

Buenas prácticas **empresariales** para la **equidad de género**





Buenas prácticas **empresariales** para la **equidad de género**



Apoyan:



Tabla de **contenido**

06	<i>Introducción</i>
07	<i>Criterios de identificación de buenas prácticas en equidad de género</i>
09	<i>Buenas prácticas identificadas en el sector empresarial antioqueño</i>
09	Buenas prácticas en planeación estratégica para la equidad de género en las empresas
20	Buenas prácticas en liderazgo y empoderamiento femenino
36	Buenas prácticas frente al acoso sexual, laboral y situaciones de violencia contra la mujer

41

Buenas prácticas en transformación cultural de los estereotipos de género, diversidad e inclusión

49

Buenas prácticas desde la economía del cuidado: equilibrio vida personal, laboral y familiar

57

Buenas prácticas en procesos de reclutamiento y selección

61

Buenas prácticas en profesiones tradicionalmente masculinizadas

67

Buenas prácticas en redes, asociaciones y gobernanza para la equidad de género en las empresas

69

Buenas prácticas en el cierre de brechas salariales

Introducción

Para el sector empresarial, han sido las disposiciones dadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) una de las primeras aproximaciones al concepto de buenas prácticas para la equidad de género en el ámbito laboral, estas se definen como un:

Conjunto de medidas, políticas e iniciativas que se implementan para mejorar las condiciones laborales, el desarrollo y la igualdad entre hombres y mujeres. Se incorporan y aplican de manera voluntaria y son adicionales a las exigencias legales y económicas. Son acciones dirigidas a erradicar de las estructuras empresariales, los elementos asociados al género, que puedan estar impidiendo un crecimiento óptimo de la empresa con evidentes pérdidas de potencial profesional y beneficio empresarial. (Alcaldía de Medellín, 2019, p. 25).

Así, una buena práctica para la equidad de género comprende las acciones y experiencias afirmativas o positivas implementadas por las empresas cuya finalidad es la generación de condiciones de igualdad que contribuyan a la eliminación de las brechas de género. Por tanto, las buenas prácticas empresariales se enfocan en “erradicar la discriminación, fomentar la igualdad de oportunidades, así como impulsar el bienestar del personal con base en políticas institucionales que consideren la necesidad de un ambiente laboral y familiar más armónico” (INMUJERES, 2010, p. 7).

Este documento presenta 30 buenas prácticas para la equidad de género identificadas en el sector empresarial antioqueño desde la Alianza Empresarial para la Equidad de Género. Este proceso partió de una revisión crítica a los estándares y criterios para catalogar buenas prácticas, especialmente desde el impacto y resultados que efectivamente tienen estas acciones en los contextos empresariales, culturales, sociales y familiares.

Criterios de identificación de buenas prácticas en equidad de género

Para realizar el proceso de identificación de 30 buenas prácticas en las empresas antioqueñas, se identificaron un conjunto de criterios mínimos o características que debe reunir una buena práctica para ser reconocida como tal. A continuación, se presentan una serie de mínimos que fueron identificados a partir de la literatura de buenas prácticas, tanto para la gestión pública como para el sector empresarial en materia de equidad de género:

Brinda solución o contribución a un problema	Innovación	Replicabilidad o transferibilidad	Acción afirmativa o positiva
Acción de carácter permanente	Fortalecimiento en la capacidad de acción y participación de las mujeres	Integralidad	Ejercicio voluntario
Resultados	Cambios sociales, organizacionales y culturales	Eficiencia	Efectividad

Luego de la identificación de las buenas prácticas teniendo en cuenta las características presentadas en el apartado anterior, la documentación y sistematización de las 30 experiencias se consignó en una ficha con los siguientes aspectos:

Caracterización de la empresa:

- Nombre de la empresa
- Sector
- Tamaño de la empresa
- Localización
- Total de empleados en la empresa
- Porcentaje de Hombres
- Porcentaje de Mujeres
- Datos de contacto de la empresa

Caracterización de la buena práctica:

- Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica
- Nombre de la buena práctica
- Problema o necesidad que se intervino
- Antecedentes: ¿Cómo inició?
- Descripción de la buena práctica: ¿En qué consiste?
- Alianzas existentes en el marco de la experiencia
- Beneficios o resultados obtenidos en la empresa
- Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso
- ¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica?
¿Cómo se realiza?
- De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad?
¿Quiénes pueden hacerlo?
- Invitación por parte de la empresa a otras empresas similares o del sector a la implementación de buenas prácticas en equidad de género.

Buenas prácticas identificadas en el sector empresarial antioqueño

Buenas prácticas en planeación estratégica para la equidad de género en las empresas

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Grupo Éxito
Sector	Bienes y servicios
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Antioquia
Total de Empleados	9.950 (Regional Antioquia)
Porcentaje de Mujeres	55,8%
Porcentaje de Hombres	44,2%
Datos de Contacto	Ana Isabel Mesa González Analista Diversidad e Inclusión amesag@grupo-exito.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2019
Nombre de la Buena Práctica	Equi-Rutas
Problema o necesidad que se intervino	Aportar al cierre de brechas en equidad de género en las empresas a través de procesos en los que se orienten a las organizaciones para la elaboración de diagnósticos, políticas y planes de acción en equidad de género.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	El grupo éxito cuenta con un modelo y una política de diversidad e inclusión cuyos ejes son la equidad de género, la creación de entornos inclusivos y diversos desde los cuales cada colaborador sea valorado de la misma manera. El grupo éxito en el año 2018 se adhirió a los compromisos del Pacto Global, allí se comprometió al logro de los objetivos de desarrollo sostenible especialmente los objetivos 5 y 10 que En este marco, la organización también es miembro de ONU Mujeres e integrante de la comunidad EAQUALES y la Comunidad TalentLab.

Continuación tabla →

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>El grupo éxito se vinculó a la IPG como co-líder, iniciativa del Ministerio del Trabajo y Banco Interamericano de Desarrollo para la empresa privada. En este marco debe garantizar que 100 empresas colaboradoras tengan políticas orientadas a la equidad de género. Para lograr este propósito, se crea la página web EQUIRUTAS a la cual tienen acceso los proveedores del grupo éxito que se vinculan a la IPG. Esta consiste en distintos módulos desde los cuales se guía a las empresas para garantizar y trabajar los temas de equidad de género al interior de las organizaciones.</p> <p>EQUIRUTAS es una caja de herramientas que tiene como propósito orientar a las organizaciones, empresas e instituciones público-privadas de Colombia en la elaboración de diagnósticos y planes de acción que logren hacer visible la situación actual de la equidad de género y sobre estos hallazgos se pueda incidir en el cierre de brechas y avanzar hacia la paridad de género.</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Esta buena práctica se caracteriza por ser una iniciativa que promueve capacidades en las organizaciones externas al grupo éxito con quienes trabaja como colaboradores o proveedores, por lo cual el funcionamiento de la estrategia precisa el establecimiento de alianzas con cada proveedor para recibir los procesos de capacitación y transferencia del conocimiento.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Todos los colaboradores del grupo éxito que se adhieren a la IPG deben avanzar en el diseño de políticas y planes para la reducción de brechas de género existentes.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>La meta del grupo éxito es lograr que todas las empresas colaboradoras se adhieran a la IPG e inicien la ruta en equidad de género.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>La estrategia EQUIRUTAS se socializa con cada empresa colaboradora del Grupo Éxito, se crea un usuario en el sitio web para que cada organización se beneficie con la caja de herramientas en equidad de género que tiene EQUIRUTAS.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Compromiso de la alta dirección. Alianzas y procesos de socialización con proveedores y aliados. Compromiso de los proveedores y aliados en la adopción de iniciativas en equidad de género.</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Avon
Sector	Productos de Belleza
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Antioquia
Total de Empleados	868
Porcentaje de Mujeres	65%
Porcentaje de Hombres	35%
Datos de Contacto	Cristina Palacio Tejada Gerente Sr Cultura y Desarrollo Avon cristina.palacio@avon.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2020
Nombre de la Buena Práctica	Política de Equidad de Género
Problema o necesidad que se intervino	El objetivo de esta política es implementar acciones decididas en pro de la generación de oportunidades iguales para hombres y mujeres, previniendo y luchando por la eliminación de cualquier tipo de discriminación, violencia o acoso, de acuerdo con las políticas internas, el Código de Conducta vigente y los valores organizacionales de: confianza, integridad, respeto, convicción y humildad.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	Cinco años atrás de la implementación de la buena práctica, en AVON se empezó a pensar el tema de equidad de género, para ello se iniciaron procesos de diagnóstico a través de mediciones en el ranking par y equipares.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	<p>La política de equidad de género de la compañía consigna un conjunto de acciones para el logro de la equidad de género y el empoderamiento femenino, estas acciones se concretan en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en los procesos de selección. Los procesos de reclutamiento, selección, promoción, desarrollo, compensación y capacitación deberán garantizar las condiciones de igualdad entre hombres y mujeres, al igual que se deberá fomentar una cultura de sana convivencia, autocuidado y balance entre la vida personal, familiar y laboral. • Creación de un comité de equidad de género al interior de la compañía para la implementación de las distintas acciones en pro de la equidad de género. Este comité está compuesto por mujeres y hombres que ocupan distintas posiciones en el marco de la organización. • Creación de un comité de convivencia. • Diseño de programas de capacitación, formación y mentorías en equidad de género.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	En el marco de esta política se han realizado alianzas e intercambios de experiencias con otras compañías como google, equipares, aequales, entre otras.
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	La implementación de esta política de equidad de género ha puesto en la agenda de la compañía el tema de equidad de género y la necesidad de definir acciones de manera permanente en torno a temas como el liderazgo femenino, cambios en los procesos de selección, equilibrios vida personal, laboral y familiar y el diseño de una política de diversidad e inclusión.
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Se generó una consciencia organizacional en el marco de este proceso sobre la importancia de la equidad de género y la necesidad de implementar acciones en la materia.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	Esta política y sus iniciativas se comunicaron al interior con los colaboradores de la organización.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Cualquier compañía lo puede implementar. Una de las condiciones más importantes para ello es que exista un compromiso de la alta dirección con el tema y que se inicien procesos de diagnóstico y medición con el fin de identificar los aspectos a trabajar en el marco de una política de equidad de género.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Bancolombia
Sector	Financiero
Tamaño de la Empresa	Activos: 255 billones de pesos (diciembre 2020)
Localización	Colombia
Total de Empleados	21.415
Porcentaje de Mujeres	61%
Porcentaje de Hombres	39%
Datos de Contacto	Sara Uribe Arango suarang@bancolombia.com.co Laura Franco Arango lafarang@bancolombia.com.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Agosto 2019
Nombre de la Buena Práctica	Propuesta de valor para mujeres
Problema o necesidad que se intervino	<p>La inclusión financiera de las mujeres continúa siendo un desafío a nivel mundial: solo el 65% de ellas tiene una cuenta bancaria y apenas el 15% de las mujeres tiene créditos. Datos del Banco Mundial señalan que la brecha de financiación para unas 3 millones de micro, pequeñas y medianas empresas gestionadas por mujeres en América Latina asciende a US\$93.000 millones. En conclusión, todavía hay una diferencia significativa entre el acceso a los productos financieros entre las mujeres y los hombres de los países en nuestra región.</p> <p>Esta realidad global se refleja en el negocio de Bancolombia: aunque las 7,7 millones de clientas mujeres representan el 58% del total de clientes en el segmento Personas, tienen una menor participación en la cartera de la organización que los hombres. Incluso cuando tienen mejores calificaciones de riesgo siguen accediendo en menor medida a los productos de financiación. La participación es incluso menor en segmentos más especializados, como pymes y empresas, en los que las mujeres solo constituyen el 25% y el 19% respectivamente.</p> <p>Si bien se han hecho esfuerzos desde distintos organismos internacionales y entidades financieras en nuestros países, estos datos nos muestran que debemos movilizarnos en forma más contundente y rápida para seguir acortando esas brechas.</p>
Antecedentes: ¿Cómo inició?	<p>Nuestro propósito corporativo en Bancolombia es “promover desarrollo económico sostenible para lograr el bienestar de todos” y uno de los principales frentes a través de los cuales esta declaración se materializa es trabajando por la inclusión financiera de las mujeres. No solo porque contribuir a cerrar las brechas sociales es una responsabilidad que tenemos como organización, sino porque estamos convencidos de que también es una apuesta de negocio que nos permitirá obtener ventajas competitivas en el mercado. Finalmente, las mujeres son el 52% del potencial económico de nuestro país y su bienestar y seguridad económica tienen un efecto multiplicador que termina por beneficiar a la sociedad entera.</p>

Continuación tabla →

<p>Antecedentes: ¿Cómo inició?</p>	<p>Con esta motivación comenzamos a trabajar en el diseño de una propuesta de valor financiera y no financiera para mujeres. Partimos de los resultados de una investigación a profundidad, que realizamos con el apoyo de Insitum, sobre las necesidades y expectativas de mujeres de diferentes regiones, contextos y momentos de vida, frente a su relación con el banco y situación financiera. Los hallazgos nos llevaron a priorizar dos territorios para comenzar a diseñar soluciones: autonomía sin culpa y bienestar para las familias.</p>
<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Queremos convertirnos en el banco de las mujeres en Colombia, incorporando la visión femenina en el diseño de una propuesta de valor diferencial desde el negocio.</p> <p>Para lograrlo, estamos trabajando en 5 frentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de modelos de riesgo diferenciados: estamos estudiando los comportamientos y hábitos de pago de las mujeres para promover y facilitar su acceso a productos de financiación, capitalizando las oportunidades identificadas en sus indicadores financieros: las mujeres tienen hoy una menor profundización y sin embargo están mejor calificadas y tienen menor cartera vencida. • Articulación de la propuesta de valor financiera con soluciones de formación y otros servicios no financieros: queremos acompañar a las mujeres en su cotidianidad y potenciar sus capacidades para desarrollar proyectos y negocios. Apoyamos a la mujer independiente a través de “Mis Aliados” (plataforma de conexión de necesidades con servicios y soluciones ofrecidas por independientes) y a la mujer que toma decisiones para su familia a través de “Tu360” (Marketplace con soluciones de vivienda y movilidad), entre otros. • Revisión y ajuste de la segmentación y los modelos de atención comercial: reconocemos la brecha salarial que existe en el mundo y en Colombia y actuamos para asegurar que nuestras clientas tengan igual acceso a beneficios y acompañamiento experto. • Planes de formación y desarrollo con los equipos comerciales: sensibilización para incorporar una perspectiva de género en la asesoría que ofrecen a nuestras clientas que les permita acompañarlas desde el profundo entendimiento de sus necesidades y realidades específicas. • Estrategias de comunicación y mercadeo con enfoque de género: hacemos visibles los referentes positivos de mujeres que retan los estereotipos y facilitar espacios de encuentro entre nuestras clientas para compartir conocimiento. Movilizando a través de nuestros líderes un mensaje de empoderamiento para convocar a diferentes actores sociales a trabajar juntos para cerrar las brechas de género.
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollamos con MET Community un programa de capacitación a emprendedoras en liderazgo y pitch. Fueron beneficiadas durante 2020 40 mujeres de 3 ciudades de Colombia. • Este año lanzamos la tercera edición del programa de entrenamiento financiero que tenemos en alianza con Elévate, impactando a 2170 mujeres: 220 corresponsales bancarias y a 50 mujeres independientes de todo el país.

