

INFORMES CLOSING THE GAP



Fintech en femenino

La mujer en el sector, visiones desde diferentes perspectivas

Danae Vara Borell



Connect to the change



Danae Vara Borell

Tiene más de 15 años de experiencia en la definición, desarrollo y gestión de estrategias tecnológicas, productos digitales y soluciones de I+D+i con un punto de vista centrado en el usuario.

Ha trabajado en diversas industrias con enfoques B2C, B2B y B2BC, donde ha sido parte crucial en el proceso de escalar startups desde etapas semilla hasta *growth*.

En 2020 co-fundó la startup Gocleer una *insurtech* comprometida con la sociedad que apuesta por acercar los seguros a la sociedad y promover una movilidad más sostenible, justa y segura.

Es participante activa de varias organizaciones y grupos que promueven a las mujeres en la tecnología, el espíritu empresarial y miembro oficial del *Forbe's Tech Council*.

Danae fue una de las ganadoras de las [Becas Closing_the_Gap 2020](#) otorgada por Three Points con el objetivo de ayudar a reducir la brecha de género en posiciones gerenciales en el entorno digital y tecnológico.

Agradecimientos

La autora quiere agradecer principalmente al centro Three Points por la iniciativa de las becas "Closing the Gap" que busca reducir esta brecha de género e impulsar el liderazgo femenino en posiciones gerenciales en el ámbito digital al dotar a las mujeres de los estudios necesarios para desarrollar proyectos o aplicaciones empresariales en el ámbito digital.

A todas las personas que participaron de este estudio respondiendo encuestas, compartieron su conocimiento del tema y/o cediendo su tiempo para participar en las entrevistas, en especial a:

- > Victoria Blanco Alegria, CEO y cofundadora de Ábaco Latam¹
- > Natalia de Santiago, Ex-CEO y cofundadora de My Value Solutions (Finleap Connect)²
- > Gabriela Chang Valdovinos, CSO y cofundadora de EthicHub³
- > Sofia Iture, COO y cofundadora de Libeen⁴
- > Mireia Badia, CEO y cofundadora de Grow.ly⁵

Quienes muy amablemente accedieron a compartir sus perspectivas y experiencias para este estudio y el beneficio de todo aquel que lo lea.

Y especialmente a la tutora, Amaia Domínguez Gómez por su tiempo, acompañamiento y consejos en la metodología y organización de este estudio.

¹ Fuente: Abaco, n.d.

² Fuente: Finleap Connect, n.d.

³ Fuente: EthicHub, n.d.

⁴ Fuente: Libeen, n.d.

⁵ Fuente: Grow.ly, n.d.

Publicado en febrero de 2022.

Índice

1	Introducción	5
2	Metodología	7
3	Estado del arte: la mujer en las finanzas, la digitalización, el emprendimiento y el fintech	8
4	Análisis cuantitativo: encuestas sobre el crecimiento profesional de la mujer en el sector	36
5	Análisis cualitativo: entrevistas a mujeres referentes del sector fintech	53
6	Discusión y conclusiones	65
7	Bibliografía	67
8	Anexo	72



1

Cap. 1

Introducción

Según el último informe del World Economic Forum sobre la brecha de género: The Global Gender Gap Report 2020¹, aún nos quedan 99,5 años para alcanzar una paridad de género en la sociedad a nivel mundial.

Es bien sabido que la brecha que existe en los sectores TIC, donde el mismo informe sitúa **en España que solamente el 12% de los puestos de trabajo en cloud computing e ingenierías están ocupados por mujeres** pero esta diferencia está también presente en puestos directivos. **Ninguno de los 153 países estudiados por el informe llega a una paridad del 50%** entre géneros, siendo Francia el país con la nota más alta del 43,4% de mujeres, aunque la mayoría de los países de la larga lista no llega a tener ni un 30% de mujeres en puestos de dirección. España se sitúa con solamente un 32% de representación femenina en puestos de dirección (tanto en sectores público como privado) y un 22% de los puestos como miembros de consejo ocupados por mujeres.

Es evidente que se ha trabajado (y se sigue trabajando) mucho para que la brecha de género desaparezca tal como marca el quinto Objetivo de Desarrollo Sostenible ODS² sobre lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. Y parece que hay industrias donde se están notando estos avances.

Así pues aparecen sectores, como el fintech, donde pareciera que ayudan a decantar la balanza. Según el último estudio de la AEFI (Asociación Española de Fintech e Insurtechs) en su III Informe Fintech Women Network³ **dos tercios de los empleados que trabajan en fintech son mujeres**. Y esto siendo un sector que se encuentra en la intersección de dos sectores altamente masculinizados como son las finanzas y el desarrollo de tecnología.

¹ Fuente: World Economic Forum, 2019

² Fuente: Goal 5 | Department of Economic and Social Affairs

³ Fuente: AEFI, 2020

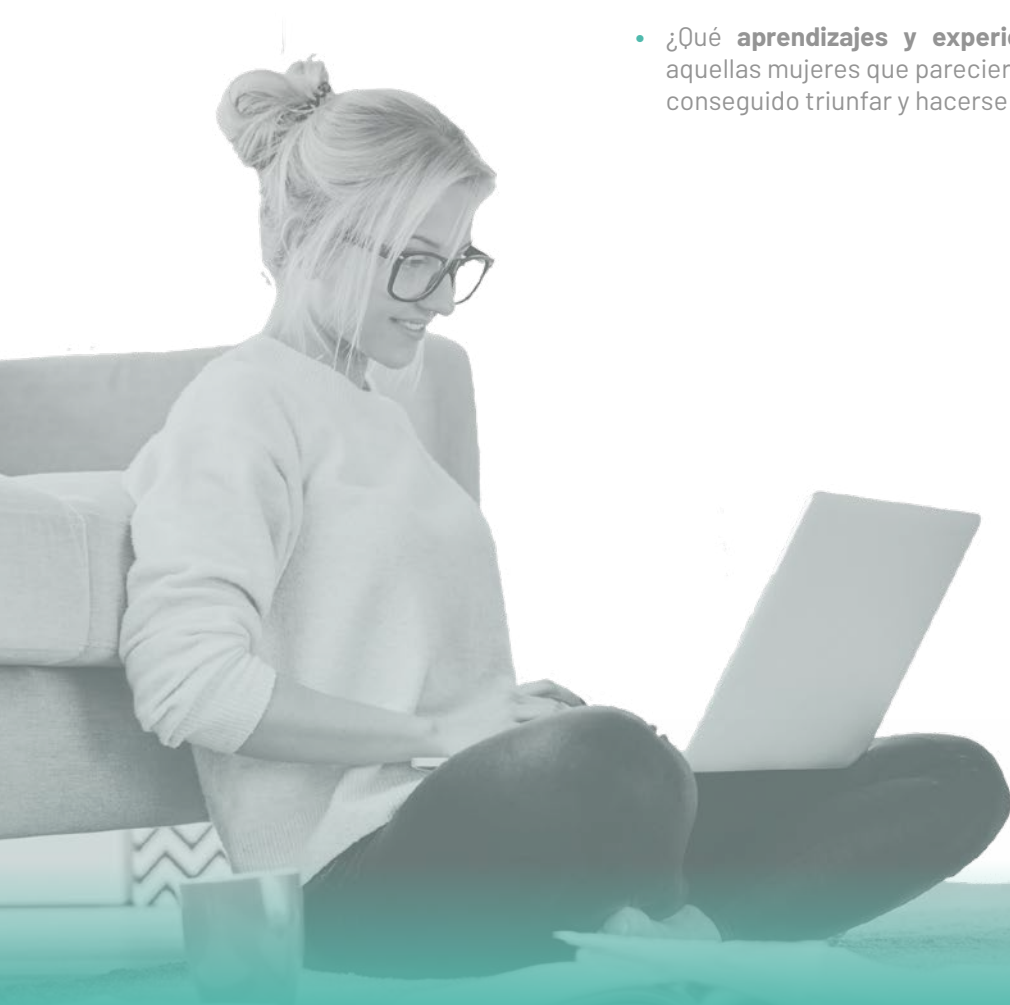
El objetivo de este trabajo es entender que ha hecho que el sector del fintech parezca ser una de las pocas excepciones en cuanto a la presencia femenina en el ecosistema.

La intención de este estudio es el de crear un diálogo a tres partes, dividiendo los puntos de vista en tres ejes:

- **Los datos** y la mirada que se aporta las estadísticas desde fuera del sector,
- **La mirada de las nuevas generaciones** de profesionales que buscan hacerse un hueco en el sector, y
- **La perspectiva** desde aquellas mujeres referentes que han conseguido ser directivas de fintechs en un entorno como el que vivimos ahora.

Para ello las preguntas claves que se proponen en este proyecto son:

- ¿Qué situaciones han llevado a que exista la **actual presencia de la mujer en la sociedad**, tanto en sectores de la tecnología, las finanzas, las startups y el fintech?
- ¿Cuál es la **percepción** de quienes están entrando o quieren entrar en el fintech, un sector nuevo que aún está estableciéndose en la sociedad?
- ¿Qué **aprendizajes y experiencias** se pueden visibilizar desde aquellas mujeres que pareciera que en contra de lo establecido han conseguido triunfar y hacerse de puestos de liderazgo en el sector?



2

Cap. 2

Metodología

El presente estudio se realizó en tres etapas:

1. Investigación documental

Recogida y análisis de información encontrada en publicaciones, *papers*, estadísticas y artículos, entre otros medios, para comprender el porqué de la realidad que vive la mujer en el sector fintech, principalmente en España.

La investigación se centró principalmente en identificar la representación de la mujer en los siguientes entornos:

- Las finanzas
- La digitalización
- Las startups
- El sector fintech

2. Análisis cuantitativo

Realización de una encuesta a profesionistas, tanto hombres como mujeres, que están interesados en entrar a formar parte del sector fintech o ya lo están dentro y desean hacer carrera profesional dentro del sector.

El objetivo es identificar y entender, desde la perspectiva de alguien que no ha vivido toda la experiencia de llegar a puestos de dirección en el sector fintech, cuáles son sus motivaciones y desánimos para entrar y crecer en él.

3. Análisis cualitativo

Entrevistas personales a mujeres líderes del sector fintech con cargos directivos en startups.

El objetivo de visibilizar y entender, desde su experiencia y habiendo llegado a los roles que tienen, su trayectoria para llegar a los puestos que sustentan, que consideran han sido las herramientas que les han ayudado a llegar ahí, su perspectiva del sector desde su posición y las recomendaciones que harían a las nuevas generaciones que se adentran en la industria.



3

Cap. 3

Estado del arte: La mujer en las finanzas, la digitalización, el emprendimiento y el fintech

Representación demográfica

En general, la población mundial se autogestiona manteniendo un porcentaje proporcionado entre hombres y mujeres en el planeta. Los datos indican que tenemos una proporción de hombres y mujeres bastante equilibrada, con un 49.6% de mujeres en el mundo al 2017.⁴

Pero esta proporción no es igual siempre, sino que más bien se modifica a lo largo del tiempo por cuestiones biológicas, sociales, culturales y económicas. De esa forma, el balance entre hombres y mujeres impacta en la demografía y por tanto en la sociedad y la economía.

