



cooperación
alemana

DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implementada por

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Aliado estratégico



**Costómetro empresarial
de la violencia contra las mujeres**

Manual de uso del programa



Costómetro empresarial de la violencia contra las mujeres

Implementada por



Aliado estratégico



Publicado por la

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Programa PreViMujer
Av. 12 de Octubre y Baquerizo Moreno
Edificio Torre Alianza. Oficina 702.
Quito, Ecuador
F + 593 2 381810 Ext.613
I www.giz.de

Aliado estratégico

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

Responsables

Viviana Maldonado
Directora Programa PreViMujer
E viviana.maldonado@giz.de

Dr. Daniel Valera Loza
Decano
Facultad de Ciencias
Administrativas y Recursos
Humanos
E dvaleral@usmp.pe

Por encargo del

Ministerio Federal de Cooperación
Económica y Desarrollo (BMZ) de
Alemania

Diseño

Vicky Avalos

Foto de la portada

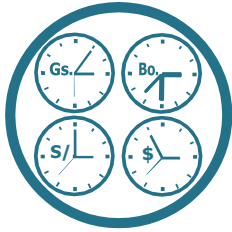
Creativeart - Freepik.com

Octubre 2023

Derechos reservados

Prohibida la reproducción de este documento por cualquier medio total o parcialmente, sin permiso de l*s editor*s. Las ideas, opiniones y criterios expresados en esta publicación, son responsabilidad exclusiva de sus autor*s y no reflejan necesariamente la opinión de la GIZ.

En este documento se utiliza el asterisco (*) hablando de personas para mostrar los aspectos interseccionales de la discriminación basados no sólo en el género, sino también en otros factores de desigualdad como el origen étnico, la discapacidad o diversidad funcional, la edad, la religión y la orientación sexual. Es importante ver que no sólo trata de múltiples formas de discriminación, sino también de las interacciones entre ellas mismas.



Costómetro empresarial
de la violencia contra las mujeres

Manual de uso del programa

ÍNDICE

Presentación.....	6
I. Consideraciones generales	7
II. Cinco pasos para hacer uso del costómetro empresarial	11
Referencias	38

PRESENTACIÓN

La violencia contra las mujeres en relaciones de pareja (VcM) es un grave problema que afecta a cerca de 7 de cada 10 mujeres en Ecuador (INEC, 2019) produciéndoles daños físicos y emocionales. Pero además la VcM trasciende la esfera personal y produce efectos negativos en el entorno, sea familiar, social o laboral. Por ello, estudios recientes de diversas partes del mundo han buscado estimar el impacto de la VcM en la productividad laboral de las empresas.

Con el fin obtener más evidencia sobre este problema, desde el año 2013, la Cooperación Alemana implementada por la GIZ, a través de sus programas ComVoMujer y PreViMujer junto a la Universidad de San Martín de Porres (USMP), realizaron estudios en medianas y grandes empresas privadas de Perú (Vara-Horna, 2013), Bolivia (Vara-Horna, 2015), Paraguay (Vara-Horna, 2015) y Ecuador (Vara-Horna, 2019) para estimar los costos empresariales de la VcM.

Gracias a ellos, se ha encontrado que la VcM produce una disminución de la productividad laboral de las colaboradoras que son violentadas por sus parejas, los colaboradores que agreden a sus parejas y el personal que atestigua la violencia; lo cual se traduce en tardanzas, ausentismo y presentismo.

Todos estos estudios llegan a la misma conclusión: la VcM genera pérdidas económicas para el sector empresarial (Vara-Horna, 2016). En el Perú, las empresas pierden US\$ 11 453 millones de dólares, en Bolivia se generan pérdidas de US\$ 1 764,5 millones de dólares, en Paraguay aproximadamente US\$ 714,9 millones de dólares y en Ecuador US\$ 4 608 millones de dólares. Estas cifras han sido útiles para que cada vez más empresas reconozcan a la VcM como un problema empresarial y realicen acciones para prevenirla y eliminarla.

El presente manual, explica detalladamente las 5 etapas que se deben seguir para hacer un uso correcto del costómetro empresarial y obtener resultados válidos y fiables, estas son: 1. Recolección de datos, 2. Digitalización de los datos, 3. Ingreso de datos al sistema, 4. Interpretación de resultados y 5. Presentación de resultados. Cada etapa se explicará detalladamente y además se presentará un caso práctico para interpretar los resultados del programa.

