponen a disposición sus contactos con gobiernos, asociaciones del sector económico y empresas;
- ofrecen un know-how específico sobre países, sectores y condiciones marco a nivel local;

[42] Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2009), *Der UN Global Compact – Gesellschaftlich verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln*, Bonn.

En el marco de estas cooperaciones publico-privadas existen ciertos criterios que se deben cumplir:

- todas las medidas PPP deben ser compatibles con los objetivos de política al desarrollo del Gobierno Federal Alemán;
- los aportes públicos y privados deben complementarse de modo tal que ambas partes se vean beneficiadas por la cooperación en la medida en que alcanzan sus objetivos de forma más rentable, eficaz y rápida (complementariedad);
- sólo se podrá aportar recursos públicos a la medida PPP si el socio privado no ejecutaría la medida PPP sin contar con el apoyo del socio público, y si la medida no resulta obligatoria desde el punto de vista legal (subsidiariedad);
- debe garantizarse la neutralidad del concurso. La cooperación con DEG, GIZ y SEQUA está abierta a todas las empresas del sector privado y se comunica de forma transparente;
- la empresa privada debe prestar un aporte esencial en recursos financieros y/o de personal a la medida PPP (el aporte propio de la empresa debe cubrir como mínimo el 50 por ciento de los costos totales).[43]

En el marco de este programa, la GIZ ya colaboró de manera exitosa con una empresa en Colombia con el fin de prevenir la violencia doméstica. El programa CERCAPAZ de la GIZ apoyó a la Asociación Colombiana de Floricultores (ASOCOLFLORES) con la implementación del proyecto “Cultivemos la Paz en Familia”– el cual nació del interés de los floricultores en Colombia con el objetivo de contribuir a la paz en el país. Es un proyecto de capacitación y desarrollo personal. Con los trabajadores y las trabajadoras del sector se elaboraron herramientas para el manejo adecuado de los conflictos que se presentan dentro de las familias.

Thomas J. Müller/SPDA

[43] www.developpp.de/es/Que_es_developppde.html

Conclusiones

7

Debe quedar claro por qué un compromiso empresarial para combatir la violencia hacia las mujeres es importante, relevante y razonable. También debe quedar claro que las empresas que se comprometan a contribuir al buen trato y a dar soluciones pacifícas de conflictos solamente pueden ganar.

Las intervenciones e iniciativas presentadas a lo largo del documento son solamente algunos ejemplos sobre cómo comprometerse. Si usted está interesado/a en conocer más acerca de estas iniciativas o si su empresa ya está comprometida en la erradicación de la violencia contra la mujer, no dude en contactar a:

Dr. Daniel Valera Loza
Decano
Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
Universidad de San Martín de Porres
Jr. Las Calandrias 151, Santa Anita,
Lima / Perú

T +51 1 362 0065
F +51 1 362 5474
E dvalera@usmp.edu.pe
I www.usmp.edu.pe

Christine Brendel
Directora del Programa Regional
ComVoMujer
Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Bernardo Alcedo 150, Edificio Peruval,
Piso 4, San Isidro,
Lima 27 / Peru

T +51 1 442 1101 ó 442 0736
F +51 1 442 2010
E christine.brendel@giz.de
I www.giz.de

Anexo

8

Tipos de violencia contra las mujeres y sus impactos económicos, sociales e individuales

Existen distintas formas de violencia contra las mujeres como **la violencia física** que se manifiesta p.ej. por golpes, estrangulamiento o quemaduras; **la violencia sexual** que incluye cualquier tipo de contacto sexual forzado como violaciones y acoso sexual; **la violencia psicológica** que pretende a anular la autoestima y personalidad de la víctima a través de amenazas, posesividad extrema, humillación, etc.; **la violencia económica** como la prostitución forzada, la detención de recursos financieros, la trata de personas y el trabajo forzado.