Los datos del Banco Mundial⁵ indican que en el momento del nacimiento el porcentaje de los niños es mayor que de las niñas, tendiendo a decrecer a lo largo del curso de vida y llegando estas últimas a tener más esperanza de vida. De esa forma el equilibrio cambia de un mundo más masculino a más femenino a lo largo de la vida.

⁴ Fuente: Ritchie & Roser, 2019

⁵ Fuente: World Bank, 2017

En España la proporción es muy similar: es un poco más alta la proporción de hombres previo a la mayoría de edad, casi idéntica en la franja de edad donde la población está laboralmente activa y mucho más decantada a la mujer pasada la edad de la jubilación.⁶



Figura 1

Población española

Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística), 2020

1 de julio de 2020

Ambos sexos	
Total	47.351.567
Hombres	
Total	23.206.752
Mujeres	
Total	24.144.815

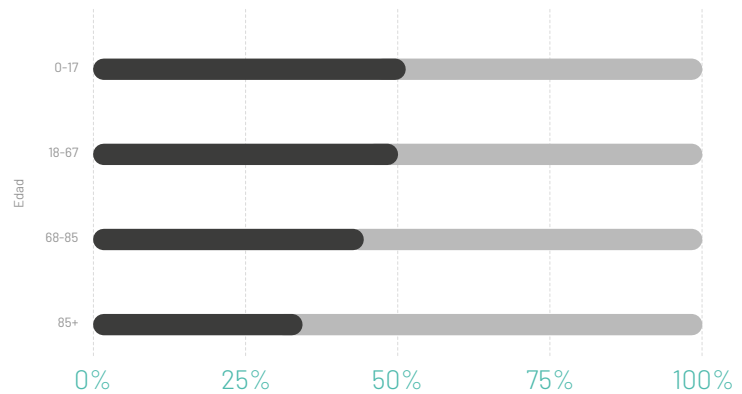


Figura 2

Proporción entre hombres y mujeres por rangos de edad en España (julio 2020)

■ Hombres
■ Mujeres

Fuente:
<https://ftpartners.docsend.com/view/qfp76zetqm9c9std>



⁶ Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística), 2020

Representación demográfica

Se ha demostrado que la inclusión financiera puede incrementar los beneficios a sus usuarios, especialmente a las mujeres. Por ejemplo: *“Un estudio en Kenia halló que el acceso a los servicios de dinero móvil aportó grandes beneficios, en particular para las mujeres. Permitted que las familias con mujeres cabeza de hogar aumentaron sus ahorros en más de un quinto; permitió que 185 000 mujeres abandonaran las tareas agrícolas y desarrollaran negocios o actividades minoristas; y contribuyó a reducir en un 22 % la extrema pobreza entre los hogares liderados por mujeres.”*⁷

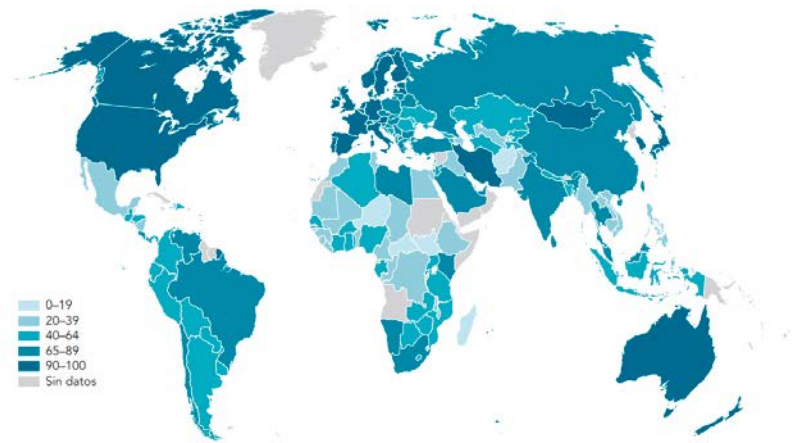
Como media global, el 69% de los adultos tienen una cuenta bancaria. Éste es uno de los productos financieros más básicos y que ayudan a la introducción de la bancarización en la población. Y como indica el Banco Mundial, disponer de este producto ofrece a su titular una importante herramienta financiera para mejorar su vida.⁸



Figura 3

Distribución de adultos con una cuenta bancaria a su nombre (2017)

Fuente:
Demirgüç-Kunt et al., 2018



Según el informe del Banco Mundial ‘2017 Global Findex’⁹ la distribución de la bancarización, en cuanto a cuentas bancarias no es igual en todo el mundo. En economías con ingresos altos, el 94% de los adultos ya tienen una cuenta, mientras que en economías que aún están en desarrollo, este porcentaje baja hasta el 63%.

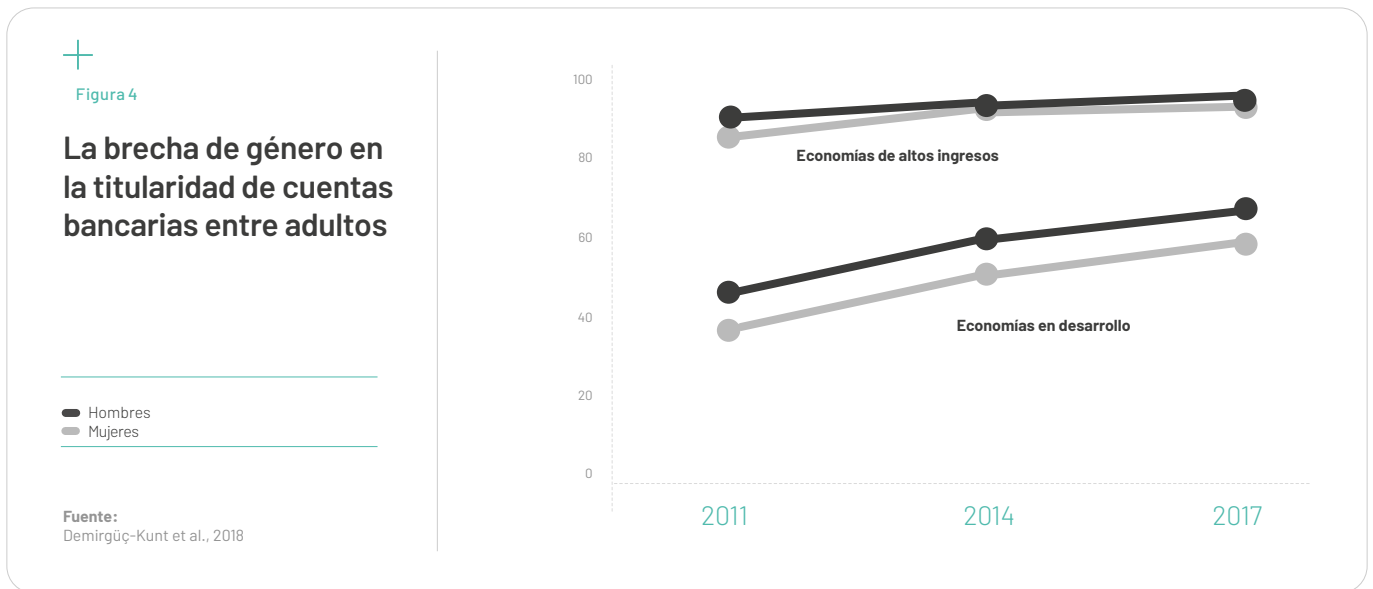
⁷ Fuente: Demirgüç-Kunt et al., 2018

⁸ Fuente: HELPMY CASH, 2018

⁹ Fuente: Demirgüç-Kunt et al., 2018

Los estudios indican que la bancarización de la población mundial sigue su avance, pero que las desigualdades entre género persisten. Mientras el 72% de los hombres tienen una cuenta bancaria, el indicador entre las mujeres baja al 65%.

Esa brecha se ha mantenido estable desde el 2011 y no parece cambiar, ni entre las economías de altos ingresos, ni en las que están en desarrollo.¹⁰



De hecho, según el Instituto Global McKinsey se estima que si se incorporasen todas las mujeres en la economía formal (bancarizando sus ingresos) el PIB mundial sumaría más de 12 billones de USD al 2025. Dejando en evidencia que eliminando la brecha de la inclusión financiera todas las economías mundiales ganarían.¹¹

En España estos números son muy diferentes. El 94% de los adultos españoles cuentan con una cuenta bancaria. Esto posiciona a España como uno de los países con mayor inclusión financiera del mundo, en el número 23 del ranking mundial.¹² Y con una inclusión financiera tan alta, no es de sorprenderse que la mujer española también sea muy activa en las finanzas.

En un estudio realizado por la escuela de negocios IESE llamado 'Observatorio del ahorro y la inversión en España', donde se analizó la participación de hombres y mujeres de entre 35 y 60 años que cuentan con ingresos personales anuales de más de 35.000€ y que al menos tienen un producto financiero contratado, la participación es muy igualada entre ambos géneros.¹³

¹⁰ Fuente: Demirgüç-Kunt et al., 2018

¹¹ Fuente: Hendriks, 2019

¹² Fuente: HELPMYCASH, 2018

¹³ Fuente: IESE, 2019



Figura 5

Tendencia de activos financieros de los inversores por sexo, edad e ingresos

Porcentaje de inversores y número de productos financieros

	Planes de Pensiones	Depósitos	Acciones	Fondos de Inversión	Seguros de ahorro	Bonos	Letras del tesoro / Deuda pública	Media productos por individuo
Total	72,9	54,8	49,9	48,0	29,0	11,8	9,4	2,8
Sexo								
Hombre	74,4	56,4	56,3	51,1	28,0	12,2	9,3	2,9
Mujer	71,1	52,8	41,9	44,1	30,2	11,3	9,5	2,6
Edad								
35 a 44 años	69,0	59,9	51,5	51,0	33,9	15,7	11,2	2,9
45 a 54 años	73,8	52,9	51,5	43,8	26,7	8,0	7,2	2,6
55 y + años	79,4	47,7	44,0	49,1	22,9	10,1	9,6	2,6
Índice socioeconómico								
A1	82,9	62,2	63,4	51,2	32,9	21,3	18,9	3,3
A2	63,3	54,2	55,4	50,2	30,5	12,0	9,6	2,8
B	77,0	52,7	36,5	44,6	27,5	6,8	2,7	2,5
C y +	64,6	51,0	35,4	43,8	17,7	5,2	7,3	2,3
Ingresos personales								
35 a 44,9 K €	65,4	50,9	38,2	34,6	26,6	5,3	3,8	2,2
45 a 69,9 K €	76,6	55,1	50,0	49,3	27,1	10,3	7,7	2,8
70K € +	76,8	59,4	65,4	63,8	35,4	22,8	19,7	3,4
Ingresos por hogar								
35 a 44,9 K €	64,5	47,6	36,1	26,5	30,7	6,6	5,4	2,2
45 a 54,9K €	69,4	57,9	37,3	44,0	24,9	7,2	7,2	2,5
55 a 64,9K €	73,9	53,3	44,7	47,2	23,6	8,0	4,5	2,6
65 a 74,9K €	79,5	51,9	59,6	60,3	32,7	12,2	10,9	3,1
75K € +	76,2	59,3	65,2	57,2	32,8	20,3	15,9	3,3

Fuente:
IESE, 2019

Y aunque la participación en inversiones es bastante similar, el estudio indica que el objetivo por el cual realizan estas inversiones es diferente. Para los hombres lo más prioritario es ayudar a sus hijos o a su educación mientras que ellas ponen como prioridad el tener dinero en caso de imprevistos y para no sacrificar su calidad de vida tras la jubilación.