Aplicar el costómetro 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 monitoreen 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 colaborador*s.



I. Consideraciones generales

Antes de utilizar el programa, es importante conocer la dinámica y algunas definiciones básicas que sustentan esta herramienta.

El **costómetro** empresarial mide **la violencia contra las mujeres en relaciones de pareja** (VcM), entendida como todos los actos de violencia (económica, psicológica, física y sexual) basada en el género y ocurrida en cualquier tipo de relación de pareja (enamoramamiento, 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 parejas, como de los colaboradores que las agreden y del personal que atestigua la VcM.

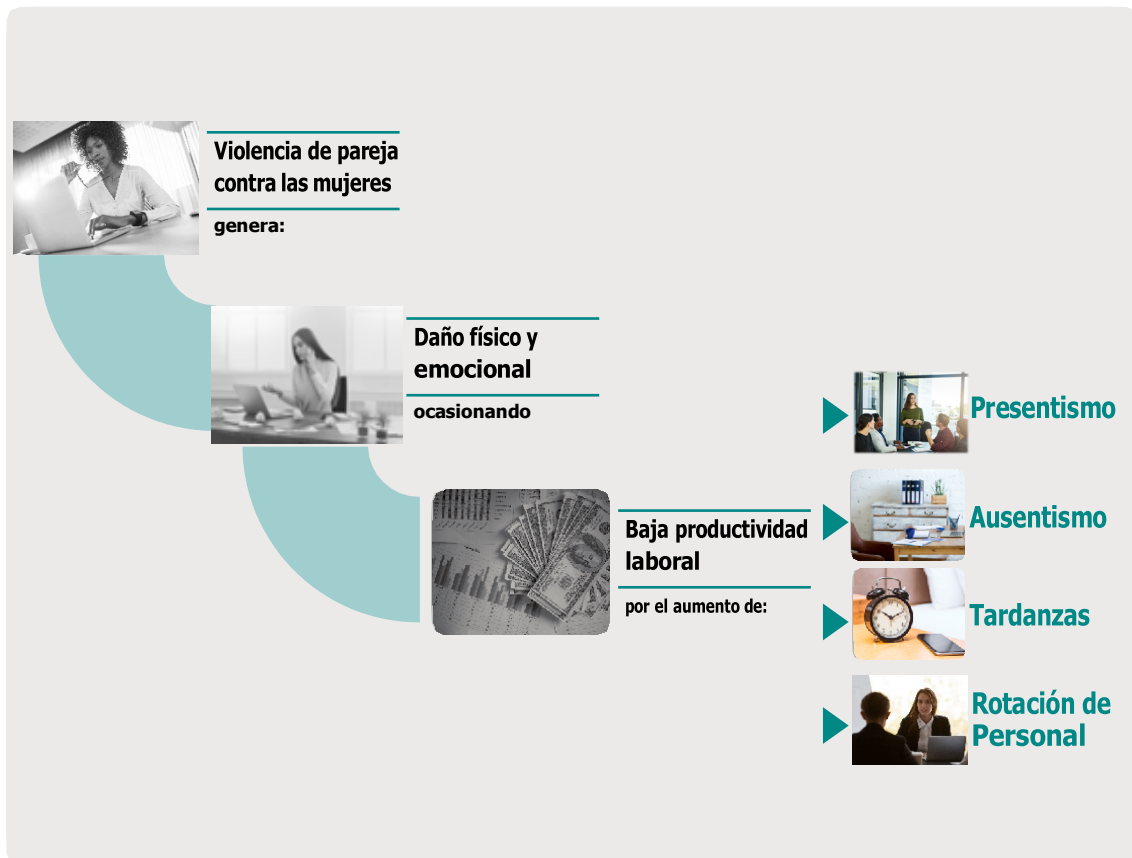


Figura 1. Dinámica de la VcM en las empresas

Fotos: Created by Pressfoto, Jcomp, Phduet, Creativeart, Whatwolf - Freepik.com, Adobe Stock.



El **costómetro** empresarial de la VcM, **estima** dos de los efectos que representan el 98% de los costos de la VcM para las empresas: el **ausentismo** y el **presentismo** de las colaboradoras que son agredidas por sus parejas o ex parejas y de los colaboradores que agreden a sus parejas o ex parejas.

El ausentismo se refiere a las faltas o ausencia en los días laborables. Mientras que el presentismo, que es el efecto más costoso, se manifiesta cuando el colaborador o la colaboradora asiste al trabajo pero tiene un bajo rendimiento laboral por agotamiento, desconcentración, problemas de salud, etc.

