**Ficha Caracterización de Buenas Prácticas en Equidad de Género en el Sector Empresarial Antioqueño**

|  |
| --- |
| **CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA** |
| **Nombre de la Empresa** | Comfama |
| **Sector** | Caja de compensación familiar |
| **Tamaño de la Empresa** | Gran empresa |
| **Localización** | Antioquia |
| **Total de Empleados**  | 4913 |
| **Porcentaje de Mujeres** | 63% |
| **Porcentaje de Hombres** | 37% |
| **Datos de Contacto** | Salomé Montoya SalomeMontoya@comfama.com.co |
| **CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA** |
| **Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica** | 2020 |
| **Nombre de la Buena Práctica** | Mujeres líderes |
| **Problema o necesidad que se intervino** | Identificamos unas dimensiones de oportunidad: promoción y desarrollo, atracción, cultura y relaciones laborales. Cada practica corresponde a los resultados de brechas identificadas en el autodiagnóstico de diversidad e inclusión. Para esta buena práctica en concreto el problema que se buscó intervenir fue el de la existencia de brechas entre mujeres líderes.Así el diagnóstico buscó intervenir la permanencia de techos de cristal y la segregación vertical, pues en la empresa el 72% de los hombres ocupaban los roles en la toma de decisión y liderazgo. |
| **Antecedentes: ¿Cómo inició?** | En Comfama las áreas de talento humano empezaron a dominar estas conversaciones sobre equidad de género, y así surge el proyecto de mujeres líderes, el cual empieza a trascender incluso las puertas de Comfama para llevar las demás reflexiones de género a otros escenarios. Esto despierta el interés en otras áreas de la empresa por las preguntas sobre la equidad de género. Desde Comfama se empezó a estudiar sobre el elemento de la inclusión, reconociendo que ese es uno de los puntos donde la sociedad antioqueña tiene grandes retos.El antecedente de esta buena práctica fue el Autodiagnóstico que realizó Comfama de su situación en materia de equidad, lo que implicó la realización de grupos focales y ejercicios controlados.Entre los elementos para tener en cuenta y que impulsaron la creación de esta iniciativa, se encuentra la identificación de acciones en materia de inclusión que eran implementadas en Toronto. Lo que se encontró en este contexto internacional fue en relación con programas de mentoría y sponsorship, que permitió entender la importancia de los sesgos y conllevó directamente a la pregunta por la diversidad. Pero en este marco tan amplio, fue necesario delimitar el enfoque, por lo que se inició este camino con los temas de equidad de género. Se genera un consenso en relación con la importancia de cambiar la realidad de liderazgo de las mujeres en el departamento, por lo que se buscó diseñar un programa distinto, que fuera más allá de la formación y que tomara en cuenta experiencias internacionales.  |
| **Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?** | Con esta iniciativa se busca contribuir a la equidad de género a través del empoderamiento de las mujeres y el cierre de brechas en el liderazgo y roles de toma de decisión. Creemos en el poder del liderazgo femenino, en la capacidad y talento de las mujeres para movilizar organizaciones sanadoras que promuevan el cuidado y progreso. Este programa insiste en la importancia de trabajar en mentorías y generar una comunicación pública que visibilizara los asuntos de género, esto en aras de diseñar también experimentos que permitieran cambiar el contexto organizacional donde se desempeñan las mujeres.Este programa de mujeres líderes tiene 3 estrategias: una estrategia de mentoría que se da, primero, en una dimensión grupal y, segundo, en una dimensión uno a uno. Para la primera cohorte se hizo una convocatoria de mujeres donde se llegó a la convocatoria de 118, entre ellas se tienen 56 mentoras, 20 ocupan el primer nivel de sus organizaciones y el resto están en el segundo y tercer nivel, y hay 62 aprendices que fueron referenciadas por sus capacidades de liderazgo. La segunda estrategia tiene que ver con experimentos aplicados a contextos organizacionales. Se inicia esta estrategia con la convocatoria de 10 compañías que permitieran entrar en sus contextos para identificar los sesgos de género que se están convirtiendo en brechas para que las mujeres ocupen puestos de liderazgo en dichas organizaciones. Y la tercera estrategia tiene que ver con todo un plan de comunicaciones para visibilizar esto  |
| **Alianzas existentes en el marco de la experiencia** | El programa de mujeres líderes se lleva a cabo en alianza con Proantioquia para poner en marcha la iniciativa. También se realizó una alianza con la campaña de techos invisibles, que quiere visibilizar las barreras que hoy siguen existiendo y que impiden a las mujeres avanzar en posiciones de liderazgo.  |
| **Beneficios o resultados obtenidos en la empresa** | Esta iniciativa aún se encuentra en fase de valoración. Los hallazgos hasta hoy tienen que ver con la existencia de una red de mujeres y mentoring con propósito de género. Además, ha habido una mejora en los indicadores de liderazgo, aumentando el porcentaje de mujeres en cargos con mayor presencia de hombres. De igual forma, se evidencia un efecto de expansión de las conversaciones sobre equidad y liderazgo en toda la organización, llegando a entornos organizacionales que están más allá del área de talento humano. En otras palabras, las conversaciones sobre la equidad de género y el liderazgo avanzan con rapidez, incluso se van generan cambios de pensamiento en la organización, incluso se empiezan a generar nuevas preguntas entre las personas de la organización. Los programas de mentoría han permitido evidenciar una serie de sesgos y estereotipos existentes, incluso entre las mismas mujeres de la empresa. La red de mentoras ha vuelto consciente una serie de cuestiones que antes estaban invisibilizadas.  |
| **Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso** | Se ha descubierto una ventaja en la focalización de las acciones, sin embargo, hay también una dificultad de expandir los asuntos de diversidad y género a temas de interseccionalidad. Se ha identificado la necesidad de implementar unas franjas temáticas de conversación que permitan proponer mayor reflexión sobre las habilidades gerenciales, iniciativas de desarrollo, contenidos sobre la energía femenina y masculina, y asuntos de corte más intelectual. También se identifica la demanda de fortalecer un programa que se pregunte por el empoderamiento en general de las mujeres, que cobije otros escenarios más allá del liderazgo empresarial femenino. Hay unos sesgos inconscientes que hay que empezar a visibilizar para poder cambiar, pues impiden la conquista de la equidad de género en las organizaciones y empresas de Antioquia.Este ejercicio evidenció un “efecto de cascada”, entendiendo que esta iniciativa representa para una empresa implicaciones en términos de ingresos, rentabilidad, innovación, etc, pero que requiere de una revisión interna consciente.Es importante hacerse la pregunta por el cómo generar “liderazgos conscientes”, es decir, aquellos rasgos de lo femenino y lo masculino en los líderes, pues no se trata solo de ser una mujer líder, sino serlo desde nuestra energía femenina, problematizar la masculinización de las mujeres que quieren alcanzar puestos de liderazgo.  |
| **¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?** | Este proceso se realiza periódicamente a través de boletines internos, la revista Comfama y el seguimiento como Orgullo en los diálogos quincenales. Para esto se tiene una estrategia de comunicaciones que busca contar las historias y tener referentes para que los temas de mujeres se vuelvan una discusión general y global.  |
| **De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?** | Es imprescindible que haya un compromiso general de la empresa, un cuestionamiento interno que busque cambiar realidades, en principio, organizacionales. Debe haber un proceso de reflexión permanente sobre los indicadores en términos de liderazgo en las posiciones de alta dirección.  |