Figura 6

Objetivos del ahorro

Porcentaje de inversores que consideran muy o bastante importantes los siguientes ítems

	Total	Sexo		Edad		
		Hombre	Mujer	35 a 44	45 a 54	55 y +
Contar con dinero para emergencias, imprevistos	82,5	80,6	84,8	79,5	84,6	84,9
Que no baje mi nivel de vida en el futuro o jubilación	82,5	80,8	84,8	78,4	84,0	88,5
Ayudar a los hijos / educación de los hijos	75,0	78,0	71,3	73,1	77,7	74,3
Disponer de dinero para ir de vacaciones	69,5	66,1	73,7	69,7	71,6	65,6
Minimizar los impuestos sobre mi capital	67,6	67,5	67,8	66,3	66,9	71,6
Reducir las deudas de mi hogar	66,6	54,4	68,0	69,2	65,8	62,4
Comprar una vivienda habitual	52,3	54,0	50,1	61,0	48,8	40,4
Comprar equipamiento doméstico	48,1	46,2	50,6	50,6	48,5	42,7
Comprar vehículos u otros medios de transporte	45,9	45,1	46,8	50,3	43,3	41,3
Realizar reformas del hogar	44,7	40,0	50,6	50,3	43,0	36,2
Dejar herencia	41,6	41,6	41,5	46,2	37,7	38,5
Comprar otras propiedades inmobiliarias	34,5	34,4	34,7	41,7	29,8	28,0
Comprar joyas, obras de arte, antigüedades,...	21,3	21,7	20,8	30,8	14,6	13,3

Fuente:
IESE, 2019

Donde sí se ha identificado una diferencia es en el **tipo de perfil de inversión entre géneros**. Los hombres tienden a invertir en **productos más asociados al riesgo y rentables** mientras que las mujeres se decantan más por **productos más estables y seguros**, aunque tengan menos rendimientos.¹⁴

A lo largo del tiempo se podría decir que han sido los hombres los que tradicionalmente han llevado la gestión del ahorro familiar en los hogares españoles pero esto está cambiando; cada vez más la mujer está tomando una actitud proactiva en cuanto al control de las finanzas de su hogar, especialmente las más jóvenes quienes quieren ocuparse personalmente de su dinero.¹⁵

Esta transformación se explica, en palabras de Úrsula Heimann, socia directora de SOLLIV – Constructing Opportunities for Solid Livelihoods, porque “el género femenino suele administrar su dinero a corto plazo mejor que los hombres, pero tiene menos conocimientos financieros y confianza en sus capacidades; lo que se traduce en menos acceso a productos financieros formales”.¹⁶ De hecho, en un estudio presentado en 2018 por la Comisión Nacional de Mercado de Valores del Banco de España, se identificó tras el análisis de competencias financiera realizada a españoles de entre 18 y 79 años, que **la brecha de los conocimientos financieros entre hombres y mujeres es de 11 puntos porcentuales**, con los hombres en la delantera.¹⁷

En cuanto a la participación de la mujer en puestos de inversión, un informe ‘Alpha Female 2017’ de Citywire, deja en evidencia que la mujer en Europa no participa mucho gestionando fondos de inversión y lo que es peor, que a aquellas que sí lo hacen no se les confía mucho en cuanto a sus inversiones.¹⁸

Pero el panorama es algo diferente y mucho más esperanzador en España, donde **el 22% de los fondos de inversión son gestionados con una mujer al frente**. Esto sitúa a España como el país con mayor participación de dirigentes mujeres en estos fondos, doblando el porcentaje de Reino Unido (10%) y el de Estados Unidos (9%).¹⁹

¹⁴ Fuente: EC Brands, 2021

¹⁵ Fuente: Esperanza, 2018

¹⁶ Fuente: BBVA Comunicaciones, 2017

¹⁷ Fuente: Bover et al., 2018

¹⁸ Fuente: Citywire, 2017

¹⁹ Fuente: Aram-Dixon, 2017





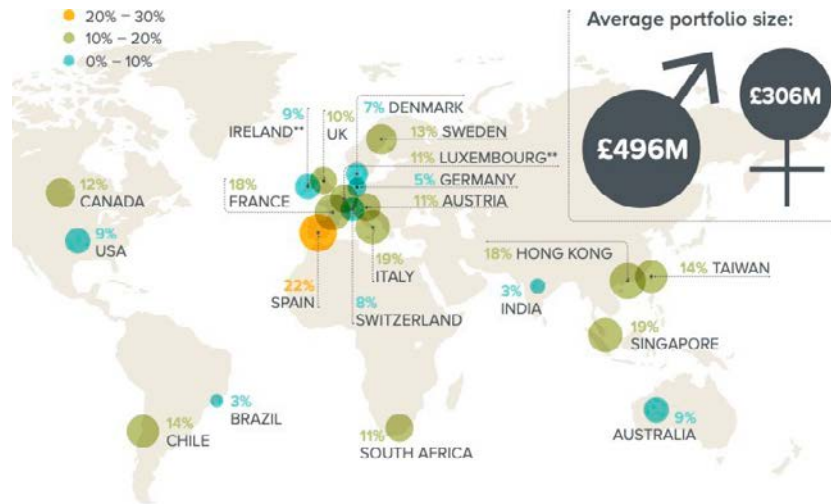
Figura 7

Las mujeres en fondos de inversión

El mapa muestra el porcentaje de mujeres gestoras de fondos que administran fondos domiciliados en cada país.

**Luxemburgo e Irlanda son centros de fondos vendidos internacionalmente.

Fuente: Citywire, 2017

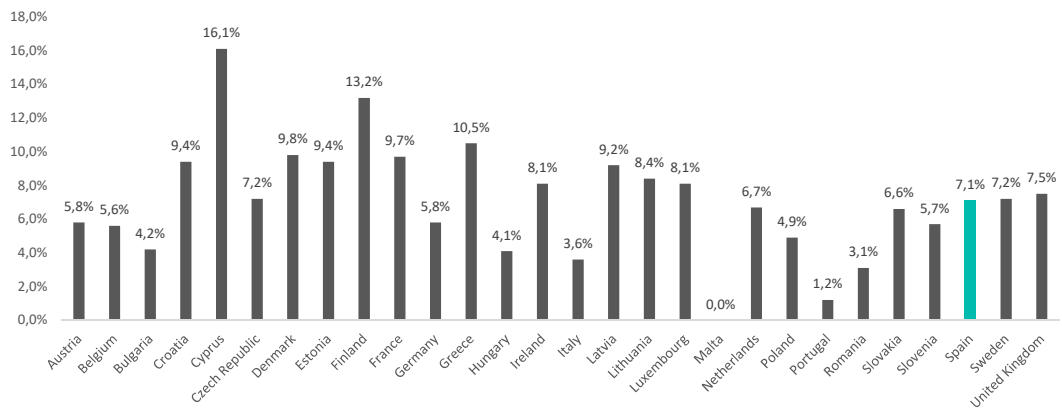


Aún así, la mujer en individual participa poco como inversora en empresas en España: solamente un 7,1% de las mujeres en España invierte en startups.²⁰



Figura 8

Porcentaje de mujeres inversoras en EU-28



Fuente: Tarín et al., 2018

²⁰ Fuente: Tarín et al., 2018

Habilidades digitales

A nivel mundial existe una gran desigualdad entre países por la digitalización de su población, pero además hay una brecha que afecta a todos los países por igual: **la brecha de género**. Las mujeres tienen un 25% menos probabilidades que los hombres de saber utilizar la tecnología para fines básicos, 4 veces menos probable que sepan programar y son 13 veces menos probable que soliciten una patente de tecnología.²¹

Y aunque los números son realmente alarmantes a nivel mundial, las desigualdades igualmente se encuentran en Europa y en España. De hecho, en todos los parámetros analizados a nivel europeo, las mujeres presentan un menor aprovechamiento y uso de las herramientas de tecnología digital, especialmente en las tareas más complejas como por ejemplo la configuración de aplicaciones, la programación o la instalación de periféricos.²²

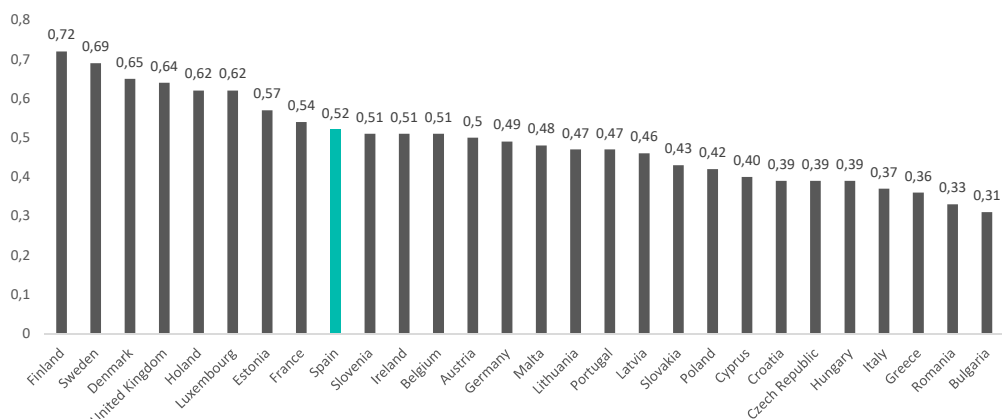
La Comisión Europea en su más reciente publicación del 'Women in Digital Scoreboard'²³ correspondiente al año 2019, analiza el grado de desarrollo digital de la mujer en cada uno de los estados miembros en tres principales dimensiones:

- El uso de Internet.
- Las habilidades en el uso de Internet
- Especialistas y empleo TIC.