El **ausentismo** y **presentismo** son **calculados en días perdidos de trabajo y costeados, a partir de los salarios del personal.**

Debe entenderse claramente que los costos empresariales de la VcM, no sólo provienen de las colaboradoras agredidas, también provienen de los colaboradores agresores. En promedio, se pierden 10,5 días hábiles laborales por año por trabajadora agredida, 12,8 días por trabajador agresor, 7,8 por trabajadora que la atestigua y 11,4 días por trabajador testigo (Vara-Horna, 2019).

1.1. El instrumento

El costómetro empresarial incluye **dos cuestionarios paralelos** y equivalentes **para hombres y mujeres**, ambos previamente validados en los estudios realizados en Perú, Bolivia, Paraguay y Ecuador. A continuación, se presenta en forma resumida, la información que se recopila con el costómetro empresarial:

A. Información demográfica y laboral:

Registra la información demográfica del personal (edad, estado civil, número de hijos,

número de otras personas que dependen de él o ella, si tiene pareja y convive con él o ella) y también la laboral (sueldo mensual, horas de trabajo semanal, antigüedad y modalidad de contrato).

B. Experiencias de violencia contra las mujeres en la relación de pareja:

Es definida como la presencia de, al menos, un episodio de cualquiera de los cuatro tipos de violencia (económica, psicológica, física, sexual) y su consecuencia (daño) por parte de la pareja o ex pareja, en un periodo determinado.

Es una escala de seis ítems adaptados del Conflict Tactic Scale CTS-2 (Straus, 2007) y de la encuesta usada en el National Violence Against Women Survey (NVAWS) del Center for Disease Control and Prevention (Saltzman, Fanslow, McMahon & Shelley, 2002).

Indaga la frecuencia con la que el personal ha experimentado, como agredida o agresor, seis comportamientos o acciones específicas con sus parejas o ex parejas:

1. Violencia económica (apoderarse de sus ingresos),
2. Ataque psicológico (amenazas e insultos),
3. Ataque físico (golpes, cachetadas, patadas, mordidas, etc.),
4. Ataque físico con objetos (con objetos, palos, armas punzo cortantes o armas de fuego),
5. Violencia sexual (relaciones sexuales sin consentimiento) y
6. Daño físico a consecuencia de la violencia que requiera atención médica o descanso.

Las respuestas se basan en una escala de siete puntos: Nunca; pasó antes, ahora no; 1 vez; 2



veces; de 3 a 5 veces; de 6 a 10 veces; de 11 a 20 veces y más de 20 veces. Se distingue entre prevalencia actual (cualquier acto de violencia dentro de un periodo de 12 meses) y prevalencia de la vida de pareja (cualquier acto de violencia ocurrido en algún momento de su relación de pareja o ex pareja).

Las colaboradoras que no son agredidas y los colaboradores que no son agresores, son categorizadas como grupo “sin violencia”.

C. VcM en el trabajo:

Escala adaptada de la Versión Modificada del Worksite Harassment Tool (Al-Modallal, Hall & Anderson, 2008). Indaga la frecuencia en que agresores o agredidas han experimentado, en los últimos 12 meses y a lo largo de la relación con su pareja o ex pareja, tres conductas específicas de VcM en los ambientes de trabajo: 1. La ha acosado o amenazado por teléfono, correo electrónico o mensaje de texto; 2. Ha ido al lugar donde trabaja y la ha acosado, amenazado y 3. La ha amenazado, insultado o golpeado en su centro de trabajo o saliendo de él.

Las respuestas se basan en una escala de siete puntos: Nunca; pasó antes, ahora no; 1 vez; 2 veces; de 3 a 5 veces; de 6 a 10 veces; de 11 a 20 veces y más de 20 veces. Se distingue entre prevalencia actual y prevalencia vida.

D. Consecuencias de la violencia en el ámbito laboral, cuando se pregunta como “peleas o discusiones”:

Escala de 5 ítems adaptada de la Versión Modificada del Worksite Harassment Tool (Al-Modallal, Hall & Anderson, 2008). Indaga, en los últimos 12 meses, la frecuencia en la que el personal ha experimentado, como agredida o como agresor, cinco consecuencias específicas a

causa de la violencia de sus parejas o exparejas, en el contexto del trabajo: 1. Ha llegado tarde o perdido citas laborales, 2. Ha dejado de trabajar algunos días, 3. Ha perdido la concentración o bajado su rendimiento, 4. Ha recibido algún regaños, amonestaciones o llamadas de atención del jefe o jefa, 5. Tuvo dificultades con la clientela y 6. Ha tenido dificultades o discusiones con colegas de trabajo.

