



# Saber más sobre el Programa Regional ComVoMujer y sus esfuerzos para prevenir la violencia contra las mujeres

## Telefónica VIVA: Contra toda forma de violencia hacia las mujeres

### ► La contraparte

La empresa de telefonía VIVA, es una de las principales compañías de servicios de red de telefonía móvil y pública de Bolivia. La Fundación “Estás Vivo” es el área de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de VIVA, que gestiona diversos programas y proyectos en temas educativos, sociales y medioambientales. Su principal objetivo es mejorar las condiciones de vida y generar un impacto positivo en los sectores sociales más desprotegidos, con especial énfasis en niñas, niños, las y los jóvenes.

### ► La colaboración

VIVA y el Programa Regional ComVoMujer de la Cooperación Alemana, implementada por la GIZ, reconocen que la violencia contra las mujeres es uno de los más graves problemas sociales en Bolivia. VIVA admite que indudablemente su clientela y personal no están libres de esta grave problemática. Por ello, a través de la Fundación Estás Vivo, une esfuerzos y recursos con el Programa Regional ComVoMujer, para realizar acciones externas e internas, que incorporen la equidad de género y la prevención de la violencia contra las mujeres.

A nivel externo, la fundación inició sus acciones de prevención de la violencia contra las mujeres, apoyando la campaña “Cierra el grifo de la violencia contra las mujeres”, al incorporar una línea telefónica gratuita para la atención estatal de casos de violencia contra las mujeres.

Posteriormente, en el año 2013 desarrolló la campaña institucional “Contra toda forma de violencia”. Se elaboraron materiales informativos impresos y digitales, que fueron difundidos a sus clientes y clientas de todas las edades. Para su clientela más joven, crearon una línea de ropa moderna que muestra mensajes preventivos y reflexivos sobre la violencia contra las mujeres, el respeto y la autoestima. Personalidades reconocidas

como conductores/as de televisión, bandas de música, empresarios/as vistieron estas prendas y ayudaron en la difusión de la campaña, sobre todo en las redes sociales y canales de televisión.

La campaña también sensibilizó a niñas y niños, para quienes se crearon muñecos y muñecas recortables, que vestían prendas con mensajes sobre los valores y la autoestima. Asimismo, los últimos días de las semanas, a través de sus redes sociales, se publican mensajes indicando que para verte y sentirte bien, debes vestirte con valores que refuercen tu autoestima.

En la Feria Internacional de Cochabamba (Feicobol 2013), la campaña se presentó oficialmente realizando un desfile de modas; así como un concurso de dibujo en pantallas *touch*, donde niños y niñas de 5 a 12 años, expresaban sus opiniones sobre la violencia y en particular sobre la violencia contra las mujeres.

En el marco del día de la unificación alemana, la Embajada de la República Federal de Alemania en Bolivia y la Cooperación Alemana implementada por la GIZ, organizaron una exposición con énfasis en el tema de la violencia. VIVA participó compartiendo sus experiencias con la campaña. En este evento estuvieron presentes autoridades de la Embajada, representantes del Ministerio de Transparencia Institucional y Lucha Contra la Corrupción y de la GIZ.

A nivel interno, el Programa ComVoMujer realizó una exposición frente a los más altos directivos y directivas de VIVA, informándoles sobre los efectos económicos de la violencia contra las mujeres en las empresas. Además, se realizaron talleres de capacitación en prevención de la violencia contra las mujeres, al personal de todas sus áreas y niveles jerárquicos de la Paz, Cochabamba y Santa Cruz.





Foto: © ComVoMujer



Foto: © Fundación Estás VIVO

## ▶ Lecciones aprendidas e impactos

Para que la empresa realizara su propia campaña de prevención de la violencia contra las mujeres, fue importante que previamente haya participado en la campaña *Cierra el Grifo*. En ella, VIVA visibilizó la gran difusión que logran las campañas y el potencial de esta temática en redes sociales y la comunidad en general.

Se requirió tener una estrategia creativa para involucrar a las y los jóvenes. Por ello, se creó una línea de ropa, con diseños modernos y mensajes preventivos y reflexivos. Las poleras han sido muy útiles para ampliar la difusión de la campaña, y tuvieron gran acogida; además fue importante la participación de personajes públicos vistiendo estas prendas y difundiendo sus fotografías en las redes sociales. La campaña ha obtenido alrededor de 47.000 fans en Facebook.

La participación en la Feicobol, permitió que la campaña llegara a más de 400.000 visitantes, entre mujeres y hombres de todas las edades, y representantes de empresas; así como la cobertura de diversos medios de comunicación. La difusión en ferias y eventos de diversas temáticas, continúa. En el 2014, participaron en la Feria Internacional de Santa Cruz, donde se entregaron polos de la campaña a los y las visitantes que dejaban sus residuos electrónicos. Además, incorporaron la campaña a la caminata *“Por una mejor convivencia ciudadana”*, organizada por el diario La Razón.

También se elaboró material didáctico e informativo adaptado a las características del personal, con el cual se capacitaban a 118 colaboradores y colaboradoras.

Como resultado de los talleres, se propusieron rutas de apoyo internas de prevención y sanción. Además, está gestionando una política empresarial de prevención de la violencia contra las mujeres, y la incorporación transversal de la temática en todas sus iniciativas de RSE.

Adicionalmente, junto a la Fundación Redes se están realizando talleres de prevención contra la “Violencia Digital”, donde las víctimas son en su gran mayoría mujeres, niñas y niños. Se han capacitado a más de 5.000 estudiantes en Unidades Educativas públicas de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y El Alto.

Finalmente, la presentación ante el directorio de VIVA, generó un impacto muy importante: la aprobación y el compromiso para financiar un estudio que determine los costos de la violencia de pareja contra las mujeres al interior de la empresa. Los resultados de la investigación son utilizados para desarrollar estrategias corporativas de prevención medibles.

VIVA consciente del gran impacto que generan sus medidas, continúa desarrollando nuevas estrategias externas contra la violencia hacia las mujeres. Están impulsando el desarrollo de una red de comunicación con las unidades de la Fuerza Especial de Lucha Contra la Violencia (FELCV) a nivel nacional, para la atención inmediata ante casos de violencia contra las mujeres. Asimismo, tiene entre sus planes liderar la conformación de un consorcio empresarial boliviano para prevenir y enfrentar, de manera articulada, la violencia contra las mujeres.

Implementada por:  
Deutsche Gesellschaft für  
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH  
Domicilios de la sociedad  
Bonn y Eschborn, Alemania

Programa Regional ComVoMujer –  
Combatir la Violencia contra  
las Mujeres en Latinoamérica  
Pasaje Bernardo Alcedo 150  
Edificio Peruval, Piso 4  
San Isidro, Lima 27, Perú  
Tel.: +51 - 1 - 4421101 ó 4420736  
[comvomujer@giz.de](mailto:comvomujer@giz.de)

Aliado estratégico  
Fundación Estás Vivo  
Dirección: Calle Capitán Ravelo 2289, Edif.  
Multicentro Torre C.  
La Paz, Bolivia  
Tel.: +591 - 2 244 2420  
[www.fundacionestasvivo.org](http://www.fundacionestasvivo.org)



Implementada por



Aliado estratégico