A modo general el estudio sitúa a España en el noveno puesto del ranking del 'Índice de desarrollo digital de las mujeres 2019' con una puntuación del 52,7, superando la media de la UE-28 del 50,0.²⁴

Figura 9

Ranking de países de la UE según el desarrollo digital de las mujeres



Fuente: ONTSI, 2019

²¹ Fuente: West et al., 2019

²² Fuente: Romero & Valera, 2020

²³ Fuente: European Commission, 2020

²⁴ Fuente: ONTSI, 2019



En cuanto a las tres dimensiones, los últimos resultados del Índice del desarrollo digital de las mujeres, sitúan a España en:

- > En el **puesto 8 referente al uso de internet**, superando la media de la Unión Europea con una nota del 59,1 frente al 53,1 de la media, principalmente por el uso de internet en formación (cursos online) y la participación política y social.
- > En el **puesto 16 en lo que a la dimensión de habilidades de Internet** concierne, con una puntuación de 52,5 por debajo de la media de la Unión Europea que es 53,1. Consecuencia de tener bajas puntuaciones en la proporción de mujeres con habilidades TIC por encima de las básicas y relacionadas con el uso de software.
- > En el **puesto 10 en cuanto a especialistas y empleo TIC** con una puntuación de 46,4, superando la media de la Unión Europea de 43,9. Esta buena posición puede llevar a pensar que todo está bien pero no es así. Aunque España está mejor que la media en cuanto a la brecha salarial en especialistas TIC, la proporción de graduadas en STEM se encuentra justo en la media europea y la cantidad de especialistas TIC está muy por debajo de la media (situando a España en el puesto 18).

Aunque estos son los tres indicadores de la UE, otro estudio más reciente ha encontrado otro tipo de brecha en cuanto al desarrollo de habilidades TIC en las mujeres: **la confianza**. Los resultados del estudio demuestran que no hay diferencia en el desempeño entre hombres y mujeres en cuanto a la ejecución de las pruebas técnicas, sin embargo sí que hubo una diferencia estadísticamente significativa en la forma en que los participantes calificaron su propio desempeño. En todos los escenarios, las mujeres tenían menos confianza en haber hecho un buen trabajo en sus pruebas.²⁵

²⁵ Fuente: Liberatore et al., 2021

Estos datos refuerzan los resultados reflejados en el estudio llamado 'Mujeres y digitalización: De las brechas a los algoritmos'²⁶, donde las autoras identifican que aunque el género no es la única variable que influye en las oportunidades que ofrecen las TIC a la población, ésta junto a otras variables como edad, nivel educativo y estatus socioeconómico, influyen en la mayor o menor apropiación de las tecnologías digitales por parte de las personas.

Esta información es relevante puesto que hay que entender las razones por las que es importante acabar con esta brecha digital para conseguir una mejora como sociedad.

La UNESCO en colaboración con EQUALS, una asociación global de gobiernos y organizaciones que se dedican a promover la igualdad de género en el sector de la tecnología defendiendo la igualdad de acceso, habilidades y liderazgo para mujeres y hombres por igual, en un reciente informe llamado '*I'd flush if I could: Closing the gender divide in digital skills through education*'²⁷ ha identificado las siguientes razones del porqué es importante reducir las brechas digitales de género:

- > Las competencias digitales **favorecen la incorporación de las mujeres a la actividad económica**. El acceso a la información online se vuelve una necesidad primordial a la hora de hacer actividades cotidianas como alquilar una vivienda, informarse y acceder a un crédito o aplicar a una oferta de trabajo.
- > Las competencias digitales **favorecen la incorporación de las mujeres al mercado laboral**. Según el estudio antes nombrado "las mujeres son 1,6 veces más propensas que los hombres a reportar la falta de habilidades como una barrera para el uso de internet".²⁸

²⁶ Fuente: Sáinz et al., 2020

²⁷ Fuente: West et al., 2019

²⁸ Fuente: West et al., 2019



- > Las competencias digitales **son esenciales para la seguridad de las mujeres** tanto online como offline. 73% de las mujeres han experimentado o estado expuestas a algún tipo de violencia online, y bajo esta amenaza las mujeres con menos conocimientos digitales están menos preparadas para afrontar comportamientos abusivos como estos.²⁹
- > Las competencias digitales **mejoran la participación en la comunidad y la vida política** por parte de la mujer. Algunos estudios muestran que el desarrollo de habilidades digitales ayudan a mejorar la autoconfianza de las mujeres, su independencia, prestigio social y poder, dándoles herramientas para expresarse y tomar parte activa en la esfera pública a nivel local o global.³⁰ Un ejemplo de ello fue el movimiento MeToo a nivel mundial.
- > Las competencias digitales **brindan beneficios económicos a las mujeres y a la sociedad en general**. Según el estudio 'The changing nature of work and skills in the digital age' para 2030, la mayoría de los empleos en cualquiera de los países de la Unión Europea requerirán una educación de nivel superior, un uso intensivo de habilidades sociales e interpretativas, y al menos un conocimiento básico de las TIC.³¹
- > Las competencias digitales **empoderan a las mujeres para mejorar el rumbo del futuro de la tecnología y la igualdad de género**. La constitución de equipos con diversidad de género ayudan a prevenir sesgos en el diseño y producción de tecnologías como por ejemplo la inteligencia artificial.³²
- > Las competencias digitales para las mujeres **hacen que se acelere el progreso hacia los objetivos internacionales** de desarrollo sostenible de la ONU. Especialmente los relativos a la igualdad de género (SDG 4) y la educación (SDG 5) de la ONU.³³

Educación superior

Aunque los estudios indican que las mujeres en general tienen menos habilidades digitales que los hombres, esto no significa que se eduquen menos ellas que ellos. De hecho, desde la perspectiva de género, las jóvenes tienen más probabilidades que los jóvenes de estudiar y terminar su educación superior (terciaria) en todos los países de la OCDE.

En España más mujeres que hombres ostentan un título de educación terciaria: el 52% de las mujeres de 25 a 34 años tienen un título de nivel superior comparado con un 41% de los hombres. Estos números son mejores en el territorio español pues superan la media europea donde en promedio las proporciones son del 51% de mujeres y del 39% de hombres.³⁴

En cuanto a la población estudiantil de nivel avanzado en España, de los alumnos matriculados en el curso 2019-2020 un 55,3% del total fueron mujeres. Según el nivel académico, las mujeres ocupan las plazas de un 55,6% en Grado, un 55,6% en Máster y un 50,1% en Doctorado.³⁵

²⁹ Nota: Sáinz et al., 2020

³⁰ Nota: Sáinz & Eccles, 2012

³¹ Nota: Gonzalez Vazquez et al., 2019

³² Nota: Sáinz et al., 2020

³³ Nota: United Nations, n.d.

³⁴ Nota: OECD, 2020

³⁵ Nota: OECD, 2020

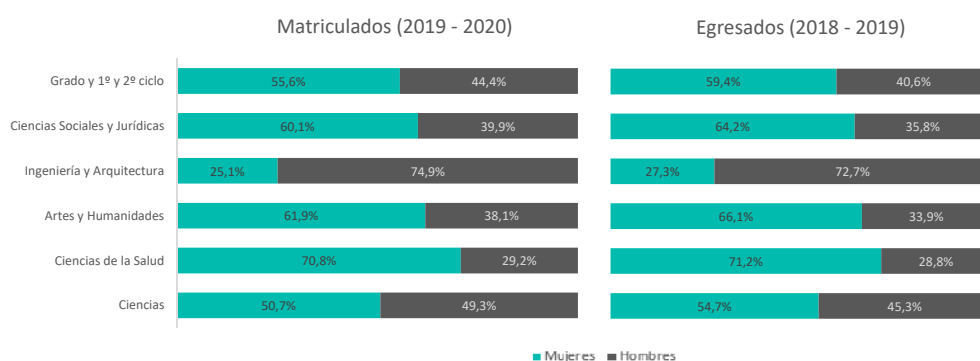
Y aunque las mujeres son mayoría en las aulas, la distribución por sexo en las distintas ramas de la educación superior sigue siendo poco homogénea. A pesar de que el porcentaje de mujeres matriculadas y graduadas en universidades españolas continúa siendo superior al de los hombres, la presencia de mujeres en los estudios de Grado en STEM sigue siendo minoritaria.

La mayor diferencias, tanto en matriculaciones del curso 2019-2020 como en graduaciones del curso 2018-2019 en estudios de Grado, se dieron en la rama de Ingeniería y Arquitectura donde hay una gran mayoría de hombres tanto matriculados (74,9%) como graduados (72,7%) y por otro lado en la rama de las Ciencias de la Salud, donde la mayoría de estudiantes son mujeres (70,8%) al igual que en el caso de egresadas (71,2%).³⁶



Figura 10

Distribución del número de estudiantes de Grado y 1º y 2º ciclo por rama de enseñanza y sexo



Fuente:

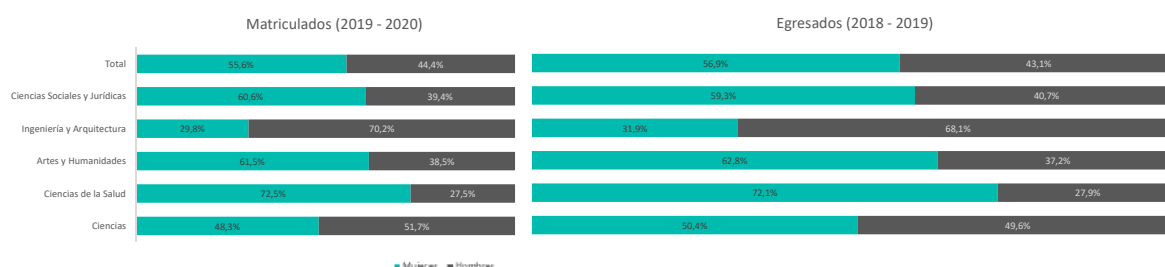
Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021

Los números siguen más o menos las mismas proporciones a lo largo de los niveles de Máster, aunque se puede observar un pequeño repunte en el interés de las mujeres en estudiar temas de Ingeniería y Arquitectura superiores.



Figura 11

Distribución del número de estudiantes de Máster por rama de enseñanza y sexo



Fuente:

Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021

³⁶ Fuente: Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021

En el caso de los estudios de ingenierías relacionadas con las Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), los números de matriculaciones muestran que hay menos del 20% de presencia femenina, y un ínfimo 0,6% de mujeres graduadas en los campos de estudios relacionados con las TIC en el 2018.³⁷ **No se puede negar que la mujer está infrarrepresentada en los estudios relacionados con las nuevas tecnologías digitales.**



Figura 12

Porcentaje de mujeres graduadas en educación superior por campo de estudio

España y UE-28

Fuente:
INE, 2018

Campo de Estudio	Países	Periodo	Total
01 Educación	España	2018	9,0
01 Educación	UE27_2020	2018	5,9
02 Artes, humanidades y lenguas	España	2018	6,4
02 Artes, humanidades y lenguas	UE27_2020	2018	7,6
03 Ciencias sociales, periodismo y documentación	España	2018	5,9
03 Ciencias sociales, periodismo y documentación	UE27_2020	2018	6,2
04 Negocios, administración y derecho	España	2018	11,1
04 Negocios, administración y derecho	UE27_2020	2018	12,1
05 Ciencias naturales, matemáticas y estadística	España	2018	2,6
05 Ciencias naturales, matemáticas y estadística	UE27_2020	2018	3,5
06 Tecnologías de la información y las comunicaciones	España	2018	0,6
06 Tecnologías de la información y las comunicaciones	UE27_2020	2018	0,9
0732 Construcción e ingeniería civil	España	2018	3,5
0732 Construcción e ingeniería civil	UE27_2020	2018	4,2
08 Agricultura, ganadería, pesca, silvicultura y veterinaria	España	2018	0,6
08 Agricultura, ganadería, pesca, silvicultura y veterinaria	UE27_2020	2018	1,0
09 Salud y servicios sociales	España	2018	11,0
09 Salud y servicios sociales	UE27_2020	2018	9,6
10 Servicios	España	2018	2,7
10 Servicios	UE27_2020	2018	1,9

Aunque los números de mujeres estudiantes y graduadas de Grado en ingenierías es bajo, este número contrasta con el que arroja el OECD con respecto a la cantidad de mujeres que están estudiando algún ciclo corto de estudios terciarios (Formación Profesional) en España. En este caso se puede observar que **el 29% de los nuevos alumnos en cursos FP de la rama STEM son mujeres, eso supera la media de la OECD que figura en un 27%.**³⁸

³⁷ Fuente: Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021



Figura 13

Porcentaje de mujeres y distribución de las entrantes en ciclos cortos de educación terciaria según el área de estudios (2018)

	Education	Health and Welfare	Social sciences, journalism and information	Business administration and law	Arts and humanities	Services	Agriculture, forestry, fisheries and veterinary + Generic programmes	Science technology, engineering and mathematics	Share of women among new entrants into short-cycle tertiary education
Belgium (1%)	-	100	-	-	-	-	-	-	86
Poland (0,02%)	-	100	-	-	-	-	-	-	80
Slovak Republic (1%)	10	28	-	12	10	23	1	16	70
Czech Republic (0,5%)	-	-	-	-	100	-	-	-	65
Germany (0,03%)	-	-	-	-	12	52	9	26	63
Latvia (27%)	6	28	0	33	1	12	1	19	62
Japan (28%)	11	24	4	12	11	21	1	16	61
Hungary (4%)	-	1	-	61	3	17	5	13	61
New Zealand (30%)	4	10	5	25	18	12	6	20	58
Switzerland (3%)	2	20	4	50	6	-	-	17	58
Costa Rica (7%)	14	1	2	30	6	6	4	37	57
United Kingdom (15%)	4	22	4	39	6	1	6	18	56
Chile (44%)	12	21	0	22	2	12	2	27	55
EU23 average (14%)	3	19	1	25	11	14	3	24	55
Austria (35%)	11	4	1	24	4	19	3	34	53
Turkey (44%)	7	16	1	38	11	13	3	10	53
OECD average (16%)	5	16	1	24	11	13	3	27	53
Luxembourg (5%)	-	19	4	48	8	-	-	21	53
Russian Federation (49%)	7	14	1	21	4	16	1	36	51
Korea (31%)	5	23	0	10	13	19	1	28	51
France (28%)	0	12	2	39	9	6	3	29	50
Israel (19%)	35	0	-	2	-	-	-	63	49
Sweden (9%)	0	4	1	30	6	9	2	48	49
Spain (34%)	8	17	1	19	9	16	1	29	48
Denmark (28%)	4	4	3	55	8	10	1	15	48
Iceland (7%)	8	-	-	4	44	33	-	11	48
Colombia (17%)	0	4	1	47	5	7	2	33	47
Ireland (9%)	1	12	1	25	7	26	6	22	45
Netherlands (2%)	3	9	5	48	2	14	2	17	44
Mexico (4%)	0	6	0	26	2	11	3	52	40
Slovenia (23%)	-	2	-	17	6	27	3	45	39
Portugal (6%)	-	9	0	20	10	13	6	42	37
Italy (1%)	-	-	-	13	2	17	14	54	28
Norway (6%)	-	0	-	1	22	12	-	65	19

Fuente:
OECD, 2018

A lo largo de los estudios, los alumnos tienen en sus profesores una referencia como modelos de rol. En cuanto al personal docente investigador (PDI) en España los números son poco alentadores. En ninguno de los claustros de las diferentes ramas de la enseñanza las mujeres son mayoría. De hecho, en el caso de Ingeniería y Arquitectura, su representación es la más baja de todas las áreas, con solo un 23,4% de ocupación.³⁹

38 Fuente: OECD, 2018

39 Fuente: OECD, 2018

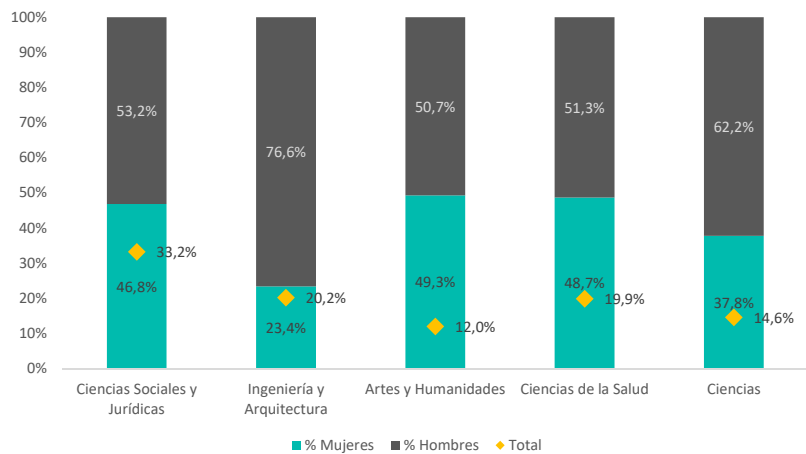




Figura 14

Distribución del PDI en centros propios de universidades públicas por sexo y rama de enseñanza (Curso 2018/19)

Fuente: Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021



En el caso de los estudios de Informática los números son aún más bajos con solamente un 21,8% de representación como Personal Docente Investigador.

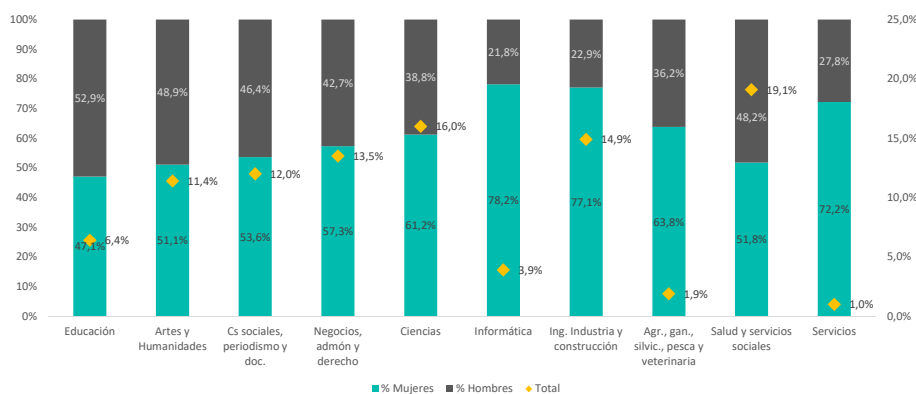
En palabras de la directora en funciones de Planificación e Implementación de Políticas Digitales de la Comisión Europea, Lorena Boix **“La falta de mujeres en el sector TIC tiene impacto económico porque se pierde capital humano y porque de aquí a 2020 el 80% de los empleos requerirán capacidades tecnológicas. Si las niñas no eligen carreras vinculadas a estos sectores, todos esos trabajos serán desempeñados por hombres”**.⁴⁰



Figura 15

Distribución del PDI en centros propios de universidades públicas por sexo y rama de enseñanza. Curso 2018-2019

Fuente: Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021



Estos números hablan de la baja representación de referentes que tienen las chicas a la hora de realizar sus estudios terciarios.

40 Fuente: DigitalES, 2018

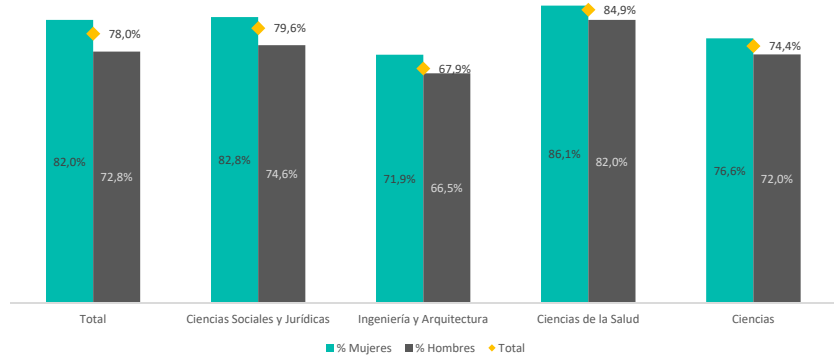
Aún así podemos ver que el rendimiento en las universidades tiene un claro sesgo de género, donde se puede apreciar que **en todas las ramas de la enseñanza las mujeres superan a los hombres, obteniendo mejores notas y resultados de sus estudios.**



Figura 16

Tasa de rendimiento en Grado por rama de enseñanza y sexo. Curso 2018-2019

Fuente:
Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021



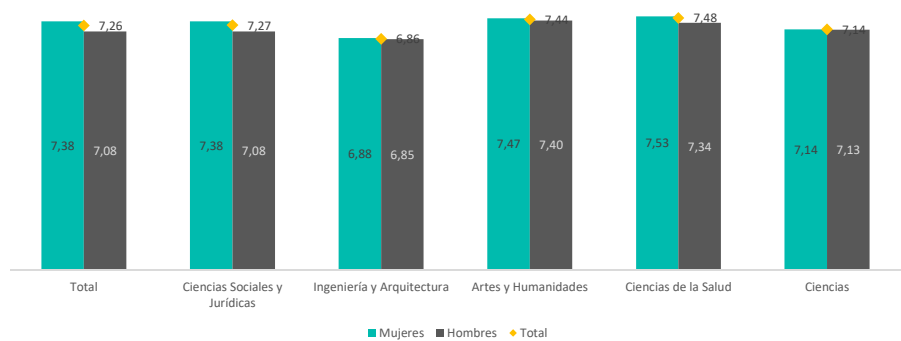
Incluso se puede observar como ellas obtienen notas más altas que ellos en casi todas las ramas.