Las respuestas se basan en una escala de siete puntos: Nunca; pasó antes, ahora no; 1 vez; 2 veces; de 3 a 5 veces; de 6 a 10 veces; de 11 a 20 veces y más de 20 veces.

E. Personal que atestigua la VcM:

Mide la prevalencia de las colaboradoras que son agredidas, de acuerdo a los reportes de sus colegas de trabajo. Incluye tres niveles de reportes: a) sospechas, b) conocimiento por testimonio, c) conocimiento por observación in situ de incidentes. También indaga por los efectos percibidos en el desempeño, tanto propio, como de la agredida y de l*s colegas que la atestiguan. Los efectos están escalados en función de las horas perdidas de trabajo, la disminución de la calidad productiva, pérdidas y despidos. Oscilan desde: a) ningún efecto, b) se han perdido algunas horas solamente), c) se ha perdido tiempo y retrasado el trabajo, d) se ha perdido tiempo, retrasado el trabajo y afectado la producción o el servicio, y e) se ha paralizado el trabajo y ha traído pérdidas considerables o despidos.

Para la estimación de costos no se consideran los costos incurridos por el personal que atestigua la VcM, solo los costos de las personas directamente involucradas: colaboradoras agredidas y colaboradores agresores.



F. Ausentismo a causa de la VcM:

Es definido como el monto de trabajo perdido por día ausente en función de la productividad del trabajo. Los ítems se basan en los desarrollados por Reeves & O'Learly-Kelly (2007, 2009).

Se pregunta sobre el número de días que han faltado al trabajo durante las pasadas cuatro semanas, considerando las siguiente situaciones: 1. Por enfermedad o dolencia, 2. Para atender su salud física o mental, 3. Para atender la salud o cuidado de otr*s familiares, 4. Para atender temas legales, financieros o personales, 5. Porque no contaba con dinero para movilizarse, 6. Porque no pudieron asistir por otras razones y 7. No faltó pero llegó tarde o se retrasó.

Las respuestas se basan en una escala de seis puntos: Nunca; 1 día; 2 días; de 3 a 5 días; de 6 a 10 días y más de 10 días. El total de ausentismo relacionado con los días perdidos en un periodo de cuatro semanas estará en función de la acumulación de estos ítems (puntos medios 1, 2, 4, 8, 15) y luego multiplicado por 12, para determinar el total de días perdidos por ausentismo año.

G. Presentismo a causa de la VcM:

Se basa en los ítems de distracción laboral de Stewart, Ricci, Chee, Hann & Morganstein (2003) y del Work Limitations Questionnaire (WQL) de Lerner et al (2001). Es definido como el tiempo que l*s colaborador* asistieron a la jornada pero no fueron productiv*s, en un periodo de cuatro semanas.

Se usa la consigna: "Tod*s tenemos periodos donde somos más productiv*s y periodos donde nuestra productividad baja más de lo usual. Por favor indicar cuántas veces en el último mes:

1. Ha tenido dificultades para concentrarse, 2. Ha trabajado más lento de lo usual, 3. Estuvo cansad*s o exhaust*s en el trabajo, 4. Tuvo preocupaciones personales o familiares ajenas al trabajo, 5. No trabajó a pesar de estar presente, 6. Tuvo que dejar de trabajar porque estaba preocupad* o algo le angustiaba y 7. Tuvo algún accidente o cometió errores laborales".

Los ítems 1, 2, 3 y 4 son indicadores de productividad disminuida (rendimiento laboral), por lo que se asume un 25 % de pérdida de productividad al día. Los ítems 5 y 6 son indicadores de cero productividad, equivalente a un día de ausentismo, por eso se asume el 100 % de pérdida día de productividad. El ítem 7, agregado en los estudios de Bolivia, Paraguay, Peru y Ecuador es un indicador de siniestralidad, que no solo implica pérdidas pasadas, sino futuras, por la reparación del daño y gastos asociados a su contención, por eso se asume el 200 % de pérdida día de productividad. La sumatoria de estos días es multiplicada por 12 para estimar el número de días perdidos al año.