La violencia contra las mujeres tiene varias facetas y los impactos de la violencia contra ellas son significativos a distintos niveles, pero, sobre todo representan una violación a los derechos fundamentales de la persona, entre ellos al derecho a una vida libre de violencia y al derecho de la integridad personal.

Los impactos de la violencia contra las mujeres se pueden ver
1. a nivel **socio-económico**,
2. a nivel **familiar y social** y
3. a nivel **individual**, sin que uno sea más importante que otro:

1. Los impactos **socio-económicos** que la violencia causa son por un lado los **costos directos macro-económicos** tales como los gastos directos por los servicios en el sector de salud, en el sector judicial, etc. Por otro lado se debe tomar en cuenta que el índice de actividad económica de mujeres aumenta cada año. Sí al mismo tiempo no se pueden reducir los actos violentos hacia las mujeres habrá consecuencias negativas al nivel macro-económico y a la empresa privada porque cada día está afectada un grupo más grandes de mujeres económicamente activa.[44]
2. La violencia contra la mujer no impacta únicamente sobre su vida personal, sino también sobre la **familia y la vida social**. Estudios demostraron que los hijos e hijas de mujeres que han sufrido algún tipo de violencia o han visto que sus madres han sido violentadas demuestran problemas emocionales y conductas perturbadas.[45] Estos niños y niñas sufren también de depresiones, de estados de miedo y muchas veces replican la violencia contra otros niños y niñas y más adelante, contra sus propias parejas.[46]

[44] Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.
[45] Ibid.
[46] Ibid.

3. Al nivel **individual** las mujeres sufren serias consecuencias de salud física. En ciertos casos, conlleva hasta la muerte en forma de feminicidio ó suicidio. La muerte también puede ser causado de enfermedades como el VIH/SIDA con el cual mujeres se pueden infectar en un acto de violencia sexual. Otros impactos son heridas graves causadas por golpes, enfermedades gastrointestinales y dolores crónicos en partes del cuerpo afectados por la violencia. En especial, la violencia sexual puede originar problemas ginecológicos, enfermedades de transmisión sexual, embarazos no-deseados, abortos riesgosos y disfunciones sexuales.[47]

Pero no solamente el cuerpo está herido gravemente sino también la salud mental de la mujer queda afectada: depresión, baja autoestima y abuso de alcohol o de drogas son solamente algunas de sus manifestaciones.[48] Aunque estos efectos se muestran muy fuertemente al nivel individual también tienen un impacto significativo sobre la capacidad laboral de la persona afectada. Se refleja, entre otros, en trastornos de concentración y ausencias periódicas del puesto laboral, lo cual afecta el propio rendimiento de la persona y en consecuencia la productividad de una empresa.

Para contribuir a la erradicación de la violencia contra las mujeres, se deben tomar en consideración acciones e iniciativas a largo plazo como actividades que contribuyen a un cambio de estereotipos de género y que promueven formas no-violentas de solución de conflictos y acciones a corto plazo como reglas concretas que prohíben y sancionan actos de violencia. La cooperación con el sector privado, el sector de salud, el sector legal y el de educación son importantes para contribuir a ese cambio. Es sumamente importante que cada sector tome en cuenta la responsabilidad de prevenir la violencia contra las mujeres. No se trata de un problema femenino, sino de hombres y mujeres que buscan maneras de soluciones no-violentas de conflictos en la sociedad.

47 Morrison, Andrew, Ellsberg, Mary & Bott, Sarah (2004), *Addressing Gender-Based Violence in Latin America and the Caribbean Region: A Critical Review of Interventions*, World Bank & PATH, Washington D.C.

48 Ibid.

Bibliografía

Arróspide-Lizaraso, Luis (En Prensa), Responsabilidad Social: *Una perspectiva gerencial, Innovación y Emprendimiento*. Revista Latinoamericana de Ciencias Empresariales, 2(1), Lima.