Figura 17

Nota media del expediente académico de los egresados de Grado por rama de enseñanza y sexo (Curso 2018/19)

Fuente:
Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades., 2021



En palabras de la directora en funciones de Planificación e Implementación de Políticas Digitales de la Comisión Europea, Lorena Boix **“La falta de mujeres en el sector TIC tiene impacto económico porque se pierde capital humano y porque de aquí a 2020 el 80% de los empleos requerirán capacidades tecnológicas. Si las niñas no eligen carreras vinculadas a estos sectores, todos esos trabajos serán desempeñados por hombres”**.⁴⁰

Empleos TIC

En un artículo de El País, por Ana Teruel, se explica que “Hasta ahora las nuevas tecnologías han favorecido la entrada en el mercado laboral, el desarrollo de su carrera y de sus redes de contactos profesionales. Pero la mayor beneficiada es la organización de la empresa, que ha ganado flexibilidad, facilitando la conciliación laboral.”⁴¹ Y esta es una de las principales razones por las cuales, tanto mujeres como hombres, buscan un hueco en los empleos TIC.

En Europa, **solo el 30% de los aproximadamente 7 millones de personas que trabajan en el sector TIC son mujeres.**⁴² Y de todos los especialistas en tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en España en 2016 sólo el 15,4% eran mujeres. Este número es un poco inferior a la de la Unión Europea (UE) que en el 2017 el Eurostat sitúa en el 16,7%.⁴³

Asimismo, en España, la ‘Encuesta de Población Activa’ confirma cómo la cantidad de hombres activos en las actividades relacionadas con las TIC es más del doble del de las mujeres, incluso hay más de medio millón de hombres (550.000) que mujeres que realizan su trabajo en puestos tecnológicos.⁴⁴



Figura 18

Activos y ocupados en sectores TIC claves de la economía en miles de personas correspondientes al tercer trimestre del 2019

Fuente:
Romero & Valera, 2020

Activos	Hombres	Mujeres
Telecomunicaciones	80,4	43,8
Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	261,9	97,0
Servicios de información	9,2	5,4
Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	165,4	87,4
Investigación y desarrollo	29,2	28,7
	546,1	262,3
Ocupados	Hombres	Mujeres
Telecomunicaciones	75,2	41,1
Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	251,8	96,3
Servicios de información	9,2	5,0
Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	159,8	85,0
Investigación y desarrollo	28,6	27,3
	524,6	254,7
TOTALES	1070,7	517,0

La Comisión Europea, a través del análisis de trabajadores del sector TIC confirma que a 2019 España cuenta con menos de un 4% de su fuerza laboral dedicada a dicho sector. Y si menos de la mitad de esos trabajadores son mujeres, eso sitúa a la fuerza laboral femenina en España que se dedica en activo a las TIC en menos del 2% nacional.⁴⁵

⁴¹ Fuente: Teruel, 2017

⁴² Fuente: Pantaleoni, 2018

⁴³ Fuente: Pantaleoni, 2018

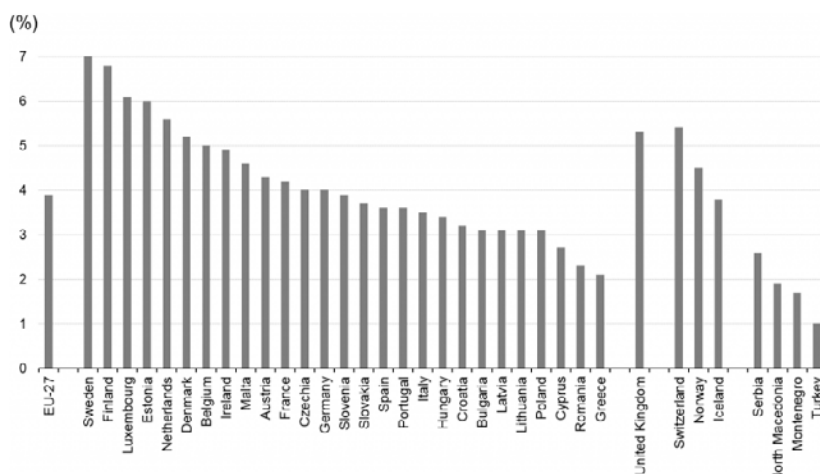
⁴⁴ Fuente: Romero & Valera, 2020

⁴⁵ Fuente: Eurostat, 2019



Figura 19

Proporción de especialistas TIC empleados en 2019



Fuente:
Eurostat, 2019

No solo es grande la brecha a nivel de proporción de empleados en el sector de las tecnologías digitales, sino que siendo reseñable en otros sectores, también hay una gran brecha de género a nivel vertical, pues **hay muy pocas mujeres liderando equipos y en puestos de alta dirección.**⁴⁶

Aún así que la representación de la mujer en los empleos del sector TIC es baja, se puede apreciar que la empleabilidad de los trabajadores del sector es muy alta, llegando al 91,3% en el 2019 para profesionales con educación terciaria, uno de los números más altos en la lista al comparar España con otros países, dejando en evidencia que hay trabajo para el sector.



Figura 20

Distribución de empleados con educación en TIC (2009-2019) Por sexo, nivel de estudios y edad en porcentajes

	Men		Women		Tertiary Education		Non-tertiary education		15-34 years		35-74 years	
	2009	2019	2009	2019	2009	2019	2009	2019	2009	2019	2009	2019
	EU-27	79,8	82,7	20,2	17,3	67,7	73,1	32,3	26,9	76,1	66,3	23,9
Belgium	87,5	86,6	12,5	13,4	83,1	80,2	16,9	19,8	77,8	75,3	22,2	24,7
Bulgaria	58,4	70,8	41,6	29,2	81,7	94,6	-	-	72,3	74,9	-	25,1
Czechia	94,0	92,0	6,0	8,0	70,5	70,7	29,5	29,3	88,8	74,9	11,2	25,1
Denmark	80,7	81,4	19,3	18,6	80,8	81,8	19,2	18,2	52,1	62,4	47,9	37,6
Germany	88,8	86,2	-	13,8	60,0	65,8	40,0	34,2	65,9	60,7	34,1	39,3
Estonia	69,7	82,1	30,3	17,9	64,2	66,0	35,8	34,0	94,4	71,0	-	29,0
Ireland	63,3	78,0	36,7	22,0	81,8	87,9	18,2	12,1	68,3	57,8	31,7	42,2
Greece	59,8	72,6	40,2	27,4	39,2	72,6	60,8	27,4	86,7	69,9	13,3	30,1
Spain	74,7	77,7	25,3	22,3	92,8	91,3	7,2	8,7	78,7	62,2	21,3	27,8
France	86,2	77,9	13,8	22,1	98,4	96,2	-	-	74,8	67,8	25,2	32,2
Croatia	69,1	93,6	30,9	16,4	51,5	48,2	48,5	51,8	58,2	82,8	41,8	17,2
Italy	77,2	84,0	22,8	16,0	24,5	34,6	75,4	65,4	79,0	78,0	21,0	22,0
Cyprus	62,0	73,1	38,0	26,8	92,8	96,9	-	-	79,7	69,5	20,3	30,5
Latvia	68,8	75,2	-	24,8	76,8	89,4	-	10,6	90,3	73,6	-	30,1
Lithuania	80,3	84,3	-	15,7	92,3	90,7	-	9,3	81,8	74,9	-	37,8
Luxembourg	91,6	78,4	-	23,6	79,4	86,1	20,8	13,9	70,2	67,8	29,8	32,2
Hungary	84,4	86,3	15,6	13,7	60,3	44,4	39,7	44,5	82,4	73,0	17,6	27,0
Malta	80,6	82,8	19,5	17,2	59,5	62,9	40,5	37,1	86,4	81,5	-	18,5
Netherlands	91,0	87,8	9,0	12,2	50,0	60,5	50,0	39,5	68,0	60,6	31,1	39,6
Austria	88,1	75,0	-	25,0	71,3	84,0	28,7	16,0	62,3	63,1	37,7	36,9
Poland	79,9	89,8	20,1	10,2	67,2	62,3	32,8	37,7	85,7	67,5	14,3	32,5
Portugal	80,3	84,4	19,7	15,6	37,9	26,7	62,1	73,3	85,2	75,6	14,8	24,4
Romania	60,7	73,9	39,3	26,1	55,3	79,1	43,7	20,9	87,8	79,8	12,2	20,2
Slovenia	96,8	80,0	-	20,0	90	67,3	-	32,7	71,6	78,8	28,4	21,2
Slovakia	86,4	86,6	-	13,4	73,6	76,9	26,4	23,1	85,6	79,2	-	20,8
Finland	65,2	85,8	34,8	14,2	65	81,1	34,0	18,9	59,4	40,7	40,6	59,2
Sweden	73,3	74,7	26,7	25,3	19,3	81,8	20,7	18,2	53,0	62,4	47,0	37,6
United Kingdom	75,1	80,4	24,9	15,6	74,2	78,9	25,8	21,1	64,3	67,4	35,7	32,6
Iceland	75,7	77,0	-	23,0	98,1	87,4	-	-	40,0	57,2	60,0	42,8
Norway	-	89,8	-	-	-	73,7	-	26,3	-	63,0	-	37,0
Switzerland	86,9	86,0	11,1	14,0	81,7	84,1	18,3	15,9	58,6	56,5	41,4	43,4
Montenegro	69,3	71,4	-	-	62,4	53,9	-	-	83,9	88,5	-	-
North Macedonia	79,7	76,6	-	23,4	70,0	48,7	30,0	51,3	77,7	100,0	22,3	-
Serbia	76,6	72,1	-	27,9	61,3	75,6	38,7	24,4	-	76,6	-	23,4
Turkey	73,7	74,7	26,3	25,3	55,5	52,4	43,4	47,6	95,6	93,4	4,4	6,6

Fuente:
Eurostat, 2019

46 Fuente: DigitalES, 2018

Un impacto apreciado en el sector de empleos TIC es ver como la mujer tiende a ser impactada en mayor manera por la cultura machista del entorno laboral. En un estudio hecho a hombres y mujeres que trabajan en el mundo tech demuestra que el 72% de las mujeres encuestadas dice haber trabajado en empresas donde la “cultura bro” era omnipresente. Este número es muy lejano a la respuesta dada por hombres, donde solamente el 41% de ellos identificaban esa cultura en sus entornos de trabajo.⁴⁷

La prevalencia de este “status quo masculino” en los entornos laborales fomenta microagresiones, prejuicios subconscientes, acoso sexual y otras formas de discriminación que hacen cada vez más difícil el que la mujer se quede en el sector y más aún progrese profesionalmente.⁴⁸

Brecha salarial

No es nada nuevo, que en todos los sectores, las mujeres cobren mucho menos que los hombres por el mismo trabajo. La OECD fija este número en España en una media sobre el 13%, con diferencias según la edad y nivel de estudios alcanzados.⁴⁹



Figura 21

Salarios de las mujeres como porcentaje del de los hombres por nivel de estudios y grupo de edad 2018