Nota: Para calcular los días de trabajo perdidos por ausentismo y presentismo a causa de la VcM, se comparan las respuestas de dos grupos: aquell*s que han vivido situaciones de VcM (como agredidas y agresores) y aquell*s que no han vivido VcM. La diferencia entre estos grupos, es atribuida a la VcM.



II. Cinco pasos para hacer uso del costómetro empresarial

A continuación se explican las 5 etapas para implementar el costómetro empresarial. **Todos**

los pasos deben ejecutarse en esta secuencia, para asegurar el correcto uso de la herramienta.



Figura 2. Etapas de la implementación del costómetro empresarial de la VcM
Fuente: Diseños creados por Freepik.



Paso 1. Recolección de datos

Instrumento

Los cuestionarios utilizados en el costómetro tienen un formato de auto-reporte que asegura la sinceridad de las respuestas, por ningún motivo deben realizarse preguntas directas al personal.

Población y muestreo

La VcM es una variable muy sensible y hay muchas conductas violentas que son poco frecuentes (sobre todo la 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 de no poderse, hay algunos aspectos que se deben considerar para estimar un tamaño de muestra adecuado.

- **Tamaño de la empresa.** La metodología de estimación de costos ha sido diseñada para empresas grandes y medianas. Si la empresa tiene menos de 100 colaborador*s se sugiere coordinar otra metodología con el contacto que se presenta al final de este documento. Si la empresa tiene entre 100 y 400 colaborador*s solo podrá obtener estimaciones de costos a nivel global, sin distinción de sexo u otra categoría laboral. Cuando la empresa tiene más de 400 colaborador*s, entonces los resultados se pueden desagregar por sexo, siempre que exista por lo menos 150 integrantes para cada uno de los grupos.
- **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.

- **Tamaño ideal de muestra.** Si la empresa es grande, y tiene más de 1000 colaborador*s, puede seleccionar una muestra donde el mínimo sea 400 personas, siendo lo ideal un mínimo de 40% del total de l*s colaborador*s. El tamaño de la muestra aumentará en función de qué tan desagregados se quieren obtener los resultados.

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 significativamente.

Capacitación de encuestador*s

Para asegurar la correcta aplicación de los cuestionarios, es necesario que l*s encuestador*s (**extern*s a la empresa**) 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. Puede consultar materiales de capacitación en: http://info.comvomujer.org.pe/catalogocomvo/catalogo_comvomujer_web.pdf
- 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.



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.
- L*s encuestador*s deben asegurar la seguridad de las personas encuestadas, la confidencialidad de la información y la privacidad en todo momento.
- L*s encuestador*s 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 consejer*s o que juzguen las experiencias de l*s encuestad*s.
- Es necesario que l*s encuestador*s tengan información sobre los servicios de atención en casos de violencia contra las mujeres, ya que es probable que alguna persona solicite esta información. Es un deber preparar un folleto informativo sobre estos servicios, el cual se ofrecerá al finalizar la encuesta.

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. Esto puede lograrse presentando los beneficios y las experiencias de otras empresas que trabajan este tema. 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 importante para 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 repuestas.

Asegúrese de tener suficiente cantidad de todos los materiales:

- Formularios para hombres y mujeres.
- Esferos (sin ningún logo de la empresa).
- Buzones para depositar las encuestas.



- Identificación para l*s encuestador*s.
- 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 situación de l*s colaborador*s 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 encuestador*s por cada grupo de 25 a 30 colaborador*s.
- L*s encuestador*s **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, l*s encuestador*s 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 l*s colaborador*s no escriban alguna información que pueda identificarl*s, como nombres, apellidos, dirección, etc.
- Es indispensable mostrar atención durante toda la encuesta, ello demuestra respeto y cortesía a las personas encuestadas. L*s encuestador*s: No deben usar celulares en ningún momento de la encuesta, no deben distraerse conversando con la/el compañer*. Siempre deben estar atent*s 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. Bajo ninguna circunstancia se debe opinar o indagar sobre las experiencias de violencia de l*s colaborador*s, juzgarl*s o compadecerl*s.
- 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.

Es posible que una de las áreas de la empresa (por ejemplo la jefatura o gerencia de RR.HH) quiera aplicar el costómetro empresarial en su organización. Pero, solo podrá participar como coordinador* general. Es decir, estará a cargo de solicitar los permisos a la dirección, la contratación de l*s encuestador*s, 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.

Nota:

Las personas involucradas en el trabajo de campo **bajo 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 ell*s. Esto ocasiona finalmente que los resultados no sean confiables.

