

Política de Igualdad y Equidad de Género Coomeva

Resultados Plan de acción 2015

En octubre de 2013 por recomendación de la Asamblea General de Delegados, el Consejo de Administración aprobó el Acuerdo N° 414 mediante el cual estableció la política de igualdad y equidad de género para personas asociadas y vinculadas laboralmente a Coomeva.

A continuación se destacan los avances en cada una de las dimensiones de la política, como resultado del plan de acción.

Dimensión Gestión y Participación: Se realizaron dos tipos de eventos en conmemoración del día internacional de la mujer, cinco eventos en sedes principales de Coomeva, denominados “Generando reflexión, camino a la equidad de género” y trece eventos con temáticas relacionadas con el crecimiento personal de las mujeres, mediante conferencias, café conciertos, obras de teatro, etc. Mediante estos eventos se logró visibilizar las iniciativas que en torno al tema adelanta Coomeva logrando la asistencia de 3227 personas.

El Comité de Género realizó el curso Virtual “Cooperativismo y Género” con una duración de 3 meses y medio en alianza con Cooperativas de las Américas y la Universidad Nacional 3 de Febrero de Argentina. Por considerarlo de alto nivel académico e importante para el proceso de conceptualización sobre la implementación de políticas con enfoque de género, el Comité de Género solicitó aprobar 12 cupos para la próxima promoción del curso que iniciará en 2016, lo cual fue aprobado por el Consejo de Administración.

En cuanto a la estrategia de comunicación con el segmento mujer se continúa fortaleciendo el sitio web “Mujer Coomeva” el cual mantiene una activa generación de contenidos, con 78 publicaciones en 2015, con las cuales se busca fortalecer el rol de la mujer en la sociedad, e informar sobre las actividades, eventos, y programas dirigidos a las asociadas mujeres. Se realizaron incentivos para promover las visitas de asociados y asociadas, colaboradores y colaboradoras, en los cuales se tuvo una participación importante de 6231 visitas. Así mismo se estableció enlace con los portales cooperativos de Confecoop, Ascoop y Cooperativas de las Américas, con el objetivo de difundir entre más personas el sitio web Mujer Coomeva. Desde las Redes Sociales del Grupo (Facebook, Twitter) se han compartido los contenidos del sitio web Mujer y demás campañas generadas. Se realizó campaña del día de la no violencia contra la mujer el 25 de noviembre entre los colaboradores del GECC de llevar ese día una prenda de vestir color naranja y tomarse una selfie, en apoyo a esta iniciativa, y compartiéndola en el portal Apasionados Coomeva.

En cuanto a los procesos democráticos en Coomeva las siguientes cifras ilustran el estado de la participación por género:

- El 67% de los dirigentes son hombres y el 33% mujeres, no obstante que el 56% de los asociados son mujeres.
- En los cargos de elección, la participación por género es del 34% mujeres, siendo el 29% en cargos principales y el 66% hombres. En los procesos electorales locales la participación de la mujer asociada es mayor, 39%, que en los procesos regionales y nacionales, que es de un 28%.
- En los estamentos nacionales cuya participación es por nombramiento, la participación de los dirigentes hombres es del 58% y la de las mujeres del 42% , encontrando Comités integrados por un solo género, como la Junta de Vigilancia y el Tribunal de Elecciones y Escrutinios constituidos por hombres y el Comité de Género integrado solo por mujeres. En los estamentos regionales y zonales la participación de las mujeres es del 33%.
- A nivel regional, el Eje Cafetero presenta la mayor participación de mujeres en sus estamentos, con un 43% y la más baja participación se encuentra en la Regional Bogotá con un 22%; así mismo se encuentran estamentos de carácter asesor, cuya composición mayoritaria es de mujeres como los Comités de Educación y de Recreación o de hombres como los Comités de Desarrollo Empresarial y Vivienda.

Dimensión Productos y Servicios: Se realizaron cuatro informes de Uso Dinámica y Tenencia de productos, un informe sobre Gustos y Preferencias de las Mujeres, el cual indica en términos de tendencias, cambios de hábitos, conductas y los puntos más importantes que se deben tener en cuenta para llegar a este segmento; dos Informes de evaluación de la Oferta donde se analizó la competencia en el sector Cooperativo, Financiero y Protección; y un informe de Caracterización del Asociado en Coomeva.

A continuación se resaltan los puntos más importantes de los informes anteriormente nombrados.

Coomeva finalizó el año con una población de 127.160 asociadas, equivalente al 56,6% del total de la población. El perfil de las asociadas de Coomeva muestra que la población de mujeres está concentrada en las regionales Cali, 32%, Bogotá 22% y Medellín 22%, donde el 65,6% del total residen en estratos 3 y 4, comportamiento similar a la población total de asociados. El 76.6% de las mujeres asociadas a la Cooperativa tienen una formación profesional, técnica o tecnológica. La edad promedio es de 45 años; el 43,7% son solteras y el 47,7% viven en pareja. La antigüedad promedio es de 9,2 años, el 54,9% de las asociadas ha permanecido en la Cooperativa 6 o más años y el 25,1% son recientes ya que han permanecido al menos 2 años en la Cooperativa. Respecto a la Dinámica de Asociados, durante el 2015 dejó un neto negativo de 16.047 asociadas, dado que se presentó un menor número de ingresos (16.844) que fueron superados por los retiros y las exclusiones (32.891). Cabe mencionar que este resultado se presentó por la exclusión masiva de junio y diciembre, donde las mujeres al ser el 56.6% de la población total, sufren un mayor impacto en el indicador. En cuanto al uso y tenencia de productos, a diciembre 2015 el producto

promedio se encuentra en 4,3, donde el 86% de las mujeres asociadas cuenta al menos con un producto del Grupo Coomeva, de los cuales los de mayor uso son los seguros (92,8%), financieros (69,5%) y salud (43%).

El informe de gustos y preferencias muestra que en Colombia la estructura de las familias se ha transformado. Hoy, hay más madres cabezas de familia, los hogares son más pequeños (pasaron de estar conformados por 4,6 personas en promedio a mediados de los 90, a tener 3,9 integrantes en 2005), mientras que la tasa de ocupación de las mujeres se ha venido incrementando hasta llegar al 48,7%, de acuerdo con cifras del Dane. Los roles entre hombres y mujeres están cada vez menos definidos, y se ha dado una feminización, tanto de los hombres como de la sociedad. No solo se trata de que su capacidad adquisitiva haya aumentado a medida que se han abierto espacios en la sociedad, ni que cada vez ocupen cargos más altos, sino que, además, cada vez su influencia en términos económicos es mucho mayor. Ellas no controlan solo su dinero, sino que sus percepciones también pesan a la hora en que los demás toman decisiones de compra; deciden cerca del 70% del gasto de los hogares.

En el informe de evaluación de la oferta, se resalta que Coomeva ha orientado 47 extensiones de productos para satisfacer las necesidades de las mujeres, que corresponden al 40% de su portafolio total. Actualmente se cuenta con servicios y productos que están dirigiendo su comunicación de una manera directa con el segmento tales como: Educación, Fomento Empresarial y Recreación y Turismo. Otros como Espacios Coomeva, SOAT, Oro Plus, Dental Élite, CEM, CDT, Tarjeta de Crédito, Crédito de Vivienda y Crédito de Vehículo, deben enfocar un poco más su comunicación al segmento mujer, ya que en este momento es utilizado de forma genérica.

Así mismo y con el panorama claro de cuáles son los productos que las mujeres pueden encontrar en Coomeva, se identificaron los productos y/o servicios que ofrece la competencia:

Para el sector Cooperativo, en Coamedas y Prómedico no se encontraron productos directamente diseñados para mujeres, pero si existen adaptaciones que son aplicadas para este nicho porque se ajusta a su perfil y estilo de vida, como por ejemplo: Cuenta de Ahorro, CDAT, PAP, créditos de libre inversión, créditos de vehículo, créditos para vivienda, seguros para vehículo, seguro de moto, seguro de hogar y SOAT.

En la categoría Financiación, encontramos como referente a Davivienda que ha creado una serie de productos especiales para solucionar las necesidades de las mujeres como son: Tarjeta de Crédito Mujer Clásica, Platinum Davivienda Master Card Mujer, Segura Tranquilidad Mujer y Asistencia Mujer. De igual forma, Banco de Bogotá creó el Seguro Cáncer Femenino y Banco de Occidente Seguro Mujer Tranquila. Bancolombia, Av Villas, Corpobanca y Citibank adaptaron su portafolio general a este segmento.

En el sector Protección, Seguros Bolívar ha creado tres productos (Viva La Vida/Mujer, Tranquilidad Mujer y Billetera) orientados a satisfacer las necesidades puntuales de las mujeres y complementa la experiencia con productos genéricos que pueden adaptarse a sus expectativas. Suramericana por el contrario no ha enfocado sus productos según el género sino según la situación de vida, cuentan con el Blog Mujeres y en su página Web publican testimoniales de sus clientas.

Los anteriores informes arrojaron recomendaciones para continuar diseñando y promoviendo productos enfocados en las mujeres que integren servicios de las diferentes empresas, como un elemento diferenciador respecto de las demás Cooperativas y empresas.

En la estrategia Coomeva Educa 18.834 asociadas correspondiente al 14% de la población de asociadas mujeres y del 63% respecto de la población participante en la estrategia Coomeva Educa, han participado de las soluciones de la estrategia, siendo las académicas las más representativas. **En cuanto a la promoción del emprendimiento en las asociadas,** 55 empresarias se inscribieron en el Galardón Coomeva, Categoría Mujer emprendedora, de las cuales 17 fueron postuladas y quedaron 9 finalistas. 4.900 mujeres participaron en diferentes conferencias de emprendimiento superando ampliamente la meta establecida.

En cuanto a las acciones de promoción de la salud y prevención de la enfermedad (Cáncer de mama, Cáncer de Cérvix y maternidad segura) se realizaron acciones en la prestación de los servicios para garantizar la detección temprana y las rutas de atención al tratamiento con oportunidad e integralidad, las cuales arrojaron un indicador de detección temprana de cáncer de cérvix a nivel del 90,0%, cumpliendo la meta esperada del 85%. En relación con la identificación de barreras que impiden acceder al control prenatal, a la atención del parto y posparto en los servicios de la EPS y de Medicina Prepagada, se hizo un análisis de la mortalidad materna en Coomeva EPS; se avanzó en el diseño de una propuesta pedagógica que incida en la disminución de retrasos tipo I y tipo II y se actualizó el protocolo de atención para Sífilis Congénita y VIH madre e hijo, logrando como resultado retrasos de los casos de mortalidad materna, con una razón de mortalidad materna de 32,4 * 100.000 nacidos vivos, indicador que es inferior a la tasa registrada en 2014 de 37,0 *100.000 nacidos Vivos.

Dimensión Laboral: Se dio continuidad al proyecto Sello Equipares que es un reconocimiento que se le otorga a las empresas por la implementación del Sistema de Gestión Igualdad de Género (SGIG), mediante un proceso de certificación que conlleva generar transformaciones culturales para el logro de la equidad de género en las empresas. En el Grupo Coomeva participan en el proceso de certificación 6 empresas: Coomeva, Coomeva EPS, Coomeva MP, CSA, Bancoomeva y el Corredor de Seguros, cuyo objetivo es contribuir al fomento de la igualdad y equidad de género como elemento estratégico para la competitividad y con el cual se busca propiciar igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en el acceso al empleo, condiciones de trabajo, desarrollo profesional, capacitación y participación en los procesos de toma de decisiones.

Con el apoyo del Ministerio de Trabajo y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) se realizaron las siguientes iniciativas y actividades:

- Diagnóstico Organizacional para la identificación de brechas de género.
- Aplicación del Test de Percepción dirigido a la Alta Gerencia para conocer su percepción frente a los temas de mercado laboral, sexualidad y roles de género.
- Realización de talleres sobre sensibilización en temas de Género en todas las regionales dirigido a líderes con personal a cargo y el taller de acoso sexual y laboral para los Comités de Convivencia y los Comités de Equidad de las seis empresas participantes en el Sello, con el apoyo de PNUD y Ministerio de Trabajo, logrando una participación promedio del 75% de colaboradores.
- Se generaron los Índices de Segregación Ocupacional y Salarial por cada una de las empresas, donde se encontraron oportunidades de mejora en niveles de cargos mayoritariamente masculinizados o feminizados.
- Se lanzó la campaña de sensibilización Equipares a través de la intranet para los colaboradores del Grupo Coomeva donde se explica el objetivo del proyecto, los beneficios, los niveles de implementación y las dimensiones objeto de estudio que serán evaluadas en las auditorías.
- Se realizaron virtualmente las encuestas de Equidad Organizacional y Acoso sexual y laboral para las 6 empresas del Grupo donde participaron colaboradores de todos los niveles de la organización a través de una muestra poblacional. En esta encuesta participaron alrededor de 1.800 colaboradores a nivel nacional.
- Se distribuyó el Folleto Equipares dirigido especialmente al personal que labora en cargos asistenciales, de atención al asociado y cargos en los que por sus funciones no tienen mayor acceso a medios de comunicación de forma virtual. En este folleto se divulgó el objetivo del proyecto, los beneficios, los niveles de implementación y las dimensiones objeto de estudio que serán evaluadas en las auditorías.
- Con el acompañamiento del PNUD y el Ministerio de Trabajo, se presentó a la Presidencia Ejecutiva y su Comité Primario los primeros resultados que arrojaron las herramientas aplicadas durante el año (Autodiagnóstico, Test de percepción e Índices de Segregación Ocupacional y Salarial) donde se divulgaron los hallazgos y las oportunidades de mejora en cada una de las dimensiones.
- Se realizaron en las 6 empresas grupos focales con colaboradores para conocer su percepción frente a algunos temas referentes a la conciliación de la vida familiar-laboral, selección, ambiente laboral, acoso sexual y laboral y techos de cristal. Adicionalmente se realizaron entrevistas a profundidad con los líderes encargados de cada una de las dimensiones con el fin de conocer su percepción y revisión de los procesos organizacionales y se realizó un ejercicio de lluvia de ideas con los equipos para plantear acciones de cierre de brechas de género con base en los resultados de las herramientas de diagnóstico aplicadas.
- Coomeva participó en el I Foro Colombiano de Empresas por la Igualdad de Género organizado por el Ministerio de Trabajo y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) donde se invitaron a las empresas colombianas del sector privado

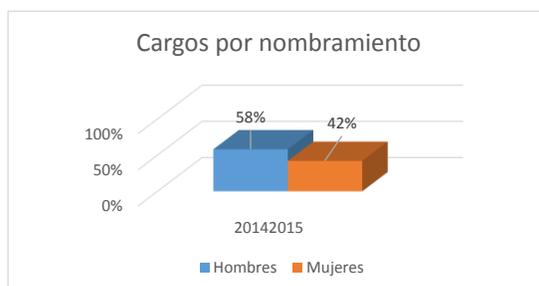
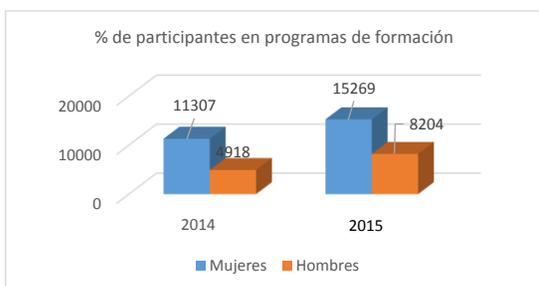
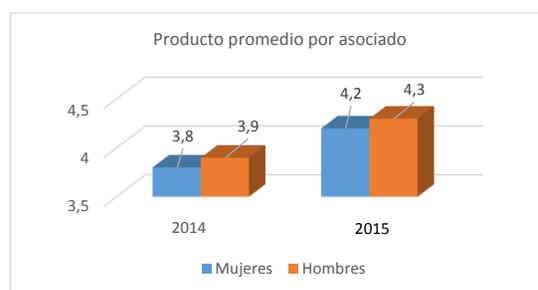
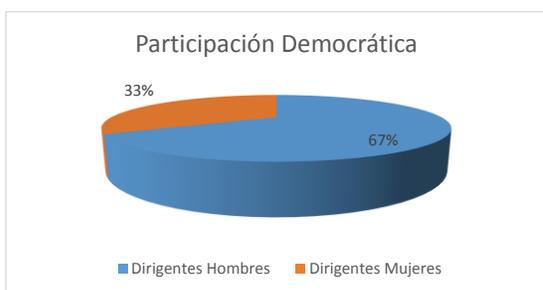
que están participando del proceso de certificación del Sello Equipares para conocer y compartir de primera mano sus experiencias, la forma como se han venido diseñando las buenas prácticas y las decisiones tomadas que favorecen las medidas de igualdad de género dentro de las ocho dimensiones.

- Se realizó por parte del PNUD el análisis de los resultados de las herramientas aplicadas para las 6 empresas sobre el Diagnóstico Organizacional con enfoque de género, las oportunidades de mejora y las acciones que la organización debe tomar para el cierre de brechas.
- A diciembre se logró un cumplimiento del 96% del plan de acción de esta Dimensión

Conclusiones:

A dos años de implementación de la política de Género en Coomeva se ha avanzado en puntos como los siguientes:

- Mayor claridad conceptual sobre el significado de implementar políticas con enfoque de género.
- Reconocimiento de la existencia de la Política de Género y ejecución de iniciativas y programas para evidenciarla y visibilizar las acciones que Coomeva implementa para lograr mayor equidad e igualdad de género: Proyecto Equipares, Campañas, actos de conmemoración, sitio web, etc.
- Evidencias cuantificables y perceptibles sobre las brechas de género en Coomeva, tales como:



- Definición de indicadores y herramientas de medición a través de tableros de desempeño e informes dinámicos.
- Implementación del Proyecto Sello Equipares en seis empresas del GECC, para propiciar igualdad de oportunidades para hombres y mujeres como elemento estratégico de competitividad.
- Mayor conciencia sobre la importancia de satisfacer las necesidades de los asociados mediante un mayor conocimiento de los intereses, gustos y preferencias de cada género.