COUNTRIES	Below upper secondary			Below upper secondary or past-secondary non-tertiary			Tertiary		
	25-64 year-olds	35-44 year-olds	55-64 year-olds	25-64 year-olds	35-44 year-olds	55-64 year-olds	25-64 year-olds	35-44 year-olds	55-64 year-olds
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Australia	78	80	74	77	75	75	81	86	72
Austria	81	83	76	84	79	87	72	74	68
Belgium ¹	83	c	c	88	84r	c	82	85	85
Canada ¹	67	72	63	69	64	75	72	77	66
Chile ¹	81	89	74	76	76	71	68	71	68
Colombia	85	82	80	81	76	77	82	81	77
Costa Rica	84	88	78	80	83	c	97	88	125
Czech Republic	86	86	87	81	75	89	73	69	84
Denmark	83	82	82	80	79	71	76	78	71
Estonia	56	54	70	63	60	71	75	76	79
Finland ¹	81	81	80	78	76	78	77	76	74
France ²	75	c	c	78	81	83	72	75	54
Germany	71	c	c	84	87	84	74	71	82
Greece	72	64	70	83	85	78	78	80	81
Hungary	87	87	84	90	86	94	69	64	77
Iceland	m	m	m	m	m	m	m	m	m
Ireland	72	c	c	81	77	82	69	78	55
Israel	67	63	77	67	62	65	69	69	70
Italy ²	80	81	85	77	76	75	68	72	68
Japan	m	m	m	m	m	m	m	m	m
Korea	73	71	72	69	71	63	73	77	80
Latvia ³	80	82	76r	75	75	78	75	69	82
Lithuania ⁴	79	76	73	79	76	85	75	70	80
Luxembourg ³	80	c	c	87	91	c	86	87	c
Mexico ³	66	66	68	72	72	78	75	77	71
Netherlands	87	90	88	83	89	79	77	87	76
New Zealand	79	78	75	78	77	74	76	77	77
Norway	82	80	81	79	77	79	75	76	72
Poland	75	73	76	79	73	83	71	69	73
Portugal	78	78	75	75	76	69	73	76	71
Slovak Republic	77	81	73	76	72	83	70	65	76
Slovenia	83	81	83	85	81	92	82	80	86
Spain ¹	79	81	85	75	76	80	81	79	82
Sweden	84	82	85	82	82	82	78	79	75
Switzerland	74	73	67	84	88	83	79	87	80
Turkey ³	71	73	c	80	78	c	84	87	c
United Kingdom	78	73	76	72	76	75	77	78	74
United States	69	65	72	71	71	70	72	76	m
OECD average	77	77	77	78	77	79	76	77	76
EU 23 average	79	79	79	80	79	82	75	75	75

Fuente:
OECD, 2020

⁴⁷ Fuente: Sullivan-Hasson, 20211

⁴⁸ Fuente: Wajcam et al., 2020

⁴⁹ Fuente: OECD, 2020

En el sector TIC el salario medio es muy superior al de otros sectores. De hecho el sector TIC ofrece salarios un 22,1% más altos para las mujeres y un 22,2% para los hombres, comparado con otros sectores en general.⁵⁰ Esto puede deberse a que en el sector TIC se contratan puestos más cualificados y por ende mejor remunerados que el resto de los sectores laborales.

Aún así, la brecha salarial por género sigue existiendo aunque menos acusada que en otros sectores. En el sector TIC la brecha se ubica en el 8,9% comparado con el 14,2% en el resto de los sectores.⁵¹ Indicando que hay indicadores de una igualdad más cercana en cuanto a salarios en este sector en auge.

Según el análisis de DigitalES, **“las mujeres en el sector TIC ganan un 3,1% más que las mujeres de características similares en puestos similares en otros sectores, algo que no sucede en el caso de los hombres.”**⁵²

Aunque la tendencia de los números parecen alentadores analizando los datos también se observa que la brecha salarial es mayor, cuanto más altos son los salarios, es decir, en los puestos de mayor responsabilidad y a los que poco acceso y representación tienen las mujeres.⁵³ Pues “las barreras de entrada son más bajas en este sector, pero luego cuesta mucho prosperar”, según explica Alicia Richart, directora general de DigitalES.⁵⁴

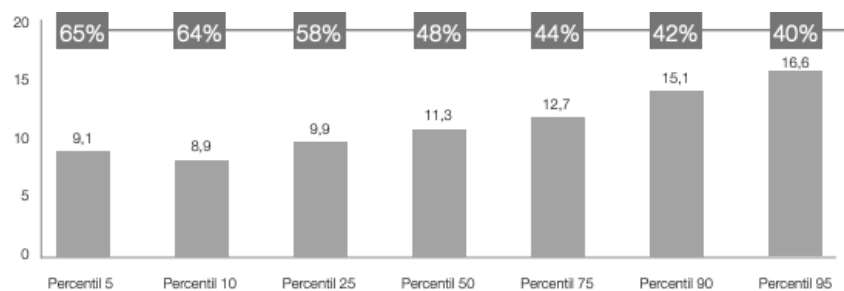
Este fenómeno al que se enfrentan las mujeres a lo largo de su carrera llamado “techo de cristal”, claramente tiene un impacto en la brecha salarial. Los datos demuestran que aunque pocas, las mujeres que logran acceder a altos puestos perciben menores salarios que los hombres en la misma categoría que ellas, aún demostrando las mismas responsabilidades, características socio económicas y laborales. Demostrando así que entre más alto es el mando, más acusada es la brecha salarial de género.⁵⁵



Figura 22

Brecha salarial ajustada (%) y % de mujeres por percentiles de salario

Fuente: CEDE, 2019



⁵⁰ Fuente: DigitalES & Quanticae, 2018

⁵¹ Fuente: ONTSI, 2019

⁵² Fuente: DigitalES & Quanticae, 2018

⁵³ Fuente: Anghel et al., 2019

⁵⁴ Fuente: Hidalgo, 2019

⁵⁵ Fuente: CEDE, 2019

Liderazgo

El porcentaje de mujeres en puestos de toma de decisiones en la UE aún está lejos de alcanzar la paridad.⁵⁶

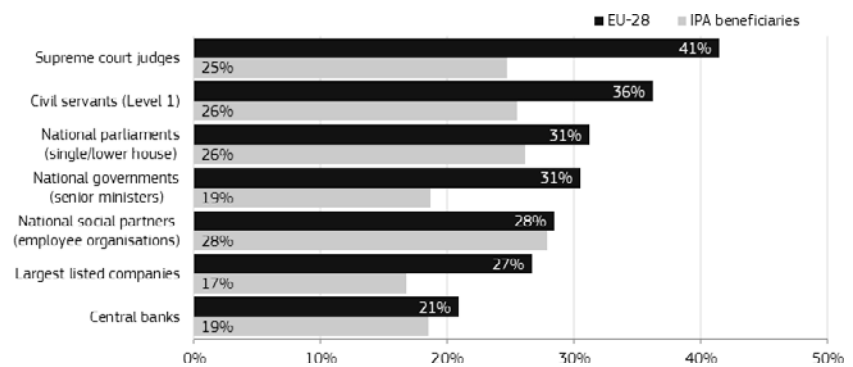


Figura 23

Proporción de mujeres en puestos de toma de decisiones

Países de la UE-28, países candidatos a la UE y candidatos potenciales (beneficiarios del IPA)

Fuente:
European Institute for Gender Equality, 2019



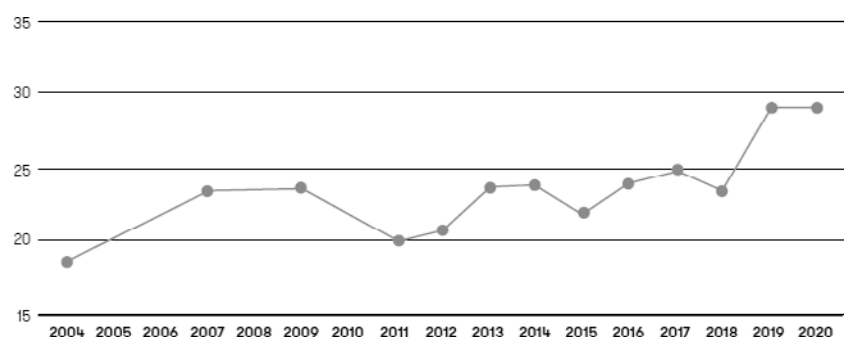
El 87% de las empresas, a nivel mundial, tienen al menos una mujer en puestos de comités ejecutivos. Y el porcentaje de mujeres en estos cargos se mantiene estable en un 29% desde el 2019 a nivel global.⁵⁷



Figura 24

Proporción de mujeres en comités ejecutivos a nivel mundial en los últimos 16 años

Fuente:
Catalyst, 2020



⁵⁶ Fuente: European Institute for Gender Equality, 2019

⁵⁷ Fuente: Catalyst, 2020

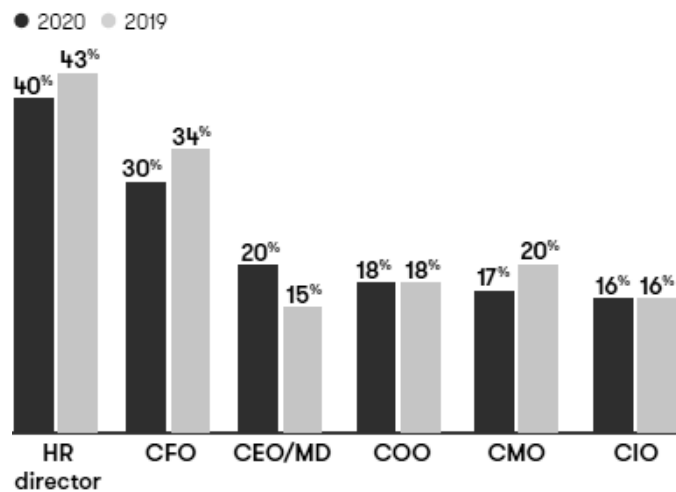
Aunque las mujeres van ganando espacios en estos roles de mando, la proporción de esos roles ocupados por mujeres se puede ver que está más representada en funciones de soporte a la empresa como la administración, mientras que los hombres tienden a concentrarse más en áreas como operaciones, P&L, e I+D, estos últimos consideradas como experiencias críticas para los puestos de CEO y de directorio.⁵⁸



Figura 25

Proporción de mujeres en roles específicos de comités ejecutivos 2009 y 2019

Fuente: Catalyst, 2020



Otro estudio realizado por Mercer⁵⁹ donde se investigaron más de 1.100 organizaciones de todo el mundo, demuestra que entre más alto sea el cargo, menos mujeres ocupan esos asientos. Un dato que no solo afecta a las TIC. En este caso las mujeres ocupan estos puestos:

- > Ejecutivos: 23%
- > Directivos superiores: 29%
- > Gerentes: 37%
- > Profesionales: 42%
- > Personal de apoyo: 47%

En la Unión Europea, los datos analizados indican que en el 2019 el porcentaje ocupado por mujeres en los diferentes roles de liderazgo sigue siendo bajo.⁶⁰

- > Miembros del consejo: 28%
- > Ejecutivos: 18%
- > Gerentes: 37%

Aterrizando estos números en España, este número baja un poco con respecto a la media europea:⁶¹

- > Miembros del consejo: 26%
- > Ejecutivos: 16%
- > Gerentes: 36%

⁵⁸ Fuente: Grant Thornton, 2020

⁵⁹ Fuente: Mercer, 2020

⁶⁰ Fuente: Eurostats, 2020

⁶¹ Fuente: Eurostats, 2020

Emprendimiento

El emprendimiento de las mujeres no solo ayuda a aumentar las tasas de empleo y a mejorar la economía en general, sino que también mejora la diversificación de las empresas por medio de procesos de innovación, prácticas de gestión y marketing más diversos.⁶²

En los países de la OCDE, el número de empresas a nombre de mujeres está en torno al 30%.