Continuación tabla 

<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hemos lanzado varias líneas de créditos diferenciales para acompañar a las mujeres y sus negocios: <ol style="list-style-type: none"> 1. Línea de crédito sostenible de género, con más de 8 mil millones desembolsados durante 2020. 2. Línea de crédito Agro para Todas, con más de 10 mil millones desembolsados durante 2020. 3. Línea de microcrédito para Todas, con más de 5 mil millones desembolsados durante 2020. 4. Línea de crédito con enfoque de género (lanzada en septiembre de 2021 y con la que se espera otorgar 6,3 billones de pesos a cierre de 2021) • Intervenimos y modificamos las reglas de segmentación de clientes Personas, con el fin de mitigar la brecha salarial existente en el mercado y asegurar un igual acceso por parte de las mujeres a beneficios y acompañamiento experto. Como resultado, ingresamos más de 13.000 clientas al segmento Preferencial. • Durante 2020 desembolsamos más de \$1,7 billones a negocios independientes y pymes liderados por mujeres, más de \$1 billón a empresas con mujeres a la cabeza y cerca de \$62.000 millones en créditos de bajo monto dirigidos a clientas de la plataforma de inclusión financiera Bancolombia A la Mano.
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Derrotando la discriminación inconsciente: al realizar los primeros análisis de nuestros modelos de riesgo y otorgamiento de créditos, llegamos a la conclusión de que nuestra organización no discrimina de manera consciente a las mujeres. Estos primeros hallazgos nos sugerían que no necesitábamos corregir ningún aspecto en nuestros modelos, porque realmente no estábamos haciendo nada mal. Sin embargo, las cifras de menor participación de mujeres en la cartera de créditos persistían y, por eso, nos dimos a la tarea de descifrar las cifras y tomar medidas que nos permitieran equilibrar las brechas sociales que se reflejan en la relación de las mujeres con sus productos financieros. Entendimos que la desigualdad que existe en el contexto tiene sus efectos sobre el comportamiento financiero de las mujeres y que tenemos mucho por trabajar para derrotar la discriminación inconsciente. • No se trata de vestir productos de rosado: hemos entendido que no se trata de diseñar estrategias de mercadeo para venderles a las mujeres los productos que ya existen, sino de profundizar en el conocimiento que tenemos de ellas para diseñar soluciones que, de principio a fin, respondan a sus necesidades y realidades específicas. Soluciones que contribuyan a su autonomía y empoderamiento económico.
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Esta iniciativa está acompañada de un plan de comunicación interno, con empleados administrativos y comerciales del banco, para anunciarles oportunamente los ajustes en procedimientos y políticas, así como los lanzamientos de nuevos productos y soluciones.</p>

Continuación tabla →

¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	También se complementa con un plan de mercadeo y de posicionamiento en medios de comunicación y espacios públicos de conversación sobre equidad de género donde podamos exponer el compromiso que está asumiendo Bancolombia con diseñar y entregar soluciones diferenciales para las mujeres que se adapten a sus necesidades y realidades.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Cualquier empresa podría trascender su gestión para generar estrategias y acciones bajo la lupa del enfoque de género, para asumir el empoderamiento de las mujeres como una estrategia de negocio y desarrollar soluciones que, desde su <i>core</i> , contribuyan a cerrar las brechas sociales que existen en nuestro contexto.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Jaime Arteaga y Asociados
Sector	Servicios
Tamaño de la Empresa	Mediana
Localización	Bogotá y Medellín
Total de Empleados	39
Porcentaje de Mujeres	36%
Porcentaje de Hombres	64%
Datos de Contacto	Daniela Escobar Subdirectora de Alianzas para el Desarrollo descobar@ja-a.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2020
Nombre de la Buena Práctica	Gerencia de Género y Comité de Equidad de Género
Problema o necesidad que se intervino	Esta buena práctica respondió a la necesidad de transversalizar el enfoque de género en los proyectos adelantados por la organización y en el nivel interno con el fin de liderar iniciativas y acciones en equidad de género.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	Jaime Arteaga y Asociados entre sus líneas de trabajo en materia de proyectos tiene el tema de proyectos en equidad de género. En este sentido, la creación de una gerencia de género se planteó a partir de la necesidad de trabajar este enfoque en el marco de los proyectos de la compañía pero también iniciar acciones en equidad de género desde esta gerencia al interior de la compañía.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	El propósito de la gerencia de género y el comité de equidad de género es la puesta en marcha de acciones en la materia al interior de la compañía, si bien no se cuenta con una política de equidad de género se cuenta con un manifiesto en equidad de género y un conjunto de acciones en la materia que son jalonadas desde la gerencia y el comité. Entre las acciones adelantadas por la compañía se destacan: <ul style="list-style-type: none"> • Equidad salarial para hombres y mujeres. • Procesos de selección con enfoque de género.

Continuación tabla →

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones para equilibrio vida personal, laboral y familiar. • Participación y diagnósticos en mediciones como el ranking par de AEQUALES. • Talleres, conversatorios y procesos de formación. • Adecuación de sala de lactancia. • Comunicaciones con enfoque de género y diversidad. • Diseño de mediciones y diagnósticos internos en la materia desde la compañía. <p>Estas acciones son implementadas desde el Comité de Equidad de Género y la Gerencia de Equidad de Género de la compañía.</p> <p>El Comité se reúne cada 15 días para realizar seguimiento a los procesos.</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>La implementación de las acciones desde la gerencia de género y el comité de género han implicado procesos de formación y capacitación, así como actividades de equilibrio vida personal, laboral y familiar que implican alianzas con otras organizaciones.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Si bien no se han realizado evaluaciones de impacto sobre las acciones implementadas teniendo en cuenta que uno de los principales retos es el diseño de unos indicadores en la materia.</p> <p>En términos cualitativos se destaca el posicionamiento del tema de género en la organización a través de la creación de la gerencia y el comité, lo cual se constituye en un avance significativo en términos organizacionales.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Necesidad de construir al interior de la compañía un plan de acción que permita medir de una mejor forma lo que se hace y planear desde el comité de equidad de género las agendas de trabajo y acciones de mejora.</p> <p>Documentación de los procesos.</p> <p>Diseñar indicadores para medir los avances de la empresa en la materia.</p> <p>Inclusión de los temas de nuevas masculinidades en el marco de las acciones de la empresa.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se</p>	<p>Proceso de socialización al interior de la compañía.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de la alta dirección de la empresa con la equidad de género. • Se deben hablar y evidenciar los temas de equidad de género. Ponerlos sobre la mesa. • Involucrar a los hombres de la compañía, la equidad de género no es solo un asunto de las mujeres.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Grupo Nutresa
Sector	Alimentos
Tamaño de la Empresa	Grande

Continuación tabla →

Localización	Multinacional
Total de Empleados	Colaboradores directos, indirectos y aprendices: 45.861
Porcentaje de Mujeres	35.8% Mujeres
Porcentaje de Hombres	64.2% Hombres

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2013
Nombre de la Buena Práctica	Diversidad e Inclusión con enfoque de equidad de género
Problema o necesidad que se intervino	Cierre de brechas con enfoque de género dentro de la compañía
Antecedentes: ¿Cómo inició?	2013 Nutresa declara públicamente el respeto por los derechos humanos. 2014 Nutresa crea la Política de Diversidad e Inclusión: inició con la identificación de diferentes dimensiones de la diversidad, como raza, género, edad, sexualidad, contexto político y estudio.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Contar un sistema de gestión integral donde se aborden temas de inclusión y equidad de género y equidad en todos los frentes de gestión humana con el fin de generar espacios laborales libres de sesgos y aprovechar la diversidad.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	Equipares, Aequales, ANDI, CESA, PNUD, Consultores Externos.
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	Sello Oro de Equipares, Ranking PAR Sistema de gestión que busca generar equidad de género en la empresa y cerrar brechas en cada etapa del ciclo de gestión humana.
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	<p>Para Grupo Nutresa es fundamental el desarrollo de una cultura de trabajo que aprecie la diversidad y propicie equipos de trabajo más incluyentes, creativos y flexibles que generen valor y competitividad. Por tal motivo se cuenta con programas de vinculación que promueven ambientes laborales diversos, sin discriminación y acoso.</p> <p>Las iniciativas de la diversidad e inclusión y cierre de brechas en materia de equidad de género se realizan a través de la promoción de igualdad de oportunidades, el desarrollo del liderazgo femenino, el trabajo en la corresponsabilidad familiar, acompañamiento a hombres y mujeres con herramientas para afrontar los desafíos del trabajo en casa.</p> <p>Algunas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección: procesos de reclutamiento y selección incluyentes, objetivos, que aseguren el enfoque de competencias en cada uno de los pasos del proceso, eliminando toda clase de criterios. Se ha alcanzado la paridad en los procesos de selección con el aumento de participación de la mujer. • Promoción y desarrollo: Contar con procesos de promoción y desarrollo objetivos, claros y transparentes, con el fin de brindar oportunidades reales de promoción, movilidad y ascenso a todos los colaboradores (as) de la empresa, haciendo énfasis en los cargos y niveles con mayor segregación ocupacional. Se ha aumentado el aumento de mujeres promovidas al igual que fortalecido los programas de liderazgo femenino y semillero de mujeres de alto potencial.

Continuación tabla →

<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación: programas de formación que aporten al crecimiento profesional y personal de los colaboradores y colaboradoras, y a la equidad de género. Anualmente realizamos espacios de formación en sesgos inconscientes, nuevas masculinidades, entre otros. • Remuneración: Tener un esquema de asignación salarial claro y transparente que asegure que las retribuciones, sueldos y salarios para el personal con las mismas funciones o responsabilidades sean iguales. Periódicamente se hace monitoreo del índice de segregación salarial buscando reducir la brecha entre personas que desempeñen el mismo cargo y monitoreamos que haya equidad entre mujeres y hombres. • Conciliación vida laboral, personal y familiar: Fomentar la corresponsabilidad y coparentalidad de los colaboradores/as disponiendo de medidas que fomenten un adecuado balance vida-trabajo en todos los cargos y niveles de la organización. Se ofrecen bonos de tiempo durante el año para que tanto hombres y mujeres puedan utilizarlos para compartir espacios con sus familias, se ofrece una hora de lactancia adicional a las mujeres, contamos con portafolio de horarios flexibles, entre otros. • Ambiente laboral y salud: velar por el bienestar del personal y garantizar ambientes de trabajo agradables e incluyentes, permitiendo que tanto hombres como mujeres puedan realizar sus funciones de la manera más adecuada. Se cuenta con una línea de atención 24/7 llamada Acompañandote para atender casos de emergencias en nuestros colaboradores y familias, se promueve la prevención de enfermedades según sexo como cáncer de mama o próstata, plataforma virtual para promover experiencias que mejoren la salud mental, física y emocional. • Comunicación incluyente: Asegurar que toda comunicación interna o externa esté libre de sesgos de género, que utilice lenguaje incluyente e imágenes no sexistas y que no atente contra la dignidad e integridad de las personas. Contamos con un manual de lenguaje incluyente, se implementan piezas de comunicación con imágenes y lenguaje que buscan un balance de género, entre otros. • Acoso Laboral y Sexual: Eliminar toda forma de acoso sexual y laboral mediante la promoción de los mecanismos de denuncia creados para tal fin y el fomento de una cultura cero tolerante con este tipo de comportamientos. Se implementó un Compromiso de Cero Acoso, se realizan formaciones sobre el acoso laboral y sexual y se hace constante seguimiento a denuncias que puedan ser reportadas al igual que los canales de denuncia.
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Si, se realiza por medio de comunicación externa e interna, mención en el informe de sostenibilidad anual.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Es una práctica replicable para todas las empresas en sus departamentos de gestión humana y áreas de liderazgo.</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Construcciones El Cóndor
Sector	Infraestructura Vial
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Medellín
Total de Empleados	2466
Porcentaje de Mujeres	9,4%
Porcentaje de Hombres	90,6%
Datos de Contacto	David.moreno@elcondor.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Agosto 2021
Nombre de la Buena Práctica	Identificación de brechas
Problema o necesidad que se intervino	En Construcciones El Cóndor se han desarrollado iniciativas enfocadas al fortalecimiento de la diversidad de género, sin embargo, dichas prácticas no han contado con un foco claro de atención a las brechas organizacionales, principalmente por la ausencia de información y generación de indicadores tanto a nivel interno como del entorno con este foco
Antecedentes: ¿Cómo inició?	A partir de la participación en mediciones nacionales e internacionales
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Consideramos como una buena práctica la identificación inicial de brechas mediante la participación en mediciones nacionales e internacionales enfocadas en Diversidad, en el 2021 hemos participado en el índice de inversión social privada y RSE y en el Benchmark de Diversidad INNCLUYE , con un comparativo no solo de nuestras prácticas actuales, sino de nuestras políticas, campañas y herramientas.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	INNCLUYE - IISP
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	Gracias a los diagnósticos 2019 y 2020 tenemos un mapeo de buenas prácticas a nivel nacional e internacional, así como una identificación de nuestras principales brechas asociadas a diversidad
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Consideramos que el primer paso para generar impacto a través de iniciativas de diversidad es el análisis interno de brechas y oportunidades, con el fin de enfocar esfuerzos hacia temas potente
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	Actualmente nos encontramos en socialización interna de los resultados y análisis de focos con áreas como Talento Humano, SST y los comités corporativos
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Este paso debe realizarse por toda empresa que quiera trascender en los focos de diversidad, garantizando análisis a profundidad de oportunidades en el sector y el entorno y buenas prácticas que puedan ser replicadas

Buenas prácticas en liderazgo y empoderamiento femenino

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.

Continuación tabla →

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>El programa de mujeres líderes se lleva a cabo en alianza con Proantioquia para poner en marcha la iniciativa.</p> <p>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.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>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.</p> <p>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 generando cambios de pensamiento en la organización, incluso se empiezan a generar nuevas preguntas entre las personas de la organización.</p> <p>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.</p>

Continuación tabla 

<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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”, entendiéndose que esta iniciativa representa para una empresa implicaciones en términos de ingresos, rentabilidad, innovación, etc, pero que requiere de una revisión interna consciente.</p> <p>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.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>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.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Es imprescindible que haya un compromiso general de la empresa, un cuestionamiento interno que busque cambiar realidades, en principio, organizacionales.</p> <p>Debe haber un proceso de reflexión permanente sobre los indicadores en términos de liderazgo en las posiciones de alta dirección.</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Constructora Contex SAS BIC
Sector	Construcción
Tamaño de la Empresa	Mediana
Localización	Rionegro (Antioquia)
Total de Empleados	261
Porcentaje de Mujeres	40.6%
Porcentaje de Hombres	59.4%
Datos de Contacto	<p style="text-align: center;">Andrea Bravo Giraldo Gerente de talento humano Email: abravo@Contex.com.co</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	8 de Marzo de 2021
Nombre de la Buena Práctica	Programa de formación “ <i>Ser mujer, un camino heroico hacia lo femenino</i> ”.
Problema o necesidad que se intervino	<p>Este programa inició a raíz de la necesidad de generar y promover desde la empresa la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres desde el desarrollo de políticas en equidad de género. A través de impulsar y empoderar a las mujeres para que puedan desarrollarse de manera integral alcanzando sus metas personales y profesionales.</p> <p>En este marco se identificó que más allá de acciones puntuales, el primer paso para promover la equidad de género era a través de la realización de procesos de autoconocimiento, auto valía y autoconfianza de las mujeres de la empresa, ello desde el impacto en sus entornos personales, familiares y laborales. Por tanto, esta estrategia de formación hace parte de un proceso de transformación desde el interior de cada una de las colaboradoras de la empresa.</p>
Antecedentes: ¿Cómo inició?	<p>En 2019 se inició el diseño e implementación de la política de inclusión y equidad de la empresa, ello en el marco del trabajo en pro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), los cuales se encuentran dentro de la estrategia de sostenibilidad de la empresa, así como los esfuerzos al interior de la empresa para su adhesión al pacto global y su participación en el diagnóstico WEPs.</p>
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	<p>El programa <i>ser mujer un camino heroico hacia lo femenino</i> consolida la ruta que Contex Constructora se ha planteado para empoderar a las mujeres de la empresa, desde procesos de formación basados en el auto descubrimiento a través del desarrollo de tres valores fundamentales: autoestima, auto valía y auto valoración.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoestima: capacidad de estimar (evaluar en aproximación) las propias necesidades y vulnerabilidades para lograr así poner límites positivos frente a la relación con el mundo y poder cuidar de sí mismas. • Auto valía: capacidad de considerar las propias características, reconocimiento las capacidades propias y poniéndolas en juego en el relacionamiento con el otro, esto es, asumir y establecer una manera personal de relacionamiento con el mundo. • Auto valor: capacidad de alcanzar una significación, importancia y validez que permitan construir una estructura, cognitiva, emotiva y conductual propia para relacionarse con el mundo de una manera ética. <p>El programa de formación contempla una malla curricular a desarrollar en un periodo de cuatro años:</p> <p>Año 1 Autoestima:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocerme: cualidades y defectos 2. Soy humana: mis miedos y vulnerabilidades 3. El límite positivo: ¿Cómo los pongo? 4. Mis necesidades: ¿Cómo ponerlas en juego?

Continuación tabla ➔

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Año 2 Autovalia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Confianza en sí mismas 2. ¿Qué quiero y cómo lo quiero? 3. Brillo con mis diferencias 4. Auto cuidarme <p>Año 3 Autovalor:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Responsabilidad: la habilidad para responder 2. Relaciones positivas con el entorno 3. Sororidad y solidaridad 4. Brillo para ser, no para competir <p>Año 4 Formación de Formadoras:</p> <p>Replicabilidad de este proceso de formación entre colaboradores de la empresa, contextos familiares y laborales. A partir de los talleres se van generando convenios para que las mujeres vayan replicando y desarrollando los aspectos de su vida que identifican en el marco de los procesos de formación deben ser trabajados.</p> <p>El desarrollo de este programa de empoderamiento toma como punto de partida la psicología profunda para sustentar su estrategia metodológica en encuentros de 4 horas, que desarrollan los momentos que se señalan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Momento Aire: en el primer momento se realizará un acercamiento para conectarse con lo mental y los procesos cognitivos, esto desde el uso de las herramientas de explicación racional y los procesos discursivos para explicar, indagar, contar y valorar el tema a trabajar, esto con el fin de poder cuestionar y evaluar los procesos cognitivos, las ideas, pensamientos y creencias que tienen las colaboradoras de la empresa acerca de algo. • Momento Agua: en el segundo momento las mujeres de la empresa se conectarán con sus emociones y recuerdos, indagando por esos procesos internos para reestablecer un diálogo con el adentro. • Momento Tierra: en el tercer momento se plantearán opciones para el cambio real, esto implica una conexión con la acción, que al ser llevada a lo cotidiano permitirá a las mujeres iniciar un proceso de cambio. • Momento Fuego: se generará una conexión con la motivación, ello para motivar a las mujeres a transformar su realidad desde la luz interior que cada una posee.
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>En el marco de los procesos de formación desde la empresa se han generado convenios con distintas instituciones para que las mujeres que hacen parte de los talleres trabajen distintos aspectos de su vida orientados al bienestar físico y psicológico, en este marco reciben descuentos y acompañamiento en servicios psicología, gimnasios, nutricionistas y otros servicios.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Para evaluar los resultados de este programa de formación la empresa se trazó los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de mujeres equipo directivo • Número de nuevos ingresos de mujeres en cargos de liderazgo en la empresa

Continuación tabla →

<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de promociones y ascensos de mujeres • Número de mujeres permanecen uno y dos años postparto en la empresa • Satisfacción programa de formación • Número de mujeres formadas <p>En la actualidad el programa se encuentra en fase de implementación, sin embargo en el marco de esta estrategia la empresa pasó de no tener ninguna mujer en el equipo directivo de gerencia a tener 3 mujeres ocupando cargos en la gerencia de la empresa.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Este proceso de formación en su fase inicial está dirigido a mujeres de la empresa, si embargo dada la evaluación positiva por parte de sus colaboradoras va a ser replicado en los hombres de la empresa. También se va a extender a las familias de los colaboradores.</p> <p>Cada que se desarrolla una sesión de trabajo y formación se realiza un proceso de valoración con el fin de introducir mejoras en su implementación.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>En el marco de la política de diversidad, inclusión y equidad se ha diseñado un plan de comunicaciones interno y externo para divulgar las distintas iniciativas que adelanta la empresa, ello entre sus colaboradores, sus familias y aliados externos.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Este buena práctica puede ser replicada por cualquier empresa independiente de su sector, para ello son importantes las siguientes condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El tema de la equidad de género debe ser un pilar estratégico dentro de la organización. 2. Compromiso gerencial. 3. Permitirse tener en el marco de los espacios de toma de decisiones de la empresa conversaciones difíciles sobre los temas relacionados con la equidad de género. 4. Identificar el mejor aliado para implementarlo al interior de la organización.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Proantioquia
Sector	Privado - Fundación de Segundo Piso
Tamaño de la Empresa	Pequeña
Localización	Medellín
Total de Empleados	39
Porcentaje de Mujeres	64%
Porcentaje de Hombres	36%
Datos de Contacto	mgomez@proantioquia.org.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Noviembre de 2020
Nombre de la Buena Práctica	Participación de mujeres de primero y segundo nivel en el programa de Mujeres Líderes
Problema o necesidad que se intervino	Poca representatividad de las mujeres en cargos de presidencia y como miembro en juntas directivas. Mujeres Líderes busca generar consciencia del potencial de la mujer dentro de las empresas, disminuir la brecha de género y brindar oportunidades a la mujer para su crecimiento.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	La participación de las mujeres de primer y segundo nivel en el programa de Mujeres Líderes esta en el marco de la agenda en equidad de género que se vienen desarrollando en Proantioquia. Además de ser un programa que nace como alianza de Comfama y Proantioquia, en donde desde Proantioquia se tiene un rol activo para su ejecución, materialización y coordinación.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	El Programa Mujeres Líderes es una iniciativa que busca promover el liderazgo de las mujeres, forjar una comunidad de mujeres referentes y contribuir a la transformación de comportamientos frente a la equidad de género, no solo en las organizaciones, sino en la sociedad en general. La metodología consta de mentorías individuales, encuentros de conexión y espacios de aprendizaje con enfoque de género.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	La participación de los aliados: Comfama y Proantioquia
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	Creación y gestión de una red de valor entre mujeres que articule a las mujeres líderes de la región comprometidas con la equidad para la igualdad de género, las experiencias, buenas prácticas y herramientas. Productos <ul style="list-style-type: none"> • Encuentros de sensibilización y formación alrededor del liderazgo de las mujeres. • Encuentros entre mentora y aprendiz para transferir conocimientos y experiencias entre unas y otras y trazar objetivos de largo plazo. • Participación en conversaciones y diálogos inspiradores con expertos. • Una experiencia de networking para complementar todo lo compartido en el proceso.
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Mentorías entre mentoras y aprendiz, a pesar de que en muchos casos estas mentorías fueron exitosas, en otros no. En ocasiones se desconectaba la mentora o la aprendiz por falta de tiempo en las agendas.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	Mediante estrategias de comunicación pública se busca visibilizar a las Mujeres Líderes en sus distintos roles y el impacto de este programa dentro de las organizaciones y la sociedad en general.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Aplicar las ciencias del comportamiento para identificar cuáles son las barreras o sesgos, conscientes o inconscientes, que están limitando el acceso de las mujeres a posiciones de liderazgo. Una vez identificados, se lleva a cabo ejercicios experimentales para atacarlos, modificarlos o eliminarlos.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Grupo Éxito
Sector	Bienes y servicios
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Antioquia
Total de Empleados	9.950 (Regional Antioquia)
Porcentaje de Mujeres	55,8%
Porcentaje de Hombres	44,2%
Datos de Contacto	Ana Isabel Mesa González Analista Diversidad e Inclusión amesag@grupo-exito.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2018
Nombre de la Buena Práctica	Mujeres de Éxitos
Problema o necesidad que se intervino	Trabajar y potenciar el liderazgo femenino y lograr que cada vez más mujeres asciendan en las distintas posiciones de la compañía.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	El grupo éxito cuenta con un modelo y una política de diversidad e inclusión cuyos ejes son la equidad de género, la creación de entornos inclusivos y diversos desde los cuales cada colaborador sea valorado de la misma manera. El grupo éxito en el año 2018 se adhirió a los compromisos del Pacto Global, allí se comprometió al logro de los objetivos de desarrollo sostenible especialmente los objetivos 5 y 10 que En este marco, la organización también es miembro de ONU Mujeres e integrante de la comunidad EAQUALES y la Comunidad TalentLab.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	El programa mujeres de éxitos se creó con el fin de que las mujeres del grupo éxito se inspiren a seguir creciendo personal y profesionalmente en articulación con toda la estrategia de políticas de equidad de género que tiene la compañía. Este programa se compone de 4 iniciativas: - Desarrollo del talento: acompañamiento a las mujeres clave para el crecimiento de carrera dentro de la organización a través de programas individuales de desarrollo. - Mentorías y redes de contacto: generación de conversaciones significativas y construcción de networking. - Mujeres inspiradoras: encuentros, foros, conferencias, webinars de inspiración y aspiración con el objetivo de eliminar sesgos inconscientes y creencias limitantes. -Ecosistema de género: políticas, procedimientos e iniciativas que apalancan la efectividad del programa tales como: convicción de la compañía, metas liderazgo femenino, nuevas masculinidades, corresponsabilidad familiar, conciliación y flexibilidad laboral, prevención violencias de género.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	Este programa de liderazgo femenino es transversal a todas las colaboradoras de la empresa.

Continuación tabla →

Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	El programa busca impactar a las más de 17.000 mujeres que trabajan con la compañía en el nivel nacional y focalizar procesos de mentorías con mujeres en cargos de liderazgo que les permita potenciar y proyectar ascensos al interior de la organización.
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	Se divulga con todas las colaboradoras del grupo éxito a través de los distintos canales de la compañía.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	-Compromiso de la alta dirección. -Compromiso de empleados, colaboradores y proveedores.

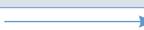
CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Avon
Sector	Productos de Belleza
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Antioquia
Total de Empleados	868
Porcentaje de Mujeres	65%
Porcentaje de Hombres	35%
Datos de Contacto	Cristina Palacio Tejada Gerente Sr Cultura y Desarrollo Avon cristina.palacio@avon.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2020
Nombre de la Buena Práctica	Programa de Mentoría Growing with Avon GWA
Problema o necesidad que se intervino	El objetivo de este programa es generar un acompañamiento para fortalecer el liderazgo femenino al interior de la compañía, ello a través del desarrollo de competencias y la incorporación de nuevos comportamientos en los colaboradores beneficiarios que permitan construir el camino para encontrar nuevas oportunidades de liderazgo. Esta buena práctica se centró en trabajar y potencial el liderazgo femenino al interior de la compañía, con el fin de promover en sus colaboradoras competencias que permitan el autoconocimiento y empoderamiento desde el liderazgo. Ello teniendo en cuenta que si bien en la compañía la mayoría de sus colaboradoras son mujeres, ellas solo llegan hasta ciertos cargos y posiciones de liderazgo.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	Cinco años atrás de la implementación de la buena práctica, en AVON se empezó a pensar el tema de equidad de género, para ello se iniciaron procesos de diagnóstico a través de mediciones en el ranking par y equipares. En esta misma línea se creó un comité de equidad de género desde el cual se inició la implementación de un plan de trabajo para la equidad de género en la compañía, ello se concretó en una política de equidad de género en la compañía. En este marco tiene lugar la iniciativa del programa de mentorías.

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Este programa de mentorías consiste en la identificación de unos mentores y mentees en la compañía con el fin de que quienes se encuentren en posiciones de liderazgo realicen procesos de acompañamiento e intercambio de experiencias con integrantes de la compañía para potenciar y desarrollar habilidades de liderazgo.</p> <p>Para esto se realiza un proceso de formación en nueve fases que comprenden procesos de reunión con el mentor, procesos de formación y reuniones colectivas centradas en las siguientes temáticas durante un periodo de seis meses:</p> <p>Marca Personal: Desarrollando mi identidad de liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buen Manejo de la imagen personal. • Tener claro el propósito, la pasión, lo que lo mueve. <p>Valores de Liderazgo y Visión: Liderazgo desde del cuidado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender su visión y misión. • Liderazgo para la nueva generación. • Liderazgo inclusivo. • Efectividad del equipo. • Impulsar la responsabilidad. • Delegación. • Motivar y movilizar a las personas <p>Presencia Gerencial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auto confianza. • Confianza frente a competencia. • Actuar con valentía. • Habilidades de presentación. <p>Impacto e Influencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Navegar por la política organizacional. • Influir. • Desarrollar habilidades de negociación en las que todos ganan. • Construyendo relaciones <p>Herramientas para liderazgo femenino</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la colaboración. • Toma de riesgos. • Toma de decisiones efectiva. • Resiliencia. • Liderazgo Ágil <p>Balance Vida/Trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión del tiempo. • Hacer de tu compañero(a) de vida sea un aliado en tu carrera. • Habilidades Networking. <p>Visión de otras áreas de negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento estratégico. • Liderar con eficacia equipos diversos. • Legado para próximas generaciones. • Qué puede hacer la mujer ejecutiva como modelo a seguir y mentora para la próxima generación.
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Se realizó un proceso de entrenamiento con AEQUALES en temas de liderazgo femenino. Se invitaron mujeres líderes de otras compañías para los procesos de formación.</p>

Continuación tabla 

Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	<p>Al final del programa cada mentee evaluó los cambios que el programa generó en los distintos aspectos que se trabajaron y cada mentor realizó un balance sobre el proceso.</p> <p>Después de la implementación del programa algunas de las participantes están en procesos de asignación temporal en cargos que implican asensos. El 70% de las participantes tuvieron un cambio en los procesos que acompañan y sus responsabilidades.</p> <p>En términos cualitativos también se han identificado cambios en las mujeres que participaron en el proceso de formación por parte de quienes las acompañaron como mentores.</p>
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Se generó una consciencia organizacional en el marco de este proceso sobre la importancia de la equidad de género en relación con el liderazgo femenino.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	El programa y sus logros se comunicaron al interior con los colaboradores de la organización.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Cualquier compañía lo puede implementar. Una de las condiciones más importantes para ello es que exista un compromiso de la alta dirección con el tema.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Bancolombia
Sector	Financiero
Tamaño de la Empresa	Activos: 255 billones de pesos (diciembre 2020)
Localización	Colombia
Total de Empleados	21.415
Porcentaje de Mujeres	61%
Porcentaje de Hombres	39%
Datos de Contacto	Sara Uribe Arango suarang@bancolombia.com.co Laura Franco Arango lafarang@bancolombia.com.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Agosto 2019
Nombre de la Buena Práctica	Liderazgo femenino
Problema o necesidad que se intervino	<p>Hoy somos testigos de cómo las mujeres se han esforzado durante los últimos 100 años para ganar su libertad y tomar sus propias decisiones sobre su educación, su carrera, su economía y su proyecto de vida; y las vemos liderando las grandes transformaciones del mundo desde todos los sectores.</p> <p>Mientras tanto, los desafíos en nuestra organización, en Colombia y en el mundo siguen siendo inmensos. Porque en la medida en que mejoramos las perspectivas de las mujeres en la actualidad en comparación con las experiencias de vida de sus mamás y sus abuelas, también nos hacemos cada vez más conscientes de cómo los paradigmas y los estereotipos siguen limitando su pleno desarrollo, afectando la visión que tienen de sí mismas y haciéndolas sentir que si no se ven, no piensan o no actúan de determinada manera, son menos valiosas.</p>

Continuación tabla

<p>Problema o necesidad que se intervino</p>	<p>Estos estereotipos se suman a otros obstáculos como la reciente incorporación al mercado laboral, la falta de experiencia, una menor visibilidad y las responsabilidades invisibles en la casa, para construir un techo de cristal que obstaculiza el crecimiento de las mujeres en las empresas, haciéndonos creer que existe cierta incompatibilidad entre las características de la mujer y las cualidades y experiencias que suelen asociarse a los líderes. Así, solo un 15% de los cargos directivos del sector privado en el mundo están ocupados por mujeres.</p> <p>Las mujeres constituyen la mitad del talento y el potencial del mundo y su activa participación y liderazgo en todos los escenarios no solo genera mayor crecimiento, competitividad y sostenibilidad para las economías, sino que permite que las empresas fortalezcan el sentido de pertenencia y el orgullo entre sus empleados, representen y reflejen en mayor medida las realidades de la sociedad, lleguen a nuevos sectores del mercado y mejoren su reputación.</p>
<p>Antecedentes: ¿Cómo inició?</p>	<p>En Bancolombia, de manera general, las mujeres representan el 63% de los empleados y los hombres el 37%. Así mismo, al hablar de los cargos de liderazgo (jefes), las mujeres son la mayoría, con un 60% y los hombres un 40%. Por su parte, si nos referimos a la Alta Dirección, es decir los cargos más altos de la estructura organizacional (direcciones y vicepresidencias), las mujeres tienen una participación del 35%, mientras los hombres son la mayoría con un 65%. De igual forma, en la Junta de representación femenina es menor, con un 28%. Todo esto refleja la realidad que viven las mayorías de las empresas en el mundo, en la que la participación de las mujeres en cargos de tomas de decisiones disminuye mientras más aumenta la jerarquía.</p> <p>Por eso queremos promover la igualdad de oportunidades en el desarrollo personal y profesional de las mujeres y para esto nos hemos enfocado en lograr una mayor participación de mujeres en áreas de conocimiento y cargos tradicionalmente masculinos, un objetivo estratégico de nuestra estrategia de equidad, diversidad e inclusión.</p>
<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Nos hemos trazado la meta, a 2022, de aumentar el porcentaje de mujeres de Talento de Alto Potencial al 40% (hoy 30%) y el de Talento Clave a 50% (hoy 43%), y lograr un aumento del 20% en las contrataciones en las áreas tradicionalmente masculinizadas.</p> <p>Para lograrlo estamos teniendo varias estrategias y acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de mentorías dirigidos a 42 mujeres con talento de alto potencial. • Programas 'Train the trainers' con los que hemos dado formación a las mentoras, quienes a su vez ofrecen mentorías a otras mujeres. • Programa 'Liderazgo femenino', dirigido a más de 200 mujeres en el Banco. • Política de participación femenina en los procesos de selección para la Alta Dirección y los cargos de liderazgo.
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Nos hemos vinculado con diferentes aliados como Women in Connection, la Comunidad de Liderazgo de Mujeres en Juntas Directivas (CESA) y coaches para acompañar a las mujeres a identificar y declarar su proyecto de vida, sin importar estereotipos, y según el momento de vida en el que se encuentren.</p>

<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de mujeres en mapas de sucesión (pasando del 16% al 30%), TAPS (del 29% al 32%) y Talentos Clave (hoy en 43%). • Nombramiento de dos mujeres en la Junta Directiva de Bancolombia en los dos últimos años, llegando al 28% de participación en este órgano.
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Preguntas difíciles como guías</u>: Es necesario preguntarnos siempre el porqué de las cosas. Particularmente en el liderazgo femenino no hay políticas deliberadas que limiten el nombramiento de las mujeres, sino por el contrario, existe en el Banco una política que exige un mínimo de participación femenina en los procesos de selección, pero aún así, el porcentaje de mujeres elegidas no es siempre el esperado. De allí la importancia de entender por qué sucede esto, qué hace falta en las mujeres y en el contexto, cómo se puede promover que la participación aumente cada vez más. • <u>Definiciones alrededor de las cuotas femeninas en cargos directivos</u>: Hemos encontrado posiciones muy distintas al interior de la organización sobre la necesidad de tener una política de cuotas femeninas. Ha sido una conversación constante y llegar a una conclusión única no ha sido asunto fácil.
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Entendiendo que es una buena práctica segmentada no se hace un proceso de socialización masivo al interior de la organización.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>En la era del conocimiento, este se convierte en un capital intangible fundamental para el desarrollo y sostenibilidad de las compañías. Más allá de los formatos, las organizaciones pueden hacer, como primer paso, un mapeo de los conocimientos y expertos que se tienen y en cómo es posible apalancarse en ellos para compartirlos con otras mujeres y acompañarlas en su camino hacia la consecución de sus proyectos de vida. Estos espacios no siempre tienen que ser con los líderes como mentores, sino que se pueden promover momentos en los que cualquier persona, sin importar su rol, área, región, edad, etc, comparta su visión, ideas y conocimiento con otras personas a quienes les sirva.</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Bancolombia
Sector	Financiero
Tamaño de la Empresa	Activos: 255 billones de pesos (diciembre 2020)
Localización	Colombia
Total de Empleados	21.415
Porcentaje de Mujeres	61%
Porcentaje de Hombres	39%
Datos de Contacto	Sara Uribe Arango suarang@bancolombia.com.co Laura Franco Arango lafarang@bancolombia.com.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Agosto 2019
Nombre de la Buena Práctica	Plataforma transmedia 'Me la Creo'
Problema o necesidad que se intervino	<p>Los estereotipos de género son la consecuencia de una cultura que tradicionalmente ha otorgado un mayor reconocimiento a los hombres y en la que diferentes aspectos de la vida en sociedad se han construido desde una mirada masculina, sin que lo cuestionemos por haberlo visto siempre como algo “normal”. Sabemos que para promover la equidad de género no basta con creer que no discriminamos intencionalmente, sino que es necesario asumir un enfoque de transformación cultural para derrotar estas ideas preconcebidas.</p> <p>Queremos contribuir a una gran transformación cultural, que comienza si somos capaces de cambiar los comportamientos cotidianos de nuestros empleados, visibilizando las experiencias de las mujeres, en sus contextos profesional y personal, para que reconozcan y cuestionen sesgos culturales y adopten actitudes que favorezcan la equidad de género en la organización.</p> <p>Se trata de escuchar para entender y visibilizar para cambiar.</p>
Antecedentes: ¿Cómo inició?	<p>Durante el segundo semestre de 2019 desarrollamos un ejercicio de escucha y conversación con empleados y empleadas de diferentes cargos, áreas y regiones, para identificar los principales estereotipos de género que se viven en la organización y empezar a trabajar en una estrategia de comunicación, sensibilización e información para retarlos.</p> <p>Una primera identificación nos permitió concentrarnos en los siguientes paradigmas o estereotipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Proyecto de vida:</u> Ejemplo en el que se evidencian los estereotipos: “El destino de las mujeres es casarse y tener hijos”. Las decisiones sobre el desarrollo individual no están condicionadas por el género. Todos podemos elegir entre las mismas posibilidades. • <u>Balance laboral-personal:</u> Ejemplo en el que se evidencian los estereotipos: “Cuidar a los niños y hacer oficio son tareas para mujeres”. Hay menos obstáculos en el desarrollo del proyecto de vida individual cuando hombres y mujeres comparten sus responsabilidades. • <u>Áreas del conocimiento:</u> Ejemplo en el que se evidencian los estereotipos: “Las mujeres no son tan buenas con los números”. Hombres y mujeres están trascendiendo las fronteras culturales que sugieren que hay profesiones más aptas para unos que para otros. • <u>Roles:</u> Ejemplo en el que se evidencian los estereotipos: “El negocio financiero es para hombres”. Las mujeres también son banqueras y lideran la transformación de la manera tradicional de hacer negocios. • <u>Liderazgo femenino:</u> Ejemplo en el que se evidencian los estereotipos: “Las mujeres tienen que escoger entre ser líderes y ser mamás”. Las empresas necesitan comités directivos diversos y promueven que hombres y mujeres por igual aspiren a ejercer cargos de liderazgo.

Continuación tabla ➔

<p>Antecedentes: ¿Cómo inició?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Violencia de género:</u> Ejemplo en el que se evidencian los estereotipos: “Los trapos sucios se lavan en casa”. Debemos fomentar relaciones basadas en el respeto por la dignidad de los demás. Respetar al otro es un deber y un derecho de todos, sin distinción.
<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Nuestro objetivo es generar una transformación cultural, haciendo conscientes a las personas del impacto de sus comportamientos más cotidianos frente a la diversidad, la equidad y la inclusión. Para lograrlo, desarrollamos una plataforma transmedia llamada ‘Me la Creo’, que nos permitiera hablar de equidad de género y empoderamiento femenino con nuestros empleados y otros grupos de relación, a través de múltiples plataformas y medios de comunicación, generando espacios de participación en los que todas las personas pudieran sentirse parte de la estrategia.</p> <p>Esta plataforma transmedia tiene varias secciones:</p> <p><u>Me la creo:</u> información y noticias sobre la estrategia de Bancolombia por la equidad de género y el empoderamiento femenino.</p> <p><u>Me inspiro:</u> historias inspiradoras de hombres y mujeres que, dentro y fuera del banco, están retando los estereotipos para contribuir a la creación de un futuro equitativo. Testimonios de empleadas y empleados del banco.</p> <p><u>Aprendo:</u> biblioteca con insumos en diferentes formatos (libros, videos, podcasts, artículos, etc.) para aprender sobre equidad de género. Sección de conceptos y cifras clave para entender la realidad del tema en el mundo, la región y el país.</p> <p><u>Participo:</u> foros, charlas y diferentes espacios de conversación para compartir con otras personas visiones sobre la equidad de género y lo que podemos hacer desde Bancolombia para cerrar las brechas. Publicación de artículos de opinión de empleados y empleadas.</p> <p><u>Movilizo:</u> herramientas para sensibilizar y motivar a las personas a sumir actitudes y comportamientos que contribuyan a la equidad (por ejemplo: test de sesgos inconscientes, toolkit para derrotar los sesgos, violentómetro).</p> <p><u>Actúo:</u> protocolos y canales de atención para casos de violencia de género dentro y fuera de la organización.</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Realizamos el Global Summit 2020, en alianza con <u>MET Community</u>, un evento virtual de 3 días sobre liderazgo, emprendimiento y sostenibilidad. Participaron más de 70 expertos y asistieron más de 3 mil personas.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hemos realizado más de 18 talleres y webinars sobre vida sin violencia, empoderamiento y nuevas masculinidades, impactando a más de 4 mil empleados. • Lanzamos un micrositio para empleados, con historias inspiradoras, artículos de opinión, foros, entre otros recursos, al que accedieron casi 9 mil usuarios únicos durante 2020. • Impactamos a más de mil empleados con un test de sesgos inconscientes, que les permitía medir su grado de sensibilidad frente a la equidad de género desde sus comportamientos más cotidianos. • Hemos llegado a más del 75% de empleados con mensajes de sensibilización frente a la equidad de género y el empoderamiento femenino.

Continuación tabla →

<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Durante 2020, logramos 144 publicaciones en medios de comunicación sobre 'Me la Creo' y el compromiso de Bancolombia con la equidad de género. • Desarrollamos de 25 espacios de conversación e intercambio de buenas prácticas con otras empresas y actores sociales.
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Movilizar a los hombres como aliados: ha sido un gran reto enganchar a los hombres con la estrategia. Muchas veces se asume que la equidad de género es un tema de mujeres y se vuelve necesario hacer un esfuerzo adicional para acompañar a los hombres a reconocer que todos debemos y podemos trabajar para construir un mundo equitativo. Esto también significa construir sentidos más amplios y positivos de la masculinidad y los roles sociales esperados de parte de los hombres. • Mantener activa la escucha: existe una diversidad muy grande de mujeres y sus experiencias vitales pueden variar mucho de acuerdo con su raza, su condición socioeconómica, su región, su edad, entre otras. Por eso, hemos aprendido que es importante estar escuchando y conversando de manera permanente con distintas mujeres, entendiendo y visibilizando sus realidades para desarrollar soluciones que respondan realmente a sus necesidades y expectativas. • Ampliar el alcance a otros grupos de relación: esta iniciativa estaba originalmente dirigida a empleados, sin embargo, hemos identificado la oportunidad de llevar algunas acciones a otros grupos de relación, como clientes y proveedores. Entendimos que nuestro ejemplo puede ayudar a movilizar a otras empresas para empezar a hacerse preguntas difíciles y tomar acciones en pro de la equidad de género.
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Más allá de la implementación misma de la iniciativa, no existe como tal un proceso de divulgación o socialización, aunque sí hemos compartido la estrategia con otras compañías que han querido trabajar estos temas.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Una estrategia de comunicación como esta puede ser el primer paso para que una compañía empiece a trabajar la equidad de género con sus empleados, haciéndose preguntas difíciles, cuestionando sus políticas y procesos y generando espacios de reflexión para que más personas adopten actitudes y comportamientos que habiliten contextos equitativos en los que las mujeres puedan elegir y materializar libremente sus proyectos de vida.</p>

Buenas prácticas frente al acoso sexual, laboral y situaciones de violencia contra la mujer

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

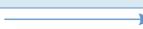
Nombre de la Empresa	Bancolombia
Sector	Financiero
Tamaño de la Empresa	Activos: 255 billones de pesos (diciembre 2020)
Localización	Colombia
Total de Empleados	21.415
Porcentaje de Mujeres	61%
Porcentaje de Hombres	39%
Datos de Contacto	Sara Uribe Arango suarang@bancolombia.com.co Laura Franco Arango lafarang@bancolombia.com.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Junio de 2020
Nombre de la Buena Práctica	Línea Contigo
Problema o necesidad que se intervino	<p>La violencia contra las mujeres y las niñas es una de las más graves violaciones de los Derechos Humanos, la más arraigada, naturalizada y extendida en el mundo. Mujeres y niñas de todos los rincones del planeta continúan experimentándola tanto en privado como en público. Según el PNUD, 1 de cada 3 mujeres en el mundo ha experimentado violencia física y/o sexual.</p> <p>De hecho, durante la pandemia, y en especial en la época de aislamiento estricto, el aumento de las tensiones en el hogar por la necesidad de producir ingresos, un mayor número de actividades de estudio, trabajo y oficios, y los cuidados especiales que requieren las personas dependientes, convirtió muchas más casas en lugares poco seguros para algunas mujeres. En Colombia, por ejemplo, el aumento de llamadas de auxilio por parte de mujeres aumentó en un 79% en este tiempo.</p> <p>Uno de los desafíos clave en la prevención y erradicación de la violación y el acoso sexual es la sensibilización sobre qué es violencia de género, mucho más allá de la física o sexual, entendiendo además que estas situaciones pueden ser evitables, se pueden prevenir y todos podemos contribuir a que no se extienda ni se repita.</p> <p>La tolerancia social e institucional, la impunidad, la dificultad para el acceso a servicios oportunos y de calidad, entre otros factores, contribuyen a la ocurrencia y sostenimiento de todas las formas de violencias contra las mujeres. Esto requiere del compromiso del sector público y privado con los derechos de las mujeres y la equidad.</p>

Continuación tabla →

<p>Antecedentes: ¿Cómo inició?</p>	<p>Desde nuestros rasgos culturales y el enfoque que tenemos como organización de orientar nuestra cultura y procesos a las personas, su desarrollo y bienestar, trabajamos para garantizar la vivencia de los derechos humanos y acompañar a nuestros empleados a tener una vida en equilibrio, sana y con las condiciones óptimas, movilizando, a través de los diferentes procesos de talento que hoy tenemos, su crecimiento profesional y personal.</p> <p>Sin embargo, somos conscientes de que, en algunos casos, de forma explícita o silenciosa, la violencia de género se convierte en una barrera para este objetivo.</p> <p>La violencia de género, suceda o no en nuestras instalaciones, es un asunto que nos incumbe a todos, líderes y empleados, del que debemos ser conscientes y contra el cual tenemos que luchar, logrando que todas las personas reconozcan que no es una situación válida y promoviendo el cambio de comportamientos en ellos para no acudir a esto.</p> <p>Asegurar para nuestros empleados el goce de una vida sin violencias, como condición para alcanzar la equidad de género, hace parte de nuestras convicciones y de nuestros compromisos con el desarrollo sostenible, como lo expresamos con nuestra vinculación a los principios de Empoderamiento de la Mujer de la ONU.</p> <p>El primer paso es el trabajo interno con quienes hacen parte de la organización y sus círculos sociales más cercanos, promoviendo una cultura de conciencia de la violencia de género, previniendo y acompañando este tipo de situaciones. Por eso, en junio de 2020 lanzamos la línea especializada de atención psicológica, llamada Contigo.</p>
<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>La Línea Contigo es una línea de acompañamiento especializado que ofrece apoyo a los empleados de Bancolombia en algunas de las problemáticas más sensibles en materia de género, y que se han profundizado durante la pandemia del COVID-19.</p> <p>Esta solución contribuye a su bienestar, como una de las condiciones claves para que puedan elegir y cumplir libremente su proyecto de vida.</p> <p>A través de Contigo, es posible recibir orientación en temas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conflictos familiares y violencia intrafamiliar. - Dependencia emocional. - Abuso físico, sexual o psicológico. - Incidentes críticos. - Síntomas de depresión. - Síntomas de ansiedad. - Manejo de pérdidas y duelos. - Problemas de pareja. <p>El modelo de atención incluye una línea telefónica, un número de WhatsApp, un correo electrónico y un sitio web, entre los que las personas pueden elegir de acuerdo con su situación. Dependiendo del caso, los profesionales a cargo de Contigo tendrán entre sus funciones, no solo acompañar el proceso de salud mental y emocional de quienes consultan, sino también conducir aquellos casos sensibles a las autoridades o instituciones que corresponda para velar por la vida y el bienestar integral de las empleadas.</p>

Continuación tabla 

<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Nos mantenemos en contacto con ONU Mujeres y la Comunidad Aequales para profundizar nuestro entendimiento sobre esta realidad y seguir trabajando por acompañar a nuestros empleados hacia la consolidación de una vida sin violencia.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Durante el segundo semestre de 2020, se recibieron más de 300 contactos a la Línea Contigo. Por su parte, en lo que llevamos de 2021, se han atendido más de 413 casos, con un nivel de satisfacción superior al 98%.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Todos los contextos pueden propiciar la violencia de género:</u> Estar en medio de un entorno aparentemente tranquilo y con buenas condiciones de calidad de vida no significa necesariamente que las personas no sean vulnerables a la violencia. Es fundamental profundizar en la realidad de las personas, sin presumir su situación, donde menos lo imaginamos puede haber violencia de género. • <u>Hablar abiertamente de violencia sigue siendo un reto:</u> la cultura de nuestra sociedad sigue estereotipando de manera fuerte la violencia de género, prejuicios que muchas veces señalan a quienes han sido víctimas, por lo que las limita a buscar ayuda. <p>Además, aún es necesario compartir herramientas con todas las personas para que sepan cómo actuar en caso tal de conocer un caso de violencia, pues a veces, de manera inconsciente y con la mejor voluntad, las conversaciones informales terminan perjudicando más la situación.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Para la difusión y el conocimiento de la existencia de la Línea Contigo se hace comunicación periódica al interior de la organización para que todos los empleados y líderes conozcan de este canal y lo tengan siempre presente. Esta comunicación se hace a través de diferentes formatos, tales como noticias en la intranet, webinars, tests, etc. Además, se comunica y forma constantemente al equipo de Gestión Humana para que en su contacto diario con los empleados tengan muy en cuenta las posibilidades que tiene el banco para apoyarlos en situaciones de violencia y para crear juntos una cultura de vida sin violencia.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>La Línea Contigo es un canal tercerizado con un proveedor experto en estos temas, por lo que es completamente replicable por cualquier organización, y si bien se trata con toda confidencialidad, se convierte en un espacio en el que es posible acercarse a la realidad de los empleados, para seguirlos acompañando y seguir fortaleciendo procesos que permitan prevenir y apoyar estos casos.</p> <p>Es importante reconocer hasta dónde llega la competencia que tienen las organizaciones en el acompañamiento a estos casos y asegurar una conexión con las autoridades competentes de adelantar los procesos legales que correspondan en cada caso.</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Universidad EAFIT
Sector	Institución de Educación Superior
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Medellín
Total de Empleados	2.645
Porcentaje de Mujeres	48,16%
Porcentaje de Hombres	51,83%
Datos de Contacto	Valeria Mira Montoya. Mentora en el Semillero Mujeres y derecho Correo electrónico: vmiram@eafit.edu.co Celular: 3162558971

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2020
Nombre de la Buena Práctica	Investigación del Semillero de Mujeres y derecho de la Universidad EAFIT “Naturalización del acoso sexual en entornos universitarios”
Problema o necesidad que se intervino	El fenómeno del acoso sexual en entornos universitarios
Antecedentes: ¿Cómo inició?	Es una iniciativa estudiantil liderada por el Semillero de Mujeres y Derecho. Este nació de los encuentros en el Ciclo de lectura “Feminismo y Derecho” en 2018 y luego se constituyó formalmente como semillero en el año 2019. En el 2020 se definió el tema de investigación y se consolidó la ruta del proyecto de investigación que quedó seleccionado en la convocatoria de pequeños proyectos de investigación de la Vicerrectoría de Descubrimiento y Creación. La elección del tema de investigación surgió de las experiencias compartidas de las integrantes del Semillero y de la necesidad que había en ese momento de poner el tema en la agenda de la Universidad. El proyecto ha sido reconocido en ferias de semilleros internas, regionales y nacionales, con puntajes sobresalientes. A medida que la investigación ha avanzado y el tema se ha comenzado a discutir en el campus, varios actores dentro de la universidad se han unido a los esfuerzos investigativos.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	La investigación pretende diagnosticar el problema de acoso sexual dentro de la universidad y visibilizar su ocurrencia en el entorno universitario. Así, busca identificar los factores a los que obedece y las consecuencias que trae la naturalización de las conductas de acoso sexual, que, principalmente, impactan la vida de las estudiantes. Se espera un producto de apropiación social de conocimiento que sintetice los hallazgos en una pieza de divulgación que enriquezca el diálogo universitario sobre el respeto y la integridad, así como un artículo académico.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	La encuesta de Naturalización del acoso sexual en entornos universitarios se desarrolla en alianza con el Centro de Integridad de la Universidad EAFIT.

Continuación tabla →

<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Ser la institución pionera en la investigación acerca de este fenómeno en entornos universitarios y abrir el panorama para la replicabilidad de estos estudios en otras universidades y empresas.</p> <p>Contribuir a la no estigmatización de la conversación acerca de la problemática del acoso sexual.</p> <p>Darle tratamiento adecuado al fenómeno de manera que este pueda mitigarse, mejorando la convivencia y el respeto a la integridad de la persona que permite una mejor experiencia universitaria.</p> <p>Una vivencia adecuada de los principios universitarios.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Existen algunas dificultades para abordar el acoso sexual dentro de las universidades y entornos laborales pues este ha sido un fenómeno invisibilizado, que solo hasta hace poco ha comenzado a considerarse. En este sentido, ante la discusión del asunto, existen temores sobre la mejor forma de tratarlo y de proponer soluciones para atenderlo. Pero, con ello hemos aprendido que la mejor forma de enfrentarlo es el reconocimiento del fenómeno como una oportunidad para liderar políticas adecuadas de prevención y atención que respondan adecuadamente a la dimensión del problema.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Hasta el momento existe un proceso de difusión de la encuesta de “Naturalización de las conductas constitutivas de acoso sexual en la Universidad EAFIT” en los canales institucionales (correo electrónico de la universidad), y un “voz a voz” en cabeza de los decanos de cada escuela a quienes se les solicitó apoyo en la divulgación de esta etapa del proceso.</p> <p>Con los resultados obtenidos en esta investigación, se publicará un artículo académico y un producto de apropiación social del conocimiento que estarán disponibles para toda la comunidad universitaria y el público en general. Adicionalmente, se abrirán espacios para la divulgación y discusión de estos resultados dentro de la universidad.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Voluntad de la junta directiva de la organización. - La existencia de una instancia, o centro de integridad, que aborde y tramite estos casos. - La destinación de recursos humanos y recursos económicos a la investigación: trabajo voluntario, un fondo económico de estímulos a la investigación, un tope de financiación e inversión mínima por parte de las empresas. - El reconocimiento de la importancia del problema y la no estigmatización a la conversación sobre el acoso sexual. - Un instrumento de diagnóstico del fenómeno (como el instrumento creado por el semillero, que puede ser adaptado a los entornos que lo requieran).

Buenas prácticas en transformación cultural de los estereotipos de género, diversidad e inclusión

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Grupo Éxito
Sector	Bienes y servicios
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Antioquia
Total de Empleados	9.950 (Regional Antioquia)
Porcentaje de Mujeres	55,8%
Porcentaje de Hombres	44,2%
Datos de Contacto	Ana Isabel Mesa González Analista Diversidad e Inclusión amesag@grupo-exito.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2021
Nombre de la Buena Práctica	Mundo de Colores
Problema o necesidad que se intervino	Promover los valores de la diversidad e inclusión en los hijos de los colaboradores del grupo éxito a través de la generación de cambios culturales.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	El grupo éxito cuenta con un modelo y una política de diversidad e inclusión cuyos ejes son la equidad de género, la creación de entornos inclusivos y diversos desde los cuales cada colaborador sea valorado de la misma manera. El grupo éxito en el año 2018 se adhirió a los compromisos del Pacto Global, allí se comprometió al logro de los objetivos de desarrollo sostenible especialmente los objetivos 5 y 10 que En este marco, la organización también es miembro de ONU Mujeres e integrante de la comunidad EAQUALES y la Comunidad TalentLab. Esta iniciativa se inscribe en el cambio en el modelo comunicacional de la compañía enfocado en comunicaciones inclusivas y sin sesgos consignadas en el Manual sin género para las comunicaciones de la compañía.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Mundo de colores es una serie corta para niños que es compartida con los hijos de todos los colaboradores desde la cual se aborda la promoción de la equidad de género a través de situaciones reales y cotidianas en las que se evidencian roles de género, sesgos de género, brechas, entre otras problemáticas. El propósito de esta serie es que se promuevan desde temprana edad los valores de equidad e inclusión.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	La política de diversidad e inclusión del grupo éxito vincula a las familias de sus colaboradores.
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	Involucrar a las familias de los colaboradores del grupo éxito en los procesos de diversidad e inclusión, en tanto los cambios para lograr la equidad de género van desde la infancia y deben involucrar estrategias más allá del trabajo al interior de la compañía.

Continuación tabla

Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	La participación de las familias de los colaboradores ha sido vital para la puesta en marcha de la estrategia.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	La serie mundo de colores se socializa con todos los colaboradores del grupo éxito y se encuentra en la plataforma equirutas para ser socializado con todos los colaboradores externos y proveedores del grupo éxito.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Compromiso de la alta dirección. Participación de las familias de los colaboradores.

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	2019
Nombre de la Buena Práctica	Laboratorio de masculinidades
Problema o necesidad que se intervino	A partir del autodiagnóstico que realizó Comfama para identificar cómo se encontraban en términos de equidad de género, se pudo evidenciar una tendencia a entender el género como un asunto de mujeres. Esta forma de comprender lo asuntos de género está relacionada con el esparcimiento de una cultura de normalización de estereotipos y sesgos de género, por lo que se hizo necesario pensar una estrategia que involucrara a los hombres en esta construcción de equidad de género colectiva. Además, esta estrategia busca incentivar en los hombres el reconocimiento de su sensibilidad y emociones, para cambiar la idea de que la emocionalidad, la tristeza, la angustia y el dolor son sentimientos exclusivos de mujeres. Así, la masculinidad no es igual a violencia, eso es algo que se aprende y, por tanto, se puede desaprender.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	Esta estrategia surge como consecuencia de los resultados arrojados por el autodiagnóstico realizado en la empresa, así como los grupos focales y ejercicios controlados. Entre estos resultados se reconoce la importancia de involucrar a los hombres en las discusiones e incentivar el diálogo en relación con las masculinidades no hegemónicas. Ello entendiendo que, si bien la equidad de género es una lucha femenina, los hombres son actores activos y pasivos para el cambio de esta realidad.

Continuación tabla →

Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Esta iniciativa parte del reconocimiento de que los hombres son unos aliados para avanzar en la ruta hacia la equidad de género, pues este es un asunto que le compete a todos y todas. Así, con esta estrategia se busca que nos conectemos con los varones para transformar imaginarios y prácticas que han perpetuado las violencias de género.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	No se realizan alianzas específicas para este
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	A partir de la implementación de esta iniciativa, se ha logrado mayor movilización de nuevas conversaciones entre los varones, así como despertar mayores preguntas y mayor conciencia entre ellos. Además, esta práctica ha incentivado iniciativas de réplica organizacional, así como la existencia de promotores de cambio y la construcción de círculos de confianza. Igualmente, esto ha sido importante para resaltar aquellas masculinidades no hegemónicas, que han sido invisibilizadas y calladas, masculinidades que hay que resignificar para lograr la equidad de género.
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Una lección aprendida con esta iniciativa es que, si bien permite enmarcar la conversación en otros entornos y grupos de personas, aún falta mucho por hacer para generar cambios de contextos y procesos para cambios estructurales. Esto implica el compromiso de todos y todas, y hay que seguir trabajando en ello.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	Para la divulgación de esta iniciativa se publican Boletines internos, vídeos y conferencias abiertas al público y se hace uso del espacio en la revista Comfama.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Uno de los criterios más importante es que haya un compromiso general de la empresa y la junta directiva, que haya un cuestionamiento interno que busque cambiar las realidades organizacionales y, así genere una reflexión interna.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Flores Isabelita S.A.S
Sector	Agroindustrial
Tamaño de la Empresa	Gran empresa
Localización	La Ceja
Total de Empleados	426
Porcentaje de Mujeres	57%
Porcentaje de Hombres	43%
Datos de Contacto	Anny Martinez Lopez, Directora de GH anny.martinez@falconfarms.com.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Diciembre 2017
Nombre de la Buena Práctica	Soy como tú

Continuación tabla →

<p>Problema o necesidad que se intervino</p>	<p>Nutrir nuestro recurso humano con diversidad lleva a buscar de manera creativa e incluyente grupos poblacionales con alguna vulnerabilidad que posibilite el crecimiento personal y familiar de las personas del grupo poblacional LGTBIQ+, Madres y padres cabeza de hogar y equidad de género.</p>
<p>Antecedentes: ¿Cómo inició?</p>	<p>Desde el año 2016 Flores Isabelita S.A.S ha venido desarrollando diferentes acciones orientadas a la inclusión de personas en situaciones diversas en su planta de manufactura de Bouquets. El comenzar a trabajar en inclusión de personas con discapacidad auditiva, abre la posibilidad de generar oportunidades laborales para otros grupos poblacionales que pueden ser considerados como vulnerables como: Población migrante, LBTIQ+, mujeres y hombres cabeza de hogar y nuevas masculinidades.</p> <p>Todo inicia con la necesidad de atraer, contratar y fidelizar personas con talentos, sin discriminación alguna, son varias poblaciones a las que ha llegado nuestra estrategia de diversidad e inclusión, a lo largo de 5 años hemos implementado practicas con población diversa. LGTBIQ+, discapacidad auditiva, mujeres y hombres cabeza de hogar, víctimas y actores del conflicto armado, adultos mayores, Labores que eran masculinas que ahora hacen mujeres y viceversa, etc. Lo que los beneficia a ellos, sus familias, su entorno y a la comunidad</p>
<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Flores Isabelita decide continuar por la vía de explorar candidatos para mejorar condiciones de vida a través de las oportunidades laborales, rompiendo paradigmas socio laborales se permite la empleabilidad de nuevos miembros para el equipo. La practica se ve encaminada en:</p> <p>*PROCESOS DE SELECCIÓN A LA MEDIDA: Identificación de grupo focal y estudio de puesto de trabajo</p> <p>*ADAPTACION DE RUTA INCLUSIVA: Comfenalco a todas las prácticas de la empresa</p> <p>*CELEBRACIONES ESPECIALES: Día de la diversidad, día de la comunidad sorda, día contra la violencia de género, etc.</p> <p>*AJUSTES RAZONABLES: Adaptación de puestos de trabajo y capacitación a jefes y líderes de proceso acerca del abordaje e interiorización de las buenas prácticas. Ej, Adaptación de Unidades sanitarias, señalización y plan de emergencia</p> <p>*PROCESOS DE DESARROLLO: Posibilidad de crecimiento en la organización aspiración a labores de liderazgo, administrativas y practicas académicas</p> <p>*ESPACIOS DE PARTICIPACION: Acceso a formación y pertenecía a equipos de mejoramiento continuo bajo la metodología LEAN – SIG SIGMA,</p> <p>*RECONOCIMIENTO: candidaturas y elección a representación de compañeros en comités (COPASST, CONVIVENCIA, FONDO DE EMPLEADOS, DESAYUNO DE TRABAJO)</p> <p>Teniendo en cuenta:</p> <p>Capacitación y sensibilización a equipos de trabajo, lideres y proveedores. Comunicación, Infraestructura y Señalización.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cambio de la política integral a política diversa e incluyente 2. Adaptaciones locativas (Plan de emergencia y áreas comunes) 3. Capacitación a personal de GH y estrategia de selección, inducción y ciclo laboral 4. Sensibilización y capacitación a lideres de proceso en la diversidad y la inclusión, como factor diferencial de su equipo de trabajo 5. Capacitación al personal a personal operativo y pares 6. Adquisición de sala de destrezas

Continuación tabla →

Alianzas existentes en el marco de la experiencia	Agencia Pública de Empleo Comfenalco, Comfama. Secretaría de protección social La Ceja Alcaldía de La Ceja
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	Estabilidad Laboral, reducción de los índices de rotación de esta población, aumentar la fidelización de nuestros colaboradores, ser una empresa reconocida por la inclusión y ser una opción laboral para todas las personas.
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Preparar a los dueños de proceso, líderes para recibir a las personas con visión incluyente. Ofertas de empleo para grupos focalizados Evaluación de tareas para estas poblaciones por ejm. culturalmente que hace un hombre que pueda hacer una mujer, labores para madres cabeza de familia, horario flexible
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	Política de ética empresarial Programa de puertas abiertas Redes sociales Participación y liderazgo en premios de inclusión laboral Universidad isabelita
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Toda organización que esté interesada en impactar sociedad, familias, productividad. Basado en los programas de responsabilidad social aceptar el tiempo que requiere adoptar esta nueva practica en la organización desde el reclutamiento, la contratación, el enganche y los ajustes razonables para mejorar las condiciones locativas, laborales y de calidad laboral para impactar en el bienestar del colaborador.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Grupo Éxito
Sector	Bienes y servicios
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Antioquia
Total de Empleados	9.950 (Regional Antioquia)
Porcentaje de Mujeres	55,8%
Porcentaje de Hombres	44,2%
Datos de Contacto	Ana Isabel Mesa González Analista Diversidad e Inclusión amesag@grupo-exito.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2018
Nombre de la Buena Práctica	Academia Diversa
Problema o necesidad que se intervino	Promover la diversidad e inclusión en todos los colaboradores del grupo éxito.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	El grupo éxito cuenta con un modelo y una política de diversidad e inclusión cuyos ejes son la equidad de género, la creación de entornos inclusivos y diversos desde los cuales cada colaborador sea valorado de la misma manera.

Continuación tabla →

<p>Antecedentes: ¿Cómo inició?</p>	<p>El grupo éxito en el año 2018 se adhirió a los compromisos del Pacto Global, allí se comprometió al logro de los objetivos de desarrollo sostenible especialmente los objetivos 5 y 10 que En este marco, la organización también es miembro de ONU Mujeres e integrante de la comunidad EAQUALES y la Comunidad TalentLab.</p>
<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>La Academia diversa es un conjunto de programas de formación orientados a sensibilizar y capacitar a los empleados y colaboradores del grupo éxito en temas de diversidad.</p> <p>Este programa de formación aborda tres ejes temáticos cada uno cuenta con actividades de formación:</p> <p>Equidad de género:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hembrújate con la equidad de género. -Marzo: mes de la equidad de género. -DGI con enfoque de género en grupo éxito. -Grupos focales en equidad de género. -Aprendamos de equidad de género. -Las cosas buenas se contagian. -Nuevas Masculinidades. -Prevención de violencia de género. <p>Entornos accesibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Accesibilidad somos todos. -Conversemos en LSC. -Ruta formación Comfenalco. -Conversemos sobre la diferencia. -Generalidades de la discapacidad. <p>Más diversos e incluyentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Octubre mes de la diversidad. -Comunicación inclusiva. -Sesgos inconscientes. -ABC de la diversidad sexual. -Liderazgo inclusivo.
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Estos procesos de formación se ofrecen a todos los empleados de la compañía, colaboradores y proveedores.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Hasta la fecha se han formado 15.300 empleados del grupo éxito en materia de diversidad e inclusión. Todos los eventos y programas de formación del grupo éxito cuentan con intérprete en lengua de señas.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Los cursos se encuentran disponibles de forma gratuita en una plataforma virtual y en la intranet de la empresa.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Compromiso de la alta dirección. -Compromiso de empleados, colaboradores y proveedores.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Grupo Éxito
Sector	Bienes y servicios
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Antioquia
Total de Empleados	9.950 (Regional Antioquia)
Porcentaje de Mujeres	55,8%
Porcentaje de Hombres	44,2%
Datos de Contacto	Ana Isabel Mesa González Analista Diversidad e Inclusión amesag@grupo-exito.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2021
Nombre de la Buena Práctica	Manual Sin Género
Problema o necesidad que se intervino	Generar cambios al interior de la compañía del modelo comunicacional, cambios en la forma de comunicar al exterior y cambios en la comunicación con colaboradores y proveedores desde la promoción de la diversidad e inclusión y la eliminación de sesgos en la comunicación.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	El grupo éxito cuenta con un modelo y una política de diversidad e inclusión cuyos ejes son la equidad de género, la creación de entornos inclusivos y diversos desde los cuales cada colaborador sea valorado de la misma manera. El grupo éxito en el año 2018 se adhirió a los compromisos del Pacto Global, allí se comprometió al logro de los objetivos de desarrollo sostenible especialmente los objetivos 5 y 10 que En este marco, la organización también es miembro de ONU Mujeres e integrante de la comunidad EAQUALES y la Comunidad TalentLab.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	El manual sin género tiene el propósito de establecer un modelo comunicacional interno y externo incluyente y sin sesgos. Este modelo de comunicación incluyente aplica para todas las marcas del grupo éxito desde las iniciativas de comunicación visual, auditiva y textual evitando la reproducción de roles o estereotipos de género, evitando la publicidad sexista desde los pasos establecidos en este manual que presenta recomendaciones para la construcción de contenido y listas de chequeo para ser tenidas en cuenta antes de publicar cualquier contenido. Así, el manual se desarrolla en los siguientes apartados: -Comunicación visual incluyente. -Comunicación auditiva incluyente. -Comunicación textual incluyente. -Publicidad. -Lista de chequeo. -Ejemplos de comunicación inclusiva en el grupo éxito. -Algunos conceptos.

Continuación tabla

<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Este manual de comunicación sin género aplica para todas las comunicaciones de la compañía y para sus aliados inscritos en equirutas.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Comunicaciones incluyentes y sin sesgos.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>La implementación del manual sin género ha cambiado la estrategia de comunicaciones de la compañía aportando al logro de comunicaciones incluyentes y sin sesgos.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>El manual sin género se socializa con todos los colaboradores del grupo éxito y se encuentra en la plataforma equirutas para ser socializado con todos los colaboradores externos y proveedores del grupo éxito.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Compromiso de la alta dirección. Apropiación del manual por todos los miembros de la compañía. Apropiación del manual por todos los colaboradores externos de la compañía.</p>

Buenas prácticas desde la economía del cuidado: equilibrio vida personal, laboral y familiar

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	2019
Nombre de la Buena Práctica	Ampliación de licencias de paternidad y maternidad
Problema o necesidad que se intervino	<p>Identificamos unas dimensiones de oportunidad: promoción y desarrollo, atracción, cultura y relaciones laborales, por lo que todas las iniciativas en materia de equidad de género de Comfama corresponden a los resultados de brechas identificados en el autodiagnóstico de diversidad e inclusión. En concreto, la extensión de licencias de paternidad y maternidad busca confrontar las bajas oportunidades de conciliación y equilibrio entre la vida de cuidado familiar y la vida laboral, tanto de hombre como mujeres, entendiendo que el cuidado de los niños y niñas es un asunto de padres y madres, donde ambos deben y tienen el derecho de involucrarse.</p> <p>Esto parte del reconocimiento de que la llegada de un hijo es un acontecimiento que transforma el mundo de cada familia, por lo que es importante promover la corresponsabilidad de género y brindar oportunidades equitativas.</p>
Antecedentes: ¿Cómo inició?	<p>Esta estrategia surge como consecuencia de los resultados arrojados por el autodiagnóstico realizado en la empresa, así como los grupos focales y ejercicios controlados. Así, se evidencian la importancia de, primero, promover la paternidad corresponsable como un asunto importante en la calidad de vida de las familias, así como reducir las brechas en las relaciones de cuidado y crianza de los hijos en el entorno familiar. En segundo lugar, se hace evidente la importancia de brindar herramientas para que las madres y padres puedan tener en equilibrio su vida familiar, personal y laboral, pues esta es una de las causas principales por las que las mujeres salen del mercado laboral.</p>

Continuación tabla →

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Este beneficio fue ideado en pro de quienes se conviertan en madres y padres, pensando en que así podrán tener más tiempo para disfrutar de este momento especial, y vivirlo con equidad en las responsabilidades. Este beneficio reconoce la diversidad e inclusión garantizando un enfoque equitativo para todo tipo de familias, homoparentales, monoparentales, adoptivas, entre otras.</p> <p>Esta estrategia se planteó así: Quienes se conviertan en madres podrán disfrutar este beneficio con una hora menos de la jornada laboral en el octavo y noveno mes de gestación; y una hora menos de jornada laboral durante los tres meses siguientes a la finalización de la licencia de maternidad, adicionales a los tiempos de lactancia para los casos en que aplique. Este beneficio tendrá una regulación especial según la jornada laboral.</p> <p>Por su parte, los padres podrán disfrutar de un beneficio en tiempo de hasta 30 días hábiles, adicionales a los días de licencia de paternidad legal. Este beneficio corresponde a la jornada laboral del trabajador durante ese mes. Para esta licencia, se vio la necesidad de implementar unos talleres de capacitación para los padres, pues muchos no entendían cuál era su rol en el hogar para el cuidado de los hijos, por lo que se optó por dar una capacitación en torno a la paternidad.</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>No hay alianzas establecidas para la implementación de esta estrategia.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Uno de los beneficios más significativos tiene que ver con la contribución que se puede hacer desde Comfama al bienestar de la madre, el padre y su bebé promoviendo el fortalecimiento de ese vínculo esencial y primario que es la familia. Un resultado de esto tiene que ver con la importancia de la pedagogía, pues muchos padres que accedían a la licencia extendida no tenían claro su rol en el cuidado parental, por lo que la licencia se volvía más una carga que una oportunidad. En este contexto, Comfama entendió que era importante dar oportunidades de capacitación y pedagógicas, que permitieran aprender nuevas formas de ser hombre y padre en el hogar.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Una lección aprendida con esta iniciativa es que, si bien permite enmarcar la conversación en otros entornos y grupos de personas, aún falta mucho por hacer para generar cambios de contextos y procesos para cambios estructurales.</p> <p>También es de destacar la importancia de las capacitaciones y el enfoque pedagógico, pues la cultura antioqueña no ha permitido que los hombres se involucren con el rol del cuidado, por tanto, si no se ofrecen herramientas de preparación los beneficios no serán utilizados bajo todo su potencial.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Para la divulgación de esta iniciativa se publican Boletines internos, vídeos y conferencias abiertas al público y se hace uso del espacio en la revista Comfama.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Uno de los criterios más importante es que haya un compromiso general de la empresa y la junta directiva, que haya un cuestionamiento interno que busque cambiar las realidades organizacionales y, así genere una reflexión interna.</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Globalista
Sector	Servicios/consultoría
Tamaño de la Empresa	Pequeña
Localización	Envigado - Antioquia
Total de Empleados	7
Porcentaje de Mujeres	86%
Porcentaje de Hombres	14%
Datos de Contacto	Juliana Velásquez Jvelasquez@globalista.co 3105509914

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2015
Nombre de la Buena Práctica	Empleo a mujeres cuidadoras y madres
Problema o necesidad que se intervino	<p>En Colombia las mujeres pocas veces pueden mantener el equilibrio de su vida personal, laboral y familiar, y muchas veces es una obligación priorizar alguna de ellas en detrimento de la otra. En este contexto, es bien conocido que, al tener un hijo e iniciar una vida familiar, las mujeres salen del mercado laboral para ocuparse de la economía del cuidado.</p> <p>Sin embargo, la intención de retomar el empleo y continuar con el desarrollo profesional y económico personal se ve frustrado por las dinámicas económicas del contexto Antioqueño. Así, el mercado laboral les dice tantas veces que no, que deben volver a empezar, que deben sacrificar su salario y que ya hay una demanda laboral de personas más jóvenes, lo cual resulta creando inseguridades y miedos a estas mujeres, aún teniendo todas las capacidades.</p>
Antecedentes: ¿Cómo inició?	<p>Las estrategias que globalista tiene en materia de equidad de género han sido iniciativas orgánicas, es decir, no han obedecido a un decálogo o un manual de acción específico, sino que se ha dado de manera auténtica.</p> <p>Para el caso de esta estrategia en concreto, hubo un hecho detonante que tuvo que ver con la gerente administrativa de globalista, una mujer con la experiencia y la preparación profesional más completa, pero que al tener su primer hijo salió del mercado laboral y cuando volvió buscar empleo, las condiciones laborales ofrecidas no permitían que ella pudiera mantener en equilibrio su vida personal y familiar, pues no había una oferta de flexibilidad. Con esto en mente, se decide iniciar con una política en globalista que le permita tener a ella y a otras mujeres esa flexibilidad que las madres y cuidadoras requieren para el desarrollo de su autonomía.</p>
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	<p>Esta iniciativa surge con el objetivo que crear puestos de trabajos para mujeres que hayan tenido que abandonar su empleo debido al cuidado del hogar y la experiencia de la maternidad, y que hoy quieran reintegrarse al mercado laboral.</p> <p>Para esto, globalista implementó contratos laborales a término fijo o indefinido, pero con la particularidad de que no había una obligación contractual para cumplir un horario específico.</p>

Continuación tabla →

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>En concreto, con esta estrategia se logra romper la barrera del horario, para que puedan ejercer y coordinar sus labores personales y profesionales.</p> <p>Con lo anterior se buscaba permitir que las mujeres madres y/o cuidadoras pudieran atender las necesidades de su vida personal sin que ello perjudicara su entorno laboral y la conservación de sus cargos. Para esto se trabaja bajo unos roles, unos resultados y unas actividades, pero cada una establecía su horario para cumplir con sus requerimientos contractuales.</p> <p>Adicionalmente, se hace un proceso dentro de la empresa para la transición en formación, seguridad y empoderamiento, de tal forma que estas mujeres puedan volver a generar esa confianza que perdieron. Para esto se incluye la remuneración variable, donde se les da a las personas un programa de formación pago que la persona desee escoger.</p> <p>Así, para estas mujeres siempre se ofrece una formación en liderazgo, gerencia de proyectos, o en algo que las empodere y las nivele en términos psicológicos. Esta formación se realiza dentro del horario laboral, de forma tal que las mujeres que quieran acceder a ella no deban sacar el tiempo extra que suelen invertir en el cuidado de sus familias.</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>No se han realizado alianzas para la implementación de esa estrategia.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Esta estrategia a permitido consolidar un talento humano excepcional, pues la calidad del trabajo de estas mujeres es evidente. Además, se ha evidenciado una mejora en el salario emocional, el cual es importante no solo para ellas, sino que también beneficia el desempeño y las relaciones dentro de la empresa.</p> <p>Esta estrategia ha permitido consolidar mayores niveles de seguridad en el proceso de reintegración al mercado laboral, especialmente teniendo en cuenta que fueron mujeres que tuvieron la puerta cerrada muchos años.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Es necesario empezar a medir los impactos de estas acciones en cifras e indicadores puntuales, es un reto que se tiene al interior de la empresa y que puede dar muchas luces para seguir avanzando en materia de equidad.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Específicamente no hay una estrategia de comunicación, más bien se trata de focalizar el perfil laboral orientado a la población que se busca. Además, se realizan las convocatorias y ofertas periódicas para los procesos de formación de las empleadas en la empresa y se les comunica las opciones que tienen de capacitación en diferentes temas que les puedan interesar.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Así como se invierte en formación e innovación, es necesario que las empresas inviertan en preguntarse e identificar qué pasa al interior de ellas en materia de equidad de género, y apuntarle a la solución de esos problemas.</p> <p>Además, es necesario entender que el problema de invertir en equidad de género compete a la sociedad, a las empresas y a los gobiernos, por tanto, la inversión no compete al empleado y no debe ser este el que se cargue de obligaciones para que pueda acceder a estos beneficios.</p>

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Constructora Contex SAS BIC
Sector	Construcción
Tamaño de la Empresa	Mediana
Localización	Rionegro (Antioquia)
Total de Empleados	261
Porcentaje de Mujeres	40.6%
Porcentaje de Hombres	59.4%
Datos de Contacto	Andrea Bravo Giraldo Gerente de talento humano Email: abravo@Contex.com.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	En el año 2018 se inicio el proceso de implementación de teletrabajo con algunos colaboradores. El confinamiento por el COVID 19 consolidó la iniciativa y se iniciaron los trámites ante el Ministerio del Trabajo para que Contex sea una empresa teletrabajadora.
Nombre de la Buena Práctica	Flexwork
Problema o necesidad que se intervino	Este programa inició a raíz de la necesidad de generar y promover desde la empresa la igualdad de oportunidades para todos sus colaboradores. El propósito de este programa es mejorar la calidad de vida y generar mayor equilibrio vida / trabajo en los colaboradores y así brindar mejores oportunidades laborales que posibiliten a la empresa tener un equipo humano talentoso, comprometido y feliz.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	En 2019 se inició el diseño e implementación de la estrategia de inclusión y equidad de la empresa, ello en el marco del trabajo en pro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), los cuales se encuentran dentro de la estrategia de sostenibilidad de la empresa, así como los esfuerzos al interior de la empresa para su adhesión al pacto global y su participación en el diagnóstico WEPS.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	<p>El programa Flexwork busca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equilibrar la vida y el trabajo en todos los colaboradores. • Mejorar la calidad de vida. • Fortalecer una cultura de trabajo por resultados. • Dar apertura a personas con condiciones especiales, a las que por dichas razones el mercado laboral les cierra las puertas o no les brinda oportunidades. • Tener el mejor talento sin importar dónde esté ubicado geográficamente. <p>El programa Flexwork comprende horarios flexibles para los colaboradores, ello relacionado con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidades personales del colaborador. • Citas médicas y tratamientos. • Cuidado de adultos mayores. • Cuidado de los hijos.

Continuación tabla →

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de familiares en condiciones especiales. • Tiempo para el desarrollo académico o de habilidades de los colaboradores de la empresa. <p>Las estrategias a través de las cuales se implementa el programa Flexwork son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horario flexible equipo administrativo presencial (3 jornadas diferentes). • Jornada corta los viernes para el equipo administrativo (7:00 a.m. a 2:00 p.m. o de 8:00 a.m. a 3:00 p.m.). • Teletrabajo autónomo para todos los cargos teletrabajables de la empresa. • 3 sábados no laborables al mes en las obras. Descanso 2 fines de semana al mes en las salas de negocio. • Medio día en la semana del cumpleaños. • 24 y 31 de diciembre libres para toda la empresa. • Vacaciones colectivas en diciembre y en semana santa. • 5 días hábiles adicionales para la licencia de paternidad. • La oficina Contex fue cerrada, y se está construyendo un espacio de trabajo colaborativo para potencializar la creatividad y la innovación, zonas flex y salas de reuniones. <p>Para promover la implementación de esta iniciativa en el año 2020 se realizaron procesos de formación en teletrabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 talleres de líderes trabajadores con personas que tienen colaboradores y equipos a cargo. • 8 talleres para todo el equipo de teletrabajadores. • 8 talleres realizados con teletrabajadores y sus familias. <p>La empresa Contex en el marco de esta estrategia diseñó unas guías prácticas para ayudar a fortalecer el teletrabajo y la interacción entre las personas que son teletrabajadores y las que no los son (Guía de teletrabajo, guía de netiqueta, guía para la prevención de accidentes en teletrabajo y guía de herramientas digitales para el teletrabajo).</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>El principal aliado para esta estrategia han sido los mismos colaboradores, la política de flexwork se ha construido en conjunto con cada equipo de trabajo.</p> <p>La empresa Contex implementó un catálogo para adquirir productos para la oficina en casa con un auxilio por persona de \$200.000 y posibilidad de descuento por nómina. También se realizaron inversiones en auxilios de conectividad a internet, procesos de formación y otros apoyos para el teletrabajo.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Los resultados obtenidos desde la implementación del programa Flexwork son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento en la calidad de vida. • Más tiempo para los colaboradores y para compartir con sus familiares, amigos y seres queridos. • Fortalecimiento del sentido de pertenencia y la intención de continuar trabajando en Contex. • Fortalecimiento como marca empleadora. • Posibilidad de darle oportunidad laboral a personas que por sus condiciones sólo podían trabajar desde sus hogares. • Aumento de la productividad.

Continuación tabla →

<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agilidad en las reuniones y en la toma de decisiones. Mayor compromiso por parte de los colaboradores con la empresa y los resultados. • Fortalecimiento de una cultura basada en la confianza, donde no se vigila a las personas para que realice las actividades. • Mayor autonomía en las personas en la ejecución de su cargo. • Mejora del ambiente laboral y relaciones entre los equipos y entre las áreas. • Empresa atractiva para las nuevas generaciones que buscan mayor autonomía en el manejo de su tiempo. <p>A la fecha el 100% de los colaboradores han sido beneficiarios de esta iniciativa.</p> <p>La empresa Contex identificó una mejora en las mediciones de clima laboral que se realizan internamente desde la implementación del programa:</p> <table border="1" data-bbox="680 753 1365 1344"> <thead> <tr> <th>Actor / Variable</th> <th>2018</th> <th>2020</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Total clima</td> <td>85%</td> <td>97%</td> </tr> <tr> <td>Actor organización</td> <td>85%</td> <td>98%</td> </tr> <tr> <td>Actor equipo</td> <td>85%</td> <td>96%</td> </tr> <tr> <td>Actor líder</td> <td>86%</td> <td>96%</td> </tr> <tr> <td>Variable sentido de pertenencia</td> <td>90%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Variable calidad de vida</td> <td>80%</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>Variable compromiso</td> <td>82%</td> <td>95%</td> </tr> </tbody> </table>	Actor / Variable	2018	2020	Total clima	85%	97%	Actor organización	85%	98%	Actor equipo	85%	96%	Actor líder	86%	96%	Variable sentido de pertenencia	90%	100%	Variable calidad de vida	80%	95%	Variable compromiso	82%	95%
Actor / Variable	2018	2020																							
Total clima	85%	97%																							
Actor organización	85%	98%																							
Actor equipo	85%	96%																							
Actor líder	86%	96%																							
Variable sentido de pertenencia	90%	100%																							
Variable calidad de vida	80%	95%																							
Variable compromiso	82%	95%																							
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Este programa ha evidenciado la importancia de una gestión por resultados ello en relación con el tiempo laborado.</p> <p>Uno de los asuntos más destacados de este programa es que se ha construido con la participación de todos los colaboradores quienes han caracterizado sus necesidades en el marco de la implementación de la estrategia. Para ello se han realizado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sesiones individuales con todas las personas aptas para participar en el programa de teletrabajadores. • Sesiones grupales con los equipos de trabajo, en las intervenciones de clima laboral y de riesgo psicosocial, donde se evidencia la causa raíz de problemas puntuales en los equipos y se generan propuestas para dar solución a estos. • Luego de escucharlos se definen las mejores estrategias que ayuden a impactarlos positivamente y es ahí cuando nace el programa que se ha ido fortaleciendo con los años. 																								

Continuación tabla 

<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>En el marco de la <i>política equilibrio vida trabajo</i> se ha diseñado un plan de comunicaciones interno y externo para divulgar las distintas iniciativas que adelanta la empresa, entre sus colaboradores, sus familias y aliados externos.</p> <p>Las políticas implementadas por la empresa Contex y su estrategia Flexwork le han permitido ser reconocida en dos oportunidades por CAMACOL Antioquia en el marco de las mejores prácticas y experiencias en bienestar sociolaboral para el sector de la construcción.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Este buena práctica puede ser replicada por cualquier empresa independiente de su sector, para ello son importantes las siguientes condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Compromiso gerencial. 2. Escuchar los colaboradores, sus necesidades y plantear estrategias que permitan cada vez mejorar sus condiciones al interior de la empresa. 3. Fortalecer una cultura de confianza en toda la empresa. 4. Fortalecer cultura de trabajo por resultados vs tiempo laborado.

Buenas prácticas en procesos de reclutamiento y selección

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	2019
Nombre de la Buena Práctica	Atracción de talentos (perfil a ciegas y valoraciones estructuradas)
Problema o necesidad que se intervino	A partir de la realización de un autodiagnóstico sobre la situación actual en materia de equidad de género, se vio la necesidad de consolidar un proceso que permita generar herramientas que atenúen sesgos inconscientes y valoraciones de talento humano sin estructura. Esto se pensó como una oportunidad para intervenir en la permanencia de roles sexualizados dentro de la compañía.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	La formulación de esta estrategia surge como consecuencia de los resultados arrojados por el autodiagnóstico realizado en la empresa, así como los grupos focales y ejercicios controlados. En esto se reconoce la existencia de sesgos inconscientes que inciden en la selección y atracción del talento humano, por lo que se buscan herramientas que permita controlar esto y, así, tomar decisiones más conscientes y basadas en las capacidades.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Esta iniciativa busca revisar lo que ocurre en la empresa durante los procesos de selección y reclutamiento, con el fin de eliminar sesgos inconscientes y garantizar mayor equidad. Así, nuestra puerta de entrada es la oportunidad para la inclusión y para enfrentar nuestros propios sesgos, por eso decidimos probar a partir de lo que sí funciona. Le apostamos a (1) la incorporación de fotografías de mujeres en las convocatorias en LinkedIn. (2) Perfil a ciegas, talentos sin filtros, sin etiquetas, estamos probando la selección de personas valorando solo el talento, sin conocer al momento de seleccionar el género, edad, origen territorial, lugar de estudios. (3) valoración estructurada, le apostamos a una valoración de las personas con competencias claras, pero dinámicas a los diferentes roles, que nos permita una ponderación del talento más objetiva y atenué nuestros propios sesgos.

Continuación tabla →

Alianzas existentes en el marco de la experiencia	No se han realizado alianzas para la implementación de esta estrategia.
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	Pasamos en 2018 de 56.9% a 60.4% en 2019 de mujeres en las candidaturas, además se evidencia una mayor conversación en torno a las brechas de género y la importancia de contar con mayor equidad en todos los contextos. Sin embargo, esta estrategia aún es incipiente, por lo que no se ha hecho un ejercicio de medición de impacto. Ellos, sin duda, representa un reto para la evaluación y medición de indicadores al interior de la organización.
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Un punto importante es que esta acción permite focalizar los esfuerzos en una dimensión concreta de la equidad de género, por lo que se evita la dispersión en asuntos y problemas a tratar. Sin embargo, aún no se ha extendido la discusión sobre el género y la diversidad a los asuntos de interseccionalidad.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	Para la divulgación de esta y cada una de las iniciativas de Comfama se publican Boletines internos, se hace uso del espacio en la revista Comfama y se realiza seguimiento como Orgullo en los diálogos quincenales.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Uno de los criterios más importante es que haya un compromiso general de la empresa y la junta directiva, que haya un cuestionamiento interno que busque cambiar las realidades organizacionales y, así genere una reflexión interna.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Corporación Parque Explora
Sector	Servicios
Tamaño de la Empresa	Mediana
Localización	Medellín
Total de Empleados	328
Porcentaje de Mujeres	173
Porcentaje de Hombres	155

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2019
Nombre de la Buena Práctica	Proceso de “elección”
Problema o necesidad que se intervino	Mitigar la presencia de sesgos inconscientes para la toma de decisiones en un proceso de selección o “elección” (como lo nombramos en la Corporación).
Antecedentes: ¿Cómo inició?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizamos un proceso de investigación con el equipo sobre diversidad, procesos de selección, sesgos inconscientes, entrevistas, pruebas, entre otros. 2. Construimos un equipo de ideación sobre cambios, buenas prácticas y cambios que deberíamos implementar. 3. Construimos un documento base como línea de trabajo y procedimiento a implementar. 4. Socializamos la implementación del nuevo proceso con el equipo de trabajo y el resto de las áreas del Parque, muy dirigida a aquellas personas que se involucran en estos procesos.

Continuación tabla →

Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?

La práctica del proceso de “elección” surge, inicialmente, reformulando su nombre. Lo que consideramos es que las personas, además de ser contratadas en Explora, queríamos que ellas nos “eligieran”. Es decir, que tomaran la decisión de trabajar en Explora, de acuerdo con sus condiciones de trabajo, intereses y necesidades. Con la intención de encontrar no solo el mejor talento, sino a personas que quisieran profundamente trabajar con nosotros y nosotras, por ser un museo de ciencia, una organización con un objeto social en ciencia, tecnología e innovación.

Entendemos que esto puede tener muchas arandelas en el camino, porque a veces las personas aceptan un puesto de trabajo porque lo necesitan, sin embargo, esto implicaba que uno de nuestros objetivos era cumplir con condiciones de trabajo que fueran seguras y saludables para que la gente, de una u otra manera, se entusiasmara por lo que iba a encontrarse en este lugar para trabajar.

Posteriormente, construimos un formato de entrevista que solo el equipo encargado del proceso realiza a través de una llamada telefónica. Este es el paso más importante, porque no compartimos hojas de vida con nadie, solo la ven las personas del equipo de Mejor Talento. Así, llamamos a las personas y hacemos preguntas única y exclusivamente sobre sus conocimientos y capacidades, y de ser necesario, su experiencia. Esta información se pasa en el formato mencionado y se comparte con los jefes o jefas, líderes del cargo que se necesita contratar, para que, con base a la información de conocimientos, capacidades y la experiencia de las personas, se escojan las hojas de vida que participan del proceso de elección.

Esto, permite varias cosas, la primera de ellas es crear oportunidades en las personas para ser escuchadas, sin anticiparnos a cualquier tipo de sesgo cognitivo, porque hemos identificado que las personas quieren expresarse, mostrarse, visibilizarse, demostrar que son capaces y tienen el talento que se necesita para pertenecer a esta organización o cualquier otra. Lo segundo, es que en ese formato hacemos un filtro en el que no se incluye el nombre, el sexo, la universidad donde estudió, la edad, la fotografía, la ubicación o dirección, los lugares donde ha trabajado, redes sociales, entre otros elementos que puedan, de manera o indirecta, determinar en la invitación a participar de un proceso de elección para trabajar en la Corporación Parque Explora.

Nos hemos encontrado con comentarios, varios y diversos como el de “yo no me imaginé que esa persona viniera a un proceso de selección”. Esto es más que una prueba contundente de nuestro quehacer.

Ahora bien, queremos ser claro en algo. No queremos decir que no tenemos sesgos cognitivos conscientes o inconscientes, mucho menos que son malos o bueno, y de ninguna manera, queremos culpar a las personas por esto. Reconocemos que hace parte del comportamiento natural y la construcción social que como seres humanos tenemos desde tiempos históricos.

Nuestra misión, entonces, será la de apropiarse a la persona de conocimientos y capacidades que permitan construir y cambiar patrones, hábitos y creencias que para la generación de empleo no limiten las oportunidades que pueden llegar a tener las personas en ocasión de preferencias, gustos, actitudes, identidades, estereotipos, formas de hablar, expresarse o del además de elementos que acá podemos considerar.

Continuación tabla 

Alianzas existentes en el marco de la experiencia	Ninguna actualmente.
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de la cultura organizacional 2. Oportunidad de participación en procesos de contratación 3. Generación de buenas prácticas en equidad laboral 4. Consolidar equipos de trabajo diversos, inclusivos y divergentes 5. Propiciar sensibilidad y construir conocimiento alrededor de la importancia de la equidad laboral 6. Proponer escenarios de conversación para pensar los sesgos inconscientes y su influencia en los procesos de selección de una organización
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formar y sensibilizar mucho más a las personas sobre la importancia de implementar procesos que busquen crear conciencia sobre los sesgos inconscientes y su importancia para la generación de empleo y oportunidades de visibilizarían.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lo divulgamos con las personas involucradas en los procesos a través de reuniones. 2. Se socializa a través de comunicaciones internas y la Intranet del Parque. 3. Se comparte la experiencia, la intención y el objetivo de este proceso en la formación inicial a todas las personas que ingresan a trabajar al museo.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construir un manifiesto con los lineamientos que debe seguir el proceso de elección de manera rigurosa. 2. Promover la formación del equipo de elección en procesos de sesgos cognitivos. 3. Socializar a las personas involucradas en el proceso los lineamientos para que se guarde transparencia, se fomente la credibilidad y se promueva la construcción de una cultura del aprendizaje en temas en inclusión, accesibilidad, diversidad y equidad. 4. Encontrar en la diversidad la convergencia de lo que somos como personas, como especie, al de los otros y las otras, incluso de cualquier ser vivo.

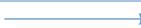
Buenas prácticas en profesiones tradicionalmente masculinizadas

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	ZIJIN CONTINENTAL GOLD
Sector	MINERO
Tamaño de la Empresa	GRANDE
Localización	BURITICA
Total de Empleados	1518
Porcentaje de Mujeres	80%
Porcentaje de Hombres	20%

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Octubre de 2016
Nombre de la Buena Práctica	Formación para el empleo
Problema o necesidad que se intervino	Falta de mano de obra calificada en oficios mineros en la zona de influencia y falta de oportunidad para las mujeres en el sector minero frente a posiciones socialmente masculinizadas.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	Se inició tomando como punto de referencia el decreto 1886 de 2015 (Reglamento de Seguridad en las Labores Mineras Subterráneas). Luego de ello se construyó una línea base a través de la intervención de gestión social, a través de la cual se logró la identificación de puestos de trabajo requeridos para la operación. Este proceso de acercamiento se realizó de la mano del SENA. La línea de base identificada señaló la poca participación de la mujer en la minería, sector que históricamente se ha considerado típicamente masculino.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Fomentar el desarrollo integral de mujeres y hombres, generando transferencia de conocimiento, empleabilidad, igualdad de oportunidades y cierre de brechas sociales aportando además al desarrollo económico del país
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	Convenio con el SENA
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	199 jóvenes de occidente Antioqueño graduados en técnicas mineras, técnica en minería subterránea, técnica instalaciones bajo tierra, técnica en beneficio de minerales, técnica en mecánica industrial, que ha permitido contar con mano de obra calificada para los cargos requeridos en oficios minero en la zona de influencia. Se certificaron bajo esta práctica en convenio o con el SENA a las primeras 48 mujeres en Colombia como técnicas en minería subterránea..

Continuación tabla 

Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	Lo anterior, deconstruye los estereotipos que se generan en torno a cargos que históricamente han sido ocupados por hombres en una industria masculinizada como la minería. Hoy en día las mujeres pueden aspirar a cargos y ascensos en igualdad de condiciones que los hombres en la compañía
Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso	Esta iniciativa ha permitido evidenciar que mujeres y hombres cuentan con las mismas capacidades para realizar profesiones que históricamente se encuentran masculinizadas.
¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?	La socialización se hace a través de los canales de comunicación autorizados por la compañía.
De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?	Sí es replicable. Lo pueden hacer todos los empresarios que tengan vocación social, recursos económicos, capacidad instalada, demanda de fuerza laboral (esto último muy importante, no crear falsas expectativas o sobre formar la población en oficios no requeridos), recurso humano para administrar el proceso que demanda alta atención.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Renault
Sector	Automotriz
Tamaño de la Empresa	Gran empresa
Localización	Envigado, Antioquia
Total de Empleados	1.246
Porcentaje de Mujeres	18%
Porcentaje de Hombres	82%
Datos de Contacto	Esteban Guzmán esteban.guzman@renault.com Catalina Lopera Eusse Celular: 3108239751

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2020
Nombre de la Buena Práctica	Renaultion: Women@renault
Problema o necesidad que se intervino	Un punto nodal en el diseño de estas estrategias tiene que ver con el sector económico al que pertenece la empresa, pues ha sido un sector tradicionalmente masculinizado, por lo que se pensó en diseñar una estrategia que cerrara estas brechas y pudiera emplear a muchas más mujeres. Además de esto, se realizó el diagnóstico en el ranking par de Aequales que arrojó una línea de base para empezar a implementar acciones. Este diagnóstico permitió identificar una desarticulación de las acciones implementadas por la empresa, por lo que fue necesario pensar en un mayor despliegue y consistencia de las iniciativas, que se articularan hacia el objetivo común de la diversidad, la inclusión y la equidad de género.

Continuación tabla →

<p>Problema o necesidad que se intervino</p>	<p>Otro punto importante evidenciado en este diagnóstico tuvo que ver con la importancia y de promover la participación de las mujeres dentro de diferentes posiciones clave de la compañía. Para fortalecer esto se planteó un indicador con unas metas claras y definidas que permitiera monitorear el avance en la solución de este problema.</p>
<p>Antecedentes: ¿Cómo inició?</p>	<p>La implementación de estas estrategias inicia con la llegada de un nuevo presidente a la compañía hace un poco más de un año, con su llegada se realiza una revisión de toda la empresa y con ellos se diseña un plan estratégico llamado “Renaulution”.</p> <p>Antes de esto, la empresa venía trabajando desde hace un tiempo en una iniciativa llamada “women@renault”, este es el gran antecedente que buscaba visibilizar el papel de la mujer dentro de la industria automotriz.</p> <p>Con esto se buscaba reivindicar el papel de la mujer dentro de este sector, así como eliminar algunos sesgos de género frecuentemente evocados. Además, se buscó fortalecer el componente educativo, dando incentivos y reconocimiento a las becarias mujeres en carreras predominantemente masculinas. Si bien se sigue implementando como estrategia empresarial, este antecedente inició siendo una estrategia de sensibilización interna, mientras que ahora cuenta con un plan y unos indicadores de impacto concretos.</p> <p>Todo esto hizo parte de la estrategia de responsabilidad social empresarial manejada hasta el 2020, con la cual se buscó promover la equidad de género desde la visibilización del liderazgo femenino y la promoción de espacios de participación para las mujeres.</p>
<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>“Renaulution” es un plan estratégico que contiene varios objetivos e indicadores en relación con la equidad de género, en esta medida, se entiende como la gran sombrilla estratégica que contiene todas las acciones en materia de equidad de género, entre ellas se pueden encontrar estrategias como las de “Women@Renault”.</p> <p>La fortaleza de este plan es que contiene toda una batería de indicadores que permiten hacer seguimiento y plantear metas a futuro, por ejemplo, en este plan se plantea que, para el 2050, el 50% de las personas empleadas en la empresa deben ser mujeres, una meta bastante ambiciosa considerando que es un sector altamente masculinizado.</p> <p>Esto, además, requiere el establecimiento de distintas metas y focos de atención, como es el caso de los procesos de reclutamiento, las brechas salariales, los planes de sucesión, etc. Así las cosas, con esta estrategia se busca que Renault sea un empleador referente para las mujeres, esto se piensa desde 4 dimensiones: Garantizar un trato justo, promover un ambiente amigable para el desarrollo de las mujeres, facilitar la integración y el desarrollo y tener un incremento en la representación de las mujeres.</p> <p>Cada uno de estos ejes tiene varias estrategias a corto plazo, por tanto, para promover el entorno de respeto y equidad se tienen acciones que incentivan la cero discriminación y la equidad en materia de remuneración, lo cual implica una serie de sistemas para generar alertas y procedimientos de disciplina.</p>

Continuación tabla 

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Para lograr mayor representatividad femenina se tienen varios indicadores y metas específicas en los procesos de reclutamiento, así como supervisar acciones en relación con las oportunidades equitativas y cumplir con las cuotas de género necesarias para los procesos de sucesión y ascenso.</p> <p>De igual forma, para incentivar la interacción se están implementado estrategias de mentoría y de redes para que las mujeres puedan crecer a posiciones de liderazgo y creen interacciones fuera y dentro de la compañía.</p> <p>Asimismo, se diseñan unos planes de sucesión que garanticen la eliminación de brechas de liderazgo al interior de la empresa. Para cada uno de estos planes de sucesión se debe presentar, al menos, una mujer.</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Una de las alianzas importantes de Renault es con la Universidad EAFIT, con la cual se une para ofrecer becas de estudio en la universidad, esta iniciativa hace parte de la estrategia de responsabilidad social empresarial, y con ella se ha buscado aumentar el porcentaje de mujeres becarias beneficiadas.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>El seguimiento de esta estrategia todavía no se ha culminado, pues apenas se ha implementado desde el año pasado, sin embargo, desde la estrategia de responsabilidad social empresarial y en conjunto con la fundación de Renault se ha venido desplegando estas conversaciones a todas las actividades internas, logrando tener un mayor alcance en las acciones empresariales.</p> <p>Asimismo, se ha evidenciado una mejora en los procesos de reclutamiento de la empresa, en la cual se estableció que la mitad o más de los candidatos deben ser mujeres, este indicador se mide mensualmente, así, con corte al mes de julio se registró un total de 65% de mujeres reclutadas para la empresa.</p> <p>También ha habido un aumento en el indicador de mujeres en puestos de liderazgo. Este indicador es promovido, principalmente, a través de los planes de sucesión. Así, el año pasado se tenía un total de 30,4% de mujeres en puestos de liderazgo, y para lo que va del 2021 hay un total de 36%.</p>
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>La principal acción de mejora es ser capaz de, a través de procesos de automatización y mejoras técnicas, incluir mujeres en las posiciones en planta. Este tema exige un desarrollo interno y unas inversiones concretas para poder disponer de un ambiente con las condiciones necesarias para que las mujeres puedan participar del proceso productivo en condiciones de equidad.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>Estos procesos de comunicación sobre las estrategias en materia de equidad de género se realizan desde las convocatorias de formación y sensibilización a las mujeres de la empresa. Además, se tienen todos estos procesos cargados en la página principal de la empresa.</p> <p>De igual forma se hacen charlas con invitados externos que son ofertadas a todas las personas de la organización.</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>Un punto clave es darles una dirección estratégica a estos asuntos. Es decir, los temas de diversidad de género deben tener una agenda clara y unas metas establecidas dentro del comité o junta directiva. Además, es fundamental que se incorporen a las decisiones estratégicas de los negocios.</p>

Continuación tabla →

De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?

También es fundamental tener un propósito que esté conectado con temas de marca empleadora. Es necesario empezar a trabajar activamente en comunicar e incrementar la reputación para ser una compañía atractiva, pues una cosa es la experiencia del empleado y otra cosa son los escenarios de comunicación externos, ambos deben fortalecerse al mismo tiempo.

También es importante tener claros los focos, pues siendo un tema tan amplio es fácil perder el norte. En esta medida, es necesario establecer prioridades para no pretender trabajar con todas las aristas implicadas en los temas de diversidad e inclusión.

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Construcciones El Cóndor
Sector	Infraestructura Vial
Tamaño de la Empresa	Grande
Localización	Medellín
Total de Empleados	2466
Porcentaje de Mujeres	9,4%
Porcentaje de Hombres	90,6%
Datos de Contacto	David.moreno@elcondor.com

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2021
Nombre de la Buena Práctica	Identificación de roles con posible potencial de participación femenina
Problema o necesidad que se intervino	El sector de construcción tiene una participación masculina predominante en la mayoría de roles de los proyectos, tanto de mano de obra calificada como no calificada, cerrando la oportunidad de participación de personal femenino por fijaciones sin fundamentos
Antecedentes: ¿Cómo inició?	La inclusión de las mujeres en cargos operativos ha sido una iniciativa constante en la empresa, que inició con una revisión preliminar de los roles operativos de acuerdo con sus cargas físicas
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Posterior al análisis de cargas, se determinó que en procesos de selección para cargos como el manejador de tráfico o roles de topografía tendrán prelación del género femenino al momento de la selección.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	N.A
Beneficios o resultados obtenidos en la empresa	El promedio de mujeres en los proyectos ha estado históricamente entre un 5% y 7%, con esta implementación hemos aumentado la participación a un 9 y 10% en los proyectos en donde se ha implementado este ajuste en el proceso de contratación

Continuación tabla →

<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Inicialmente hemos realizado esta iniciativa con mano de obra no calificada, el siguiente paso es iniciar procesos formativos para mano de obra calificada que históricamente ha sido desempeñada por hombres</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<p>No se divulga</p>
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>En general la industria constructiva puede replicar esta buena práctica, siempre y cuando exista un compromiso gremial de formación y contratación en estos cargos, así como el fomento en las zonas de operación de los proyectos</p>

Buenas prácticas en redes, asociaciones y gobernanza para la equidad de género en las empresas

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Aequales, ANDI Seccional Antioquia, Grupo Argos, Equilatera, Avon Colombia, Comfama, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Universidad EAFIT, Proantioquia, la gobernación de Antioquia y la Alcaldía de Medellín.
Sector	N/A
Tamaño de la Empresa	N/A
Localización	Antioquia
Total de Empleados	N/A
Porcentaje de Mujeres	N/A
Porcentaje de Hombres	N/A
Datos de Contacto	mgomez@proantioquia.org.co

CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	Creación y formulación: noviembre de 2019 Lanzamiento: 27 de noviembre de 2020
Nombre de la Buena Práctica	Alianza Empresarial por la Equidad de Género
Problema o necesidad que se intervino	Brechas salariales, Poca representatividad de las mujeres en cargos de presidencia y como miembro en juntas directivas, afectación en la tasa de empleo en las mujeres, poca iniciativa en políticas de equidad de género en las empresas.
Antecedentes: ¿Cómo inició?	La versión 2019 del Ranking Par Medellín realizado por la firma Aequales, en donde participaron 70 organizaciones, de las cuales 55 eran del sector privado, evidenció la pervivencia de brechas de género en varios ámbitos y aunque existen iniciativas para disminuirlas, aún hay un largo camino por recorrer para materializar la igualdad entre mujeres y hombres.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	Crear un escenario de colaboración y acción público privado para las empresas antioqueñas y desde las empresas antioqueñas en gestión del conocimiento, incidencia pública y acción, formación y transferencia del conocimiento y red de empresarios aliados para avanzar en la equidad de género.
Alianzas existentes en el marco de la experiencia	Alianzas con CIPE para el desarrollo del informe diagnóstico y de línea base. La participación de los aliados: ANDI, AVON, EAFIT, Comfama, CCM, Aequales, Grupo Argos, Equilatera, Secretaría de las Mujeres Gobernación y Alcaldía.

Continuación tabla →

<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<p>Creación y gestión de una red público privada que articule a las empresas de la región comprometidas con la equidad para la igualdad de género, las experiencias, buenas prácticas y herramientas.</p> <p>Productos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de la Red Empresarial por la Equidad de género que lidere la agenda pública, las acciones y estrategias orientadas a la mejora de condiciones de las mujeres desde el sector empresarial. • Línea base diagnóstica de las mujeres en el sector empresarial Antioqueño. • Mapeo y caracterización 30 buenas prácticas en la promoción de la equidad de género en el sector empresarial. • Informe Anual 2020 “Empresas que cierran brechas de género” en Antioquia – Cartilla.
<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<p>Modelo de Gobernanza de la alianza: cómo participan las empresas en dos modalidades: en especie qué pueden aportar y en recursos qué pueden aportar. Qué implica hacer parte de la red de empresas aliadas y cómo generar una comunidad de práctica.</p>
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de piezas audiovisuales (videos, columnas) e infográficos sobre experiencias, retos, y desafíos de la equidad para la igualdad de género en las empresas para la divulgación pública. • Ciclo de conversaciones realizadas en diferentes empresas de Medellín y el Área Metropolitana con participación de expertos locales y nacionales sobre equidad de género. • Seminario anual 2020 y 2021 sobre los desafíos y avances en la equidad para la igualdad de género.
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<p>La creación de una red de gobernanza para la equidad de género que lidere la agenda pública, las acciones y estrategias comunes orientadas en la mejora de las condiciones de las mujeres desde el sector empresarial.</p> <p>El modelo de gobernanza de la Alianza empresarial y la red de empresas convocadas para contribuir a la equidad genera sostenibilidad y replicabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secretaría técnica de la Alianza Empresarial por la Equidad de Género. • Gestión e incidencia de la red de Empresas comprometidas con la Equidad. • Articulación público- privada para la implementación de las políticas públicas de igualdad de género de las mujeres de Medellín y Antioquia. • Tipo de empresas aliadas: Empresas impulsoras y Empresas aprendices.

Buenas prácticas en el cierre de brechas salariales

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa	Corporación Parque Explora
Sector	Servicios
Tamaño de la Empresa	Mediana
Localización	Medellín
Total de Empleados	328
Porcentaje de Mujeres	173
Porcentaje de Hombres	155
Datos de Contacto	3197771679

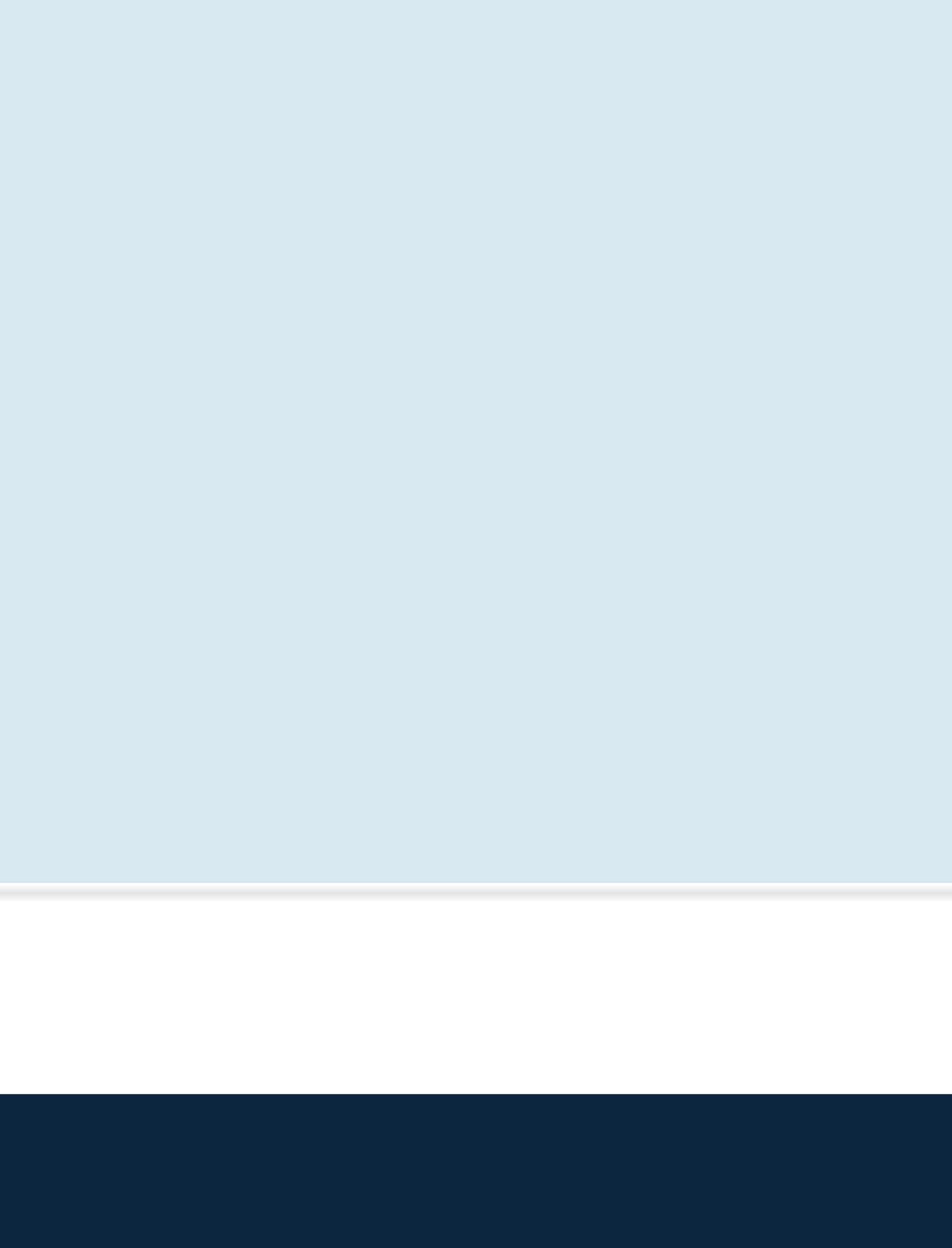
CARACTERIZACIÓN DE LA BUENA PRÁCTICA

Fecha de inicio de la implementación de la buena práctica	2019
Nombre de la Buena Práctica	Proceso de “elección”
Problema o necesidad que se intervino	Mitigar la presencia de sesgos inconscientes para la toma de decisiones en un proceso de selección o “elección” (como lo nombramos en la Corporación).
Antecedentes: ¿Cómo inició?	Realizamos un proceso de investigación con el equipo sobre diversidad, procesos de selección, sesgos inconscientes, entrevistas, pruebas, entre otros. Construimos un equipo de ideación sobre cambios, buenas prácticas y cambios que deberíamos implementar. Construimos un documento base como línea de trabajo y procedimiento a implementar. Socializamos la implementación del nuevo proceso con el equipo de trabajo y el resto de las áreas del Parque, muy dirigida a aquellas personas que se involucran en estos procesos.
Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?	La práctica del proceso de “elección” surge, inicialmente, reformulando su nombre. Lo que consideramos es que las personas, además de ser contratadas en Explora, queríamos que ellas nos “eligieran”. Es decir, que tomaran la decisión de trabajar en Explora, de acuerdo con sus condiciones de trabajo, intereses y necesidades. Con la intención de encontrar no solo el mejor talento, sino a personas que quisieran profundamente trabajar con nosotros y nosotras, por ser un museo de ciencia, una organización con un objeto social en ciencia, tecnología e innovación. Entendemos que esto puede tener muchas arandelas en el camino, porque a veces las personas aceptan un puesto de trabajo porque lo necesitan, sin embargo, esto implicaba que uno de nuestros objetivos era cumplir con condiciones de trabajo que fueran seguras y saludables para que la gente, de una u otra manera, se entusiasmara por lo que iba a encontrarse en este lugar para trabajar.

Continuación tabla →

<p>Descripción de la buena práctica ¿En qué consiste?</p>	<p>Posteriormente, construimos un formato de entrevista que solo el equipo encargado del proceso realiza a través de una llamada telefónica. Este es el paso más importante, porque no compartimos hojas de vida con nadie, solo la ven las personas del equipo de Mejor Talento. Así, llamamos a las personas y hacemos preguntas única y exclusivamente sobre sus conocimientos y capacidades, y de ser necesario, su experiencia. Esta información se pasa en el formato mencionado y se comparte con los jefes o jefas, líderes del cargo que se necesita contratar, para que, con base a la información de conocimientos, capacidades y la experiencia de las personas, se escojan las hojas de vida que participan del proceso de elección.</p> <p>Esto, permite varias cosas, la primera de ellas es crear oportunidades en las personas para ser escuchadas, sin anticiparnos a cualquier tipo de sesgo cognitivo, porque hemos identificado que las personas quieren expresarse, mostrarse, visibilizarse, demostrar que son capaces y tienen el talento que se necesita para pertenecer a esta organización o cualquier otra. Lo segundo, es que en ese formato hacemos un filtro en el que no se incluye el nombre, el sexo, la universidad donde estudió, la edad, la fotografía, la ubicación o dirección, los lugares donde ha trabajado, redes sociales, entre otros elementos que puedan, de manera o indirecta, determinar en la invitación a participar de un proceso de elección para trabajar en la Corporación Parque Explora.</p> <p>Nos hemos encontrado con comentarios, varios y diversos como el de “yo no me imaginé que esa persona viniera a un proceso de selección”. Esto es más que una prueba contundente de nuestro quehacer.</p> <p>Ahora bien, queremos ser claro en algo. No queremos decir que no tenemos sesgos cognitivos conscientes o inconscientes, mucho menos que son malos o bueno, y de ninguna manera, queremos culpar a las personas por esto. Reconocemos que hace parte del comportamiento natural y la construcción social que como seres humanos tenemos desde tiempos históricos.</p> <p>Nuestra misión, entonces, será la de apropiarse a la persona de conocimientos y capacidades que permitan construir y cambiar patrones, hábitos y creencias que para la generación de empleo no limiten las oportunidades que pueden llegar a tener las personas en ocasión de preferencias, gustos, actitudes, identidades, estereotipos, formas de hablar, expresarse o del ademán de elementos que acá podemos considerar.</p>
<p>Alianzas existentes en el marco de la experiencia</p>	<p>Ninguna actualmente.</p>
<p>Beneficios o resultados obtenidos en la empresa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de la cultura organizacional 2. Oportunidad de participación en procesos de contratación 3. Generación de buenas prácticas en equidad laboral 4. Consolidar equipos de trabajo diversos, inclusivos y divergentes 5. Propiciar sensibilidad y construir conocimiento alrededor de la importancia de la equidad laboral 6. Proponer escenarios de conversación para pensar los sesgos inconscientes y su influencia en los procesos de selección de una organización

<p>Acciones de mejora o lecciones aprendidas en el proceso</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formar y sensibilizar mucho más a las personas sobre la importancia de implementar procesos que busquen crear conciencia sobre los sesgos inconscientes y su importancia para la generación de empleo y oportunidades de visibilizarían.
<p>¿Existe un proceso de divulgación o socialización de la buena práctica? ¿Cómo se realiza?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lo divulgamos con las personas involucradas en los procesos a través de reuniones. 2. Se socializa a través de comunicaciones internas y la Intranet del Parque. 3. Se comparte la experiencia, la intención y el objetivo de este proceso en la formación inicial a todas las personas que ingresan a trabajar al museo.
<p>De ser replicable la experiencia ¿Cuáles son los criterios de replicabilidad? ¿Quiénes pueden hacerlo?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construir un manifiesto con los lineamientos que debe seguir el proceso de elección de manera rigurosa. 2. Promover la formación del equipo de elección en procesos de sesgos cognitivos. 3. Socializar a las personas involucradas en el proceso los lineamientos para que se guarde transparencia, se fomente la credibilidad y se promueva la construcción de una cultura del aprendizaje en temas en inclusión, accesibilidad, diversidad y equidad. 4. Encontrar en la diversidad la convergencia de lo que somos como personas, como especie, al de los otros y las otras, incluso de cualquier ser vivo.



Buenas prácticas
empresariales para la
equidad de género