Por los mismo motivos, **tampoco está permitido** que el personal de la empresa monitoree la aplicación de los cuestionarios o se encuentre presente en estos procesos como observador*s. Por tanto, **es necesario** contratar a encuestador*s extern*s con experiencia en este tipo de investigación.



Paso 2. Digitalizar los datos

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 las plantillas de Excel o SPSS, respectivamente. Ambas plantillas pueden descargarse en el entorno del programa.
- En las plantillas de Excel, encontrará una categoría por cada pregunta del cuestionario, donde se deben ingresar las respuestas. Cada respuesta tiene un código y debe colocarse en la columna correspondiente.
- **Para que el programa funcione correctamente no se debe cambiar ni modificar el orden de las columnas.**

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 o SPSS.
- 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 o SPSS.
- 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:

La persona a cargo de realizar la digitación de los datos **NO deberá pertenecer a la empresa**. Se recomienda que un* o dos encuestador*s 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 o SPSS deberán estar disponibles, **únicamente**, para la persona que coordinó el proyecto. Esto ayuda a asegurar la confidencialidad de las respuestas.

Paso 3. Ingreso de datos al sistema

Ingreso al programa

a) Registro de nuev* usuari*

Para acceder al programa, deberá crear un nuev* usuari* haciendo click en el botón INICIAR SESIÓN



Figura 3. Entorno de ingreso al programa

Fuente: Costómetro empresarial.

Se abrirá una pantalla para iniciar sesión y en la sección inferior se deberá dar click en el botón Registrarse.



Figura 4. Botón de registro de nuevo usuario.
Fuente: Costómetro empresarial.

Luego deberá rellenar sus datos personales y registrar su correo electrónico, el cual en adelante será su usuari*. Además, deberá crear una contraseña y aceptar los términos y condiciones de uso del costómetro empresarial.

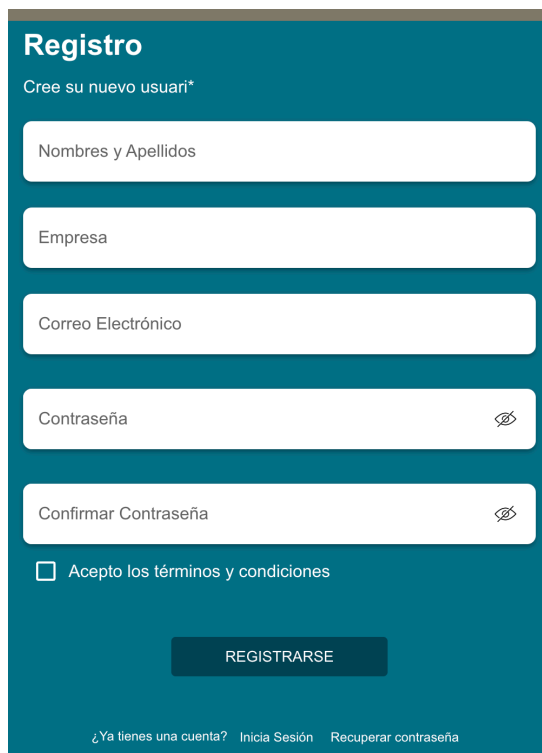


Figura 4. Registro de nuev* usuari* - Datos de acceso
Fuente: Costómetro empresarial.

Al finalizar su registro, le llegará un mensaje de confirmación al correo electrónico que ingresó en el formulario, por ello recomendamos colocar un correo al se tenga acceso fácilmente. De preferencia, utilice su correo personal (Gmail, Yahoo, Outlook, etc). Luego, deberá esperar que un/a administrador/a autorice el uso del costómetro.

Bienvenido/a Cristian Flores



¡Gracias por registrarte!

Antes de que pueda hacer uso del costómetro empresarial de la violencia contra de las mujeres, primero un/a administrador/a debe dar su autorización.

Cuando el/la administrador/a haya autorizado el uso de la herramienta recibirá un correo electrónico de confirmación.

Mientras tanto puede acceder con sus credenciales al sistema.

Figura 5. Mensaje de confirmación de registro de cuenta

Fuente: Costómetro empresarial.



Una vez autorizada su cuenta, se notificará por correo electrónico y podrá visualizar el botón “COSTÓMETRO”, en el cual al darle click se podrá visualizar la herramienta.

Estimado/a Cristian Flores



¡Su cuenta fue autorizada!