Barker, Gary (2009), *Capacity Building for mainstreaming a gender perspective into national policies and programmes to support the equal sharing of responsi-bilities between women and men, including care-giving in the context of HIV / AIDS*, presentación en el marco de un panel de expertas/os durante la sesión No. 53 de la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer en el 2009.

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2009), *Der UN Global Compact – Gesellschaftlich verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln*, Bonn.

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2009), *Unternehmerische Verantwortung aus entwicklungspolitischer Perspektive – Ein Positionspapier des BMZ*, Bonn.

CEPAL (2007), *¡Ni una más! El derecho a vivir una vida libre de violencia en América Latina y el Caribe*, Santiago de Chile.

CLADEM (2005), *Dossier sobre Violencia Domestica en América Latina y el Caribe*, Lima.

ComVoMujer (2009), *Análisis de Contexto y Justificación del Programa Regional ComVoMujer*, Lima, GTZ.

Corporate Alliance Against Domestic Violence, *Guide to enterprises*, London. (www.observatorioviolencia.org/upload_images/File/DOC1165322185_dv_template.pdf).

Fundación Friedrich Ebert & Terre des femmes (2007), *Business gegen Häusliche Gewalt – Zusammenfassung der Tagung vom 23. November 2007*, Berlin.

Fundación Ecología y Desarrollo, *La empresa del Nuevo Milenio: De Los Valores a la Acción – Guía Práctica para la Contribución de la Empresa a los Objetivos de Desarrollo del Milenio*, Zaragoza.

Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (2009), *Plan Nacional contra la Violencia Hacia la Mujer 2009 – 2015*, Lima.

Morrison, Andrew, Ellsberg, Mary & Bott, Sarah (2004), *Addressing Gender-Based Violence in Latin America and the Caribbean Region: A Critical Review of Interventions*, World Bank & PATH, Washington D.C.

OIT (2001), *The cost of violence/stress at work and the benefits of a violence/stress-free working environment*.

Solano, David en "*Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse*", Lima. (www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/Cuad18-19Solano.pdf).

Walby, Silvia (2004), *The Cost of Domestic Violence*, national statistics with the support of DTI, London.

Enlaces

Alianza Corporativa Contra la Violencia Doméstica, Gran Bretaña:
www.caadv.org.uk

Alianza Corporativa para erradicar la Violencia de Parejas, Estados Unidos:
www.caepv.org

AVON:
www.mx.avon.com/PRSuite/alza-voz-violencia-domestica-proposito.page

www.fundacionavon.org.ar/solidaridad/fam_solid_violencia_amnistia.html

GIZ DeveloPPP:
www.developpp.de/es/Que_es_developppde.html

Global partnership to end violence against women:
http://multivu.prnewswire.com/mnr/avon/42564

Gobierno de Australia, Departamento de la Familia, Vivienda, Servicios Comunitarios y Asuntos Indígenas (FaHCSIA):
www.facs.gov.au/sa/women/progserv/violence/Pages/default.aspx

Ministerio de la Igualdad, España:
www.migualdad.es

Procter and Gamble:
www.anuncios.com/perfumeria-cosmetica-higiene/mas-anuncios/1022023004301/pantene-desarrolla-plataforma-responsabilidad.1.html

www.pantenepromujer.com/noticia.php?id=3
(Está página Web es inexistente desde Febrero del 2011. Se supone que este hecho tiene que ver con la finalización de la campaña). Informaciones a cerca de la campaña están disponibles en la página Web http://equidad.presidencia.gov.co/Es/Prensa/2008/Paginas/080118a_enero.aspx

United Nations Population Fund:
www.unfpa.org.py/download1/2010.11.25_PPN_UNFPA_Genero_25%20de%20noviembre.pdf

Verizon Wireless:
http://aboutus.vzw.com/communityservice/hopeLineRecycling.html

giz

Por encargo de:
Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo

Aliado estratégico
USMP
UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES