

La presencia mayoritaria femenina en el sector TIC sigue siendo una asignatura pendiente

La igualdad de género, un objetivo todavía lejos de conseguir en el sector

El avance de la mujer en el sector tecnológico está siendo lento a pesar de las medidas que se han puesto en marcha en los últimos años. Todavía quedan muchos obstáculos que superar para alcanzar la igualdad dentro de las empresas. Las mujeres que desempeñan puestos de responsabilidad en las compañías tecnológicas siguen demandando un mayor compromiso tanto por parte de la Administración Pública como del tejido empresarial privado para fomentar los estudios STEM entre las niñas y jóvenes, articular medidas de conciliación y eliminar las brechas salariales.

Marilés de Pedro

Rosa Martín

Olga Romero



Inés Bermejo
directora general de **HP** en Iberia

La brecha de género persiste en el sector tecnológico a pesar de los esfuerzos realizados en los últimos años por las instituciones y las empresas. En la Unión Europea solo el 19 % de los especialistas TIC y un tercio de los licenciados en las disciplinas científicas y tecnológicas englobadas en el acrónimo inglés STEM son mujeres. Las razones para que las cifras sean todavía modestas son diversas, aunque las propias directivas del sector TIC coinciden en señalar que la falta de referen-

“La conciliación y la maternidad son territorios aún por conquistar”

tes femeninos que animen a las niñas a emprender estudios en este ámbito es una de las principales. Para Ana Carolina Cardoso, *global channel programs & animation director* de Schneider Electric, “los estereotipos de género y la percepción cultural de que las mujeres no son tan adecuadas como los hombres para las carreras en STEM y TIC siguen estando muy arraigados. Esto puede disuadir a las niñas y jóvenes de considerar estas áreas como opciones viables de carrera”. Inés Bermejo, directora general de HP en Iberia, comenta que la todavía escasa presencia de la mujer en el mundo STEM se debe en primer lugar a “la falta de referentes femeninos en este ámbito que puedan convertirse



Anna Coll
B2B channel sales manager de **Samsung**

“Tenemos un papel muy importante a la hora de fomentar el acceso de las niñas a las disciplinas tecnológicas”

en inspiración para las niñas y jóvenes”. Esta opinión también la comparte María José Ta-



Patricia Núñez
directora de producto y operaciones de **Lenovo** Iberia

“Es importante seguir
invirtiendo en iniciativas
y programas para promover
la igualdad”

lavera, directora general de VMware Iberia, quien señala que “el sector TIC está muy vinculado a estereotipos masculinos, lo que dificulta el desarrollo de vocaciones STEM entre

las niñas debido a que les cuesta identificarse con la profesión”.

“Dar visibilidad a las mujeres destacadas que han contribuido al progreso de tecnológico es clave para revertir esta situación”, añade Adela de Toledo, *country manager* de Pure Storage Iberia.

A juicio de Carmen Muñoz, directora general de Exclusive Networks Iberia, es llamativo que en un mundo cada vez más digital y con un grado de adopción de la tecnología elevado en niños y jóvenes, el porcentaje de chicas que se decanta por carreras STEM siga siendo tan bajo. “Despertar el interés y la motivación de nuestras niñas en las etapas de la infancia y adolescencia es crucial para la eliminación de estereotipos. Y también la identificación de referentes femeninos que fomenten el interés por las carreras STEM”.

Patricia Núñez, directora de producto y operaciones de Lenovo Iberia, cree como señala el informe “Closing de STEM Gap” que las



Ángeles Delgado
presidenta de **Fujitsu** en España

“Para cambiar la realidad
de la mujer hay que
aunar esfuerzos entre las
instituciones educativas,
administraciones y empresas”

niñas muestran interés en las edades tempranas, pero “lo acaban perdiendo a medida

Otras medidas

Las directivas por su propia experiencia conocen las medidas que mejor funcionan para favorecer la incorporación de la mujer al sector tecnológico, impulsar su desarrollo profesional y alcanzar la igualdad. Inés Bermejo cree que la conciliación es el punto clave para que las mujeres avancen. "Se trata de una responsabilidad que no puede recaer directamente en las mujeres, sino que se necesita del apoyo gubernamental para que se instauren leyes e iniciativas que hagan posible la conciliación real", argumenta. En su caso, HP, la compañía en la que trabaja desde hace 25 años, ha apoyado a las mujeres para que compatibilicen trabajo y maternidad. "El compromiso de HP con las mujeres es real. No nos vemos obligadas a renunciar a nuestra carrera profesional por el hecho de ser madres. Y no solo eso, sino que continuamos avanzando y adoptando nuevas posiciones dentro de la compañía con el objetivo de continuar

creciendo". Carolina Moreno cree que la creación de comisiones de igualdad dentro de las empresas que hagan un seguimiento cercano de las iniciativas planteadas "debe ser un elemento esencial".

Carmen Muñoz considera que "es crucial trabajar la cultura del esfuerzo y la motivación de las mujeres desde la infancia a fin de eliminar estereotipos y avanzar para que, una vez se incorporen al entorno laboral, la percepción de la desigualdad de condiciones desaparezca". Para Ana Carolina Cardoso las empresas tienen que proporcionar opciones de flexibilidad para que no sea siempre la mujer la que tenga que renunciar al despegue de su carrera por atender a la familia. Y la directora general de VMware señala que es necesario que las empresas hagan "un acercamiento activo a las instituciones educativas para fomentar el interés de las niñas por las carreras de ciencia y tecnología".

que pasa el tiempo debido a la falta de referentes femeninos".

Este problema de falta de referentes implica que las mujeres que trabajan en el sector tengan un papel relevante para dar a conocer

su actividad y fomentar las vocaciones en las materias STEM. "El peso y la relevancia de las mujeres en las TIC no crece de la misma forma que se incrementa la participación femenina en la sociedad. De ahí que tengamos un

papel muy importante a la hora de fomentar el acceso de las niñas a las disciplinas tecnológicas", subraya Anna Coll, *B2B channel sales manager* de Samsung.

Para Ángeles Delgado, presidenta de Fujitsu



Ana Carolina Cardoso
global channel programs & animation director de
Schneider Electric

en España, hay una combinación de motivos para la baja participación de las mujeres en el sector, lo que implica que se tenga que abordar desde diferentes puntos de vista su resolución. "Tenemos que actuar desde diferentes palancas. Una de ellas es fomentar las vocaciones tempranas en el mundo tecnológico. También necesitamos adecuar la oferta y la demanda y debemos trabajar en los referentes", señala la directiva.

Una posición similar mantiene Carolina Mo-

"Los estereotipos de género siguen estando muy arraigados"

reno, vicepresidenta de Ventas para EMEA y directora general para el sur de Europa de Liferay, quien destaca que "es necesario construir una educación igualitaria desde edades tempranas donde las disciplinas y nuevas tendencias tecnológicas tengan cabida y gocen del protagonismo que merecen". Al mismo tiempo, considera que "es importante que sigamos trabajando desde el ámbito empresarial en mejorar las medidas que faciliten la conciliación y flexibilidad. Y también en el ámbito social y mediático trasladando con mayor ahínco esos ejemplos femeninos inspiradores dentro de las TIC".

Obstáculos

El "Informe Global sobre la Brecha de Género



Carmen Muñoz
directora general de **Exclusive Networks Iberia**

"Despertar el interés y la motivación de nuestras niñas en las etapas de la infancia y adolescencia es crucial para la eliminación de estereotipos"



Carolina Moreno
vicepresidenta de Ventas para EMEA
y directora general para el sur de Europa de **Liferay**

“Es necesario construir una educación igualitaria desde edades tempranas donde las disciplinas y nuevas tendencias tecnológicas tengan cabida”



Adela de Toledo
country manager de **Pure Storage** Iberia

“Dar visibilidad a las mujeres que han contribuido al progreso tecnológico es clave”

en España, la cifra más alta de la serie histórica, lo que supone casi 400.000 más que en 2019. Estos números, aun siendo positivos, van unidos a otros factores como que las mujeres siguen llevando el peso de los cuidados

2022”, elaborado por el Foro Económico Mundial, indica que nuestro país ocupa el puesto 17 en igualdad, a pesar de que hay un Ministerio de Igualdad. Este dato revela que todavía hay obstáculos que superar para eliminar la brecha de género tanto a nivel general como en el sector TIC. Ana Carolina Cardoso señala que, aunque en los últimos años ha habido un incremento de la regulación en materia de diversidad e inclusión, estas iniciativas no han llegado al tejido empresarial mayoritario en España que son las pymes “que no disponen de la estructura, los recursos y el apoyo económico para poder trasladar estas iniciativas a la realidad”. A esto habría que añadir otros obstáculos como “la discriminación en el mercado laboral, la falta de compromiso político, la resistencia al cambio en sectores masculinizados, las dificultades para la conciliación laboral y en algunos casos una cultura patriarcal”, añade. A pesar de esto hay algunos datos alentadores. Hay 9,43 millones de mujeres con empleo

de la familia, un aspecto que se ha agravado durante la pandemia de la covid-19, lo que revela que la conciliación sigue siendo un aspecto en el que queda mucho que mejorar. "La conciliación y la maternidad son territorios aún por conquistar", recalca Bermejo. Otros obstáculos que impiden el desarrollo profesional de las mujeres es la peor calidad de sus puestos de trabajo con un mayor porcentaje de empleos a tiempo parcial o de contratación temporal y la brecha salarial.

Medidas públicas y privadas

La combinación de medidas del sector público con las del privado es la fórmula que las directivas consideran que impulsaría la igualdad de la mujer en el terreno TIC. Carmen Muñoz se muestra contundente al afirmar que "el papel de las instituciones públicas es clave" a la hora de difundir y concienciar, diseñando programas educativos y destinando partidas presupuestarias a estas iniciativas.



María José Talavera
directora general de **VMware** Iberia

"A las mujeres se les exige más sobre todo al principio"

"Se empiezan a dar pasos y ya hay iniciativas encaminadas a fomentar las vocaciones STEM en niñas y jóvenes como es el caso de la Alianza STEAM promovida por el Ministerio de Educación y Formación Profesional", comenta.

Talavera considera que en el sector privado las políticas públicas tienen menos peso en lo relativo a los puestos de liderazgo. "En el día a día que vivimos en las empresas parece más fácil reconocer la ambición en los hombres que en las mujeres, y se pone en duda la capacidad de compromiso de estas, por lo que se les exige más que a ellos sobre todo al principio", aunque matiza que "una vez alcanzamos cierto rango en la empresa, el nivel de exigencia es el mismo e imperan los resultados por encima de cualquier consideración subjetiva".

Carolina Moreno estima que vencer los obstáculos es una tarea de todos. "Por parte de las instituciones habrá que seguir trabajando e invirtiendo mayores recursos en planes que ayuden a mostrar un sector tecnológico dinámico e integrador. Desde las compañías tecnológicas debemos acompañar igualmente esta filosofía, partiendo de políticas y planes de igualdad más robustos. Considero,

por ejemplo, que será fundamental estar muy atentos a la paridad en cada uno de los niveles empresariales", explica.

Los incentivos públicos y privados que ayuden a fomentar la diversidad en las empresas "crearán una ruta de acceso para las mujeres más sencilla y apetecible", indica Núñez. Al mismo tiempo, esta directiva subraya que "es importante seguir concienciando sobre esta cuestión y seguir invirtiendo en iniciativas y programas para promover la igualdad".

El aumento de la autonomía económica de las mujeres mediante el fomento y la distribución de ayudas al emprendimiento, la eliminación de las diferencias salariales o el fomento de la inserción de cara a su incorporación a trabajos o puestos en los que están infrarrepresentadas son algunas de las medidas que cita Bermejo para favorecer la reducción de la brecha de género. Asimismo, apunta al teletrabajo como una fórmula que puede "fomentar el acceso de las mujeres al empleo".

Por su parte, Ángeles Delgado cree que para



cambiar la realidad de la mujer hay que aunar esfuerzos entre "las instituciones educativas, administraciones y empresas".