Ahora puede hacer uso del costómetro empresarial de la violencia contra de las mujeres.

Debe visualizar en la barra lateral izquierda el botón "Costómetro" y al darle click podrá acceder a la herramienta.

Figura 6. Mensaje de autorización
Fuente: Costómetro empresarial.



Figura 7. Botón COSTÓMETRO
Fuente: Costómetro empresarial.

En caso de que olvidara su contraseña, podrá solicitar una contraseña nueva dando click en el botón “Recuperar contraseña” ubicada en la página de ingreso de sesión o registro del programa.



The image shows a login page with a teal background. At the top left, there is a link labeled "Regresar". The main heading is "Ingreso". Below the heading, a message reads: "¡Bienvenid*! Por favor ingrese sus credenciales para acceder a la plataforma." There are two input fields: "Ingrese email" and "Ingrese contraseña" (with an eye icon for visibility). A dark teal button labeled "INICIAR SESIÓN" is centered below the fields. At the bottom, there is a link "¿No tienes una cuenta? Regístrate" and a button labeled "Recuperar contraseña" which is highlighted with a red rectangular border.

Figura 8. Botón Recuperar Contraseña

Fuente: Costómetro empresarial.

b) Acceso a plantilla

Al ingresar a la herramienta se podrá visualizar el botón “DESCARGAR EXCEL PLANTILLA” en la parte superior derecha.



Costómetro de la violencia contra de las mujeres

CRISTIAN FLORES

DESCARGAR EXCEL PLANTILLA

GIZ

600

550

Figura 9. Botón para descargar plantilla excel

Fuente: Costómetro empresarial.

c) Generar nuevo informe

Para generar un nuevo informe se deben llenar los datos del formulario los cuales son:

- Nombre de la empresa (El nombre de la empresa a la cual se va a realizar el informe),
- Cantidad de trabajadores hombres (El número total de trabajadores en nómina de la empresa)
- Cantidad de trabajadoras mujeres (El número total de trabajadoras en nómina de la empresa)

Se debe tener en cuenta que la cantidad de trabajador*s de la empresa puede diferir del número de trabajador*s encuestados.

Nombre de la empresa	<input type="text" value="GIZ"/>
Cantidad de trabajadores hombres	<input type="text" value="600"/>
Cantidad de trabajadoras mujeres	<input type="text" value="550"/>

[SELECCIONA UN ARCHIVO](#)

o arrastra un archivo aquí

[GENERAR REPORTE](#)

Figura 10. Formulario para generar un nuevo informe

Fuente: Costómetro empresarial.

Ingreso de plantillas de Excel al sistema

Para esta fase, se deben tener las plantillas de Excel de hombres y mujeres llenadas y luego de haber tenido un control de calidad.

- Dentro del formulario de generación de reporte se encuentra una área en la cual se puede arrastrar el documento Excel plantilla previamente diligenciado y al soltarlo se generará el informe de manera automática.

Nombre de la empresa	<input type="text" value="GIZ"/>
Cantidad de trabajadores hombres	<input type="text" value="600"/>
Cantidad de trabajadoras mujeres	<input type="text" value="550"/>

o arrastra un archivo aquí

Figura 11. Sección para ingresar el archivo Excel plantilla.

Fuente: Costómetro empresarial.



Análisis y resultados

Una vez que se culminó con el ingreso del archivo Excel plantilla correctamente diligenciado, el sistema realizará los cálculos y generará un informe en formato PDF en una nueva pestaña.

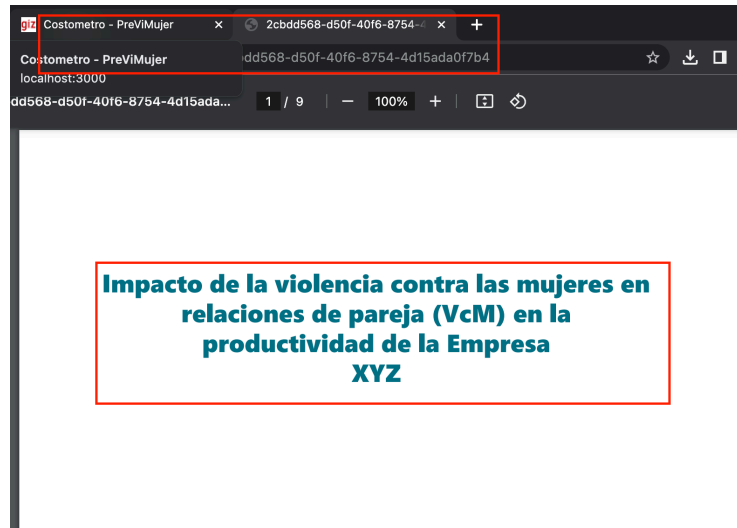


Figura 12. Informe PDF generado automáticamente por el sistema.

Fuente: Costómetro empresarial.

Paso 5. Presentación de resultados

Una vez el costómetro empresarial de VcM arroje de manera automática los principales resultados, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

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.

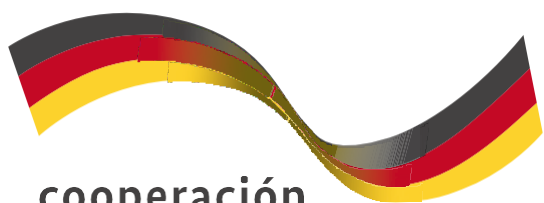
- **Justificar la VcM.** NUNCA se deben permitir expresiones que justifiquen la VcM, como “porque no saben defenderse”, “porque no tienen educación”, entre otras. NADA justifica la VcM.
- **Incorporar interpretaciones personales sobre los resultados.** Sólo se deben presentar los indicadores y resultados estadísticos que brinda el costómetro 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.



Referencias

1. Al-Modallal, H., Hall, L. & Andreson, D. (2008). Psychometric Properties of a Modified Version of A Worksite Harassment Tool- Preliminary Findings. *AAOHN Journal*, 56 (7), 309-316.
2. Ellsberg, Mary y Lori Heise. 2007. Investigando la violencia contra las mujeres. Managua: OMS-PATH.
3. INE. (2017). Encuesta de Prevalencia y Características de la Violencia contra las Mujeres 2016. La Paz: Instituto Nacional de Estadística.
4. INEC. (2019). Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres 2019. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
5. INEI. (2022). Encuesta Demográfica y de Salud Familiar 2022. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
6. Lerner, D., Amick III, B., Rogers, W. Malspers, S., Bungay, K. & Cynn, D. (2001). The work limitations questionnaire. *Medical care*, 39(1), 72-85.
7. GIZ. (2015). Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Paraguay. Asunción: ComVoMujer.
8. Vara-Horna, A. (2019). Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Ecuador. El impacto invisible en las grandes y medianas empresas privadas de la violencia contra las mujeres en relaciones de pareja (VcM). Quito, PreViMujer, GIZ.
9. MINMUJER. (2013). Primera Encuesta sobre Violencia Intrafamiliar basada en Género. Asunción: Ministerio de la Mujer de Paraguay.
10. Organización Mundial de la Salud (2001). Putting Women First: Ethical and Safety Recommendations for Research on Domestic Violence against Women. Ginebra: Organización Mundial de la Salud. WHO/FC/GWH/01.1.
11. Reeves, C. & O’Leary-Kelly, A. (2007). The Effects and Costs of Intimate Partner Violence for Work Organizations. *Journal of Interpersonal Violence*, 22(3): 327-344.
12. Reeves, C. & O’Leary-Kelly, A. (2009). Study of the Effects of Intimate Partner Violence on the Workplace. Fayetteville: Department of Management University of Arkansas. Pp 1-57.
13. Saltzman, L., Fanslow, J., McMahon, P., Shelley, G. (2002). Intimate Partner Violence Surveillance: Uniform definitions and recommended data elements, Version 1.0. Atlanta (GA): National Center for Injury Prevention and Control, Centers for Disease Control and Prevention.
14. Stewart, W., Ricci, J., Chee, E., Hahn, S., & Morganstein, D. (2003). Cost of lost productive work time among US workers with depression. *JAMA: Journal of the American Medical Association*, 289, 3135- 3144.

15. Straus, M. (2007). Conflict Tactics Scales. En: Encyclopedia of Domestic Violence. Ed. Nicky Ali Jackson. New York, London: Routledge.
16. Vara-Horna, A. (2013). Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en el Perú. Lima: USMP & ComVoMujer.
17. Vara-Horna, A. (2015). Los costos empresariales de la violencia contra las mujeres en Bolivia. La Paz: ComVoMujer.
18. Vara-Horna, A. (2016). Impacto de la violencia contra las mujeres en la productividad laboral. Una comparación internacional entre Bolivia, Paraguay y Perú. Lima: USMP & ComVoMujer.



cooperación
alemana

DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implementada por

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Aliado estratégico