Programas en las empresas TIC

Las empresas tecnológicas son conscientes de su papel para eliminar estereotipos

y avanzar en la igualdad. Por eso la mayoría han puesto en marcha diferentes programas y medidas para fomentar la incorporación de las mujeres a sus plantillas. Pure Storage cuenta con el programa Women@Pure, un programa enfocado a reforzar y duplicar la presencia de mujeres en la empresa fomen-



tando el aumento de las tasas de contratación femenina y de retención de este talento. Adela de Toledo indica que este programa permite "incentivar la presencia de mujeres en puestos de dirección y liderazgo".

Schneider Electric ha invertido más de dos millones de euros para conseguir reducir la brecha salarial y cuenta con formaciones específicas para identificar sesgos y comportamientos que generen desigualdad. Además, cuenta con distintos programas

educativos como "We mean tech" para visibilizar a la comunidad de mujeres en el entorno STEM o "Let's go engineering" para despertar el interés por las carreras en el sector tecnológico.

Fujitsu es otra compañía comprometida con el desarrollo profesional de las mujeres. Está adherida al programa Empowering Woman's Talent y como resalta Delgado llevan "15 años desarrollando iniciativas destinadas a potenciar el papel de la mujer". En 2008

creó el proyecto "Fujitsu en femenino" para potenciar el liderazgo femenino. En 2021 renovó estas iniciativas dentro del proyecto "Empowering Women" y actualmente realiza diversas actividades como el programa de *e-mentoring* "Future me" para promocionar a las profesionales.

VMware trabaja para garantizar la inclusión lo que se refleja en la contratación. Las mujeres representan el 29,2 % de su plantilla y su intención es incrementar este porcentaje

anualmente. Al mismo tiempo, como señala M^a José Talavera, está constantemente evaluando la remuneración global para garantizar la igualdad salarial.

Lenovo fundó en 2007 "Mujeres en el liderazgo de Lenovo" (WILL) a través del que ofrece eventos, foros y talleres con asesoramiento profesional en más de 40 países. Además, cuenta con un programa de liderazgo para la mujer desde 2014. HP tiene un plan de igualdad y diversas políticas de conciliación para aplicar la flexibilidad y la gestión por objetivos. Tiene un programa de *mentoring* y *coaching* para mujeres, una actividad a nivel europeo que trata de potenciar el desarrollo de la mujer dentro de la empresa. Y dispone de la "Women's Impact Network cuyo objetivo es organizar numerosas actividades destinadas a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y a fomentar la carrera de las mujeres", destaca Bermejo.

Liferay tiene un plan de igualdad en España desde hace un año para reforzar su com-

España ocupa el puesto 17 en igualdad, según indica el "Informe Global sobre la Brecha de Género 2022" del Foro Económico Mundial

promiso con la diversidad, la igualdad y la inclusión. Un dato relevante para Carolina Moreno es que dentro de su plantilla el 24 % de las mujeres desempeña puestos de responsabilidad frente al 23 % en el caso de los hombres.

Samsung, dentro de la estrategia "Tecnología con Propósito", cuenta con el programa Samsung Innovation Campus para mejorar la empleabilidad de las mujeres y la iniciativa "DesArrolladoras" con el objetivo de motivar a niñas y adolescentes en vocaciones STEM. Este programa formativo y gra-

tuito ya ha formado a más de 4.100 mujeres desde su primera edición y está dirigido a mujeres entre 18 y 35 años interesadas en la tecnología y no exige conocimientos o formación previa. "Con este proyecto, Samsung quiere tender la mano a todas aquellas mujeres que quieran iniciar una etapa profesional en el mundo de la programación web o deseen reinventarse profesionalmente", indica Coll.

En el segmento de la distribución, que está liderado por hombres, Exclusive Networks ha cuidado su equipo humano para reconocer el talento. "La presencia de mujeres en puestos directivos y de responsabilidad dentro de la compañía se ha demostrado clave para animar e incentivar a las mujeres que componen nuestra organización a evolucionar y crecer profesionalmente", indica Muñoz. Sus políticas de formación, conciliación y promoción interna han permitido que las mujeres representen el 52 % de su plantilla.