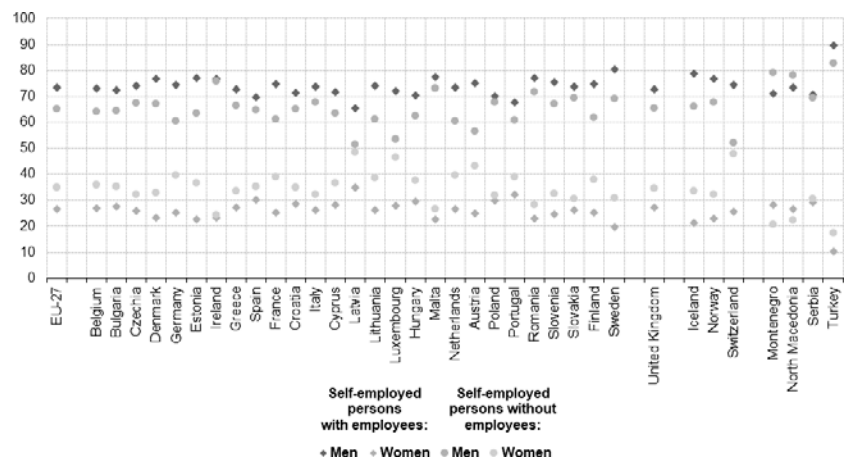
En España del total de personas trabajan para sí mismos sin contratar a otros empleados el 35% son mujeres y el 65% son hombres. Y de las personas que trabajan para sí mismos, y además generan otros puestos de trabajo, el 30% son mujeres y el 70% hombres. Unos números que casi empatan con la media europea.⁶³



Figura 26

Proporción de hombres y mujeres auto-empleados (%) con y sin empleados a su cargo, en edades de 15-74 años (2019)

Fuente:
Eurostat, 2019



Startups

En Europa, casi la mitad de las startups forman parte de la economía digital, con un 48,9% de ellas relacionadas con tecnologías y/o modelos de negocio innovadores. Sin embargo, según los datos del '2º European Start-Up Monitor', de las 2.515 startups y 6.340 fundadores analizados solo el 14,8% de los fundadores eran mujeres según datos del 2016.⁶⁴

En general y a nivel global, la proporción de startups con al menos una mujer en su equipo fundador es baja. Este porcentaje de startups en España, aunque es mejor que en otros países cercanos, sigue siendo bajo. El porcentaje de startups españolas que cuenta con al menos una mujer entre los fundadores asciende a un 16% en 2019,⁶⁵ aún siendo muy pequeño en la globalidad. Mientras que el porcentaje de startups fundadas íntegramente por mujeres es del 7%.⁶⁶

62 Fuente: Tarín et al., 2018

63 Fuente: Eurostat, 2019

64 Fuente: Tarín et al., 2018

65 Fuente: Hidalgo, 2019

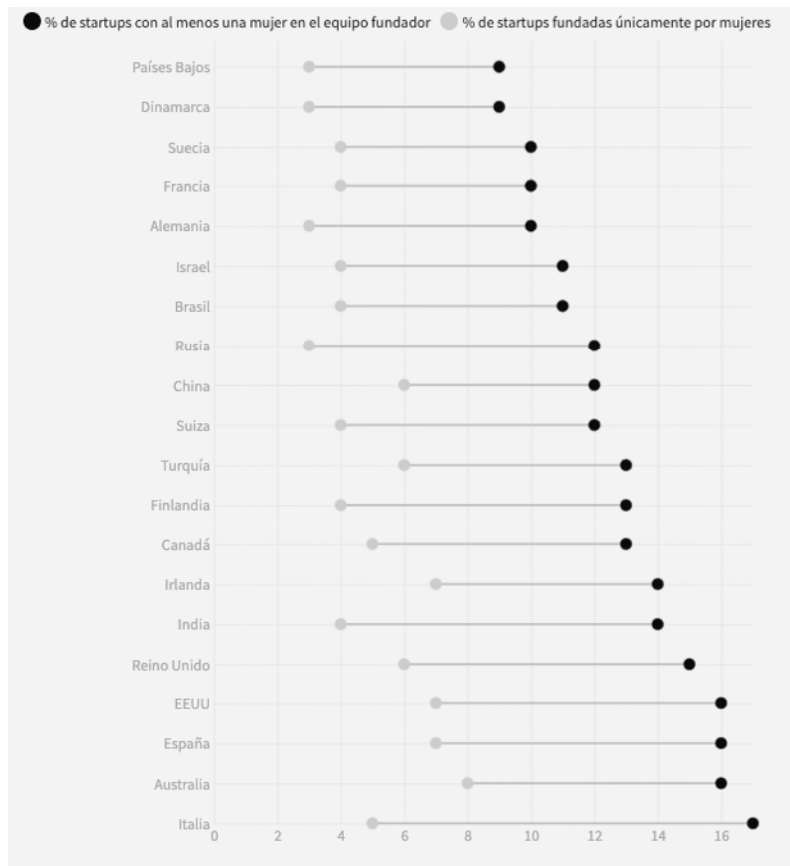
66 Fuente: Hidalgo, 2019



Figura 27

Porcentaje de startups fundadas por mujeres

Fuente: Hidalgo, 2019



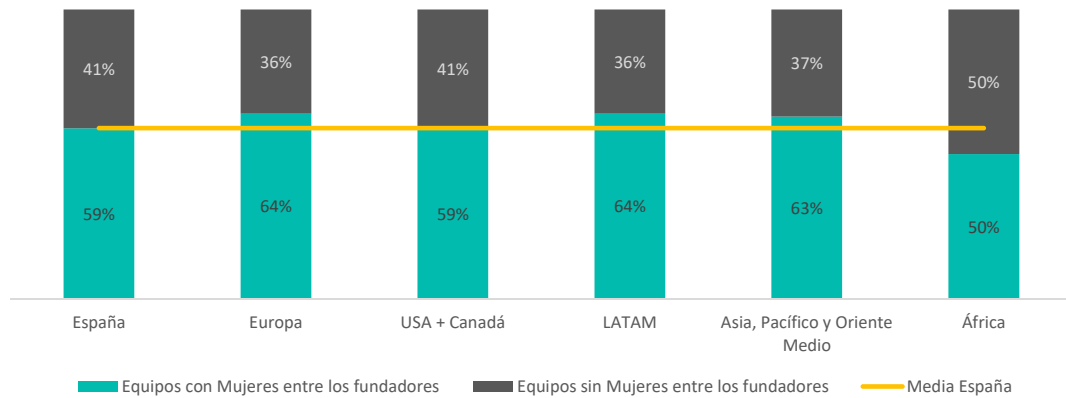
No obstante, según los datos del 'Mapa del Emprendimiento en España 2020' del Spain Startup-South Summit arrojan números más alentadores. Según su análisis el 41% de las startups españolas tienen al menos una mujer en su equipo fundador. Estos números superan la media Europea, Asiática y de LATAM.⁶⁷



Figura 28

Porcentaje de mujeres emprendedoras

Fuente: Eactivate, 2020



67 Fuente: Eactivate, 2020

Es increíble ver que estos números son tan bajos, especialmente cuando existen estudios recientes que ponen de manifiesto que **los equipos con más diversidad (no solo en género, sino en otros ejes también) son más innovadores y que las empresas con una presencia de mujeres más elevada son más competitivas y resisten mejor las crisis económicas.**⁶⁸

Financiación

Las startups necesitan financiación para crecer y convertirse en generadoras de riqueza y aquí también existe una gran brecha de género.

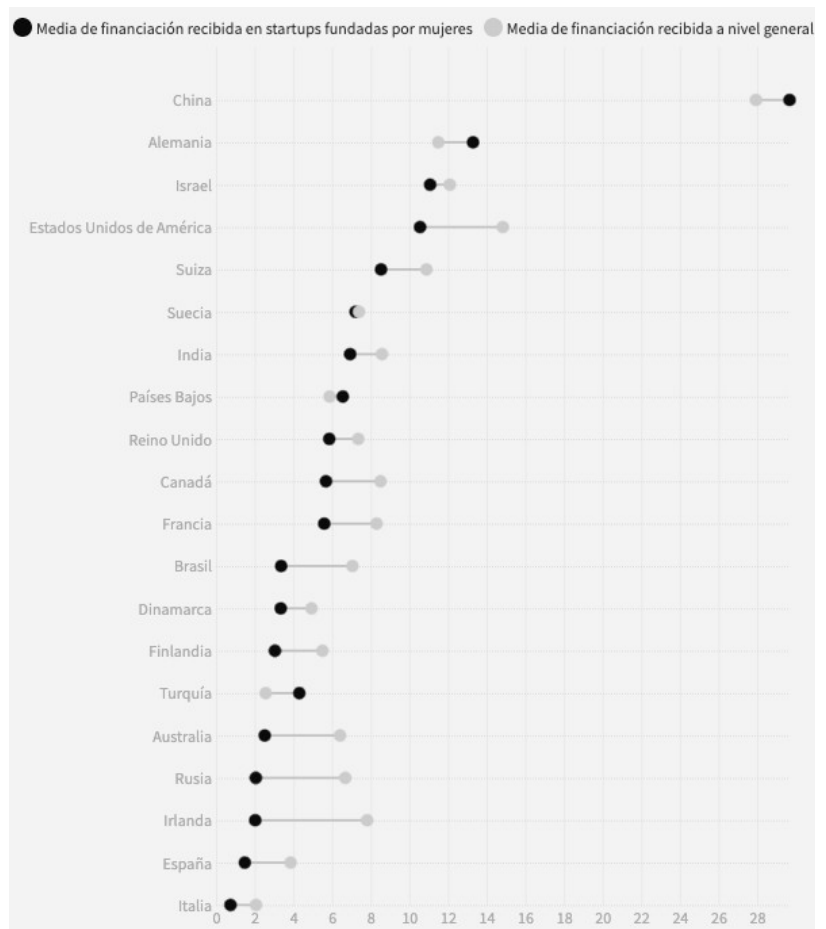
Según los datos de la OCDE, **una startup fundada íntegramente por hombres tiene 10% más de probabilidad de recibir financiación que aquellas que cuentan con una mujer al menos en el equipo fundador.**⁶⁹

Y aunque una startup con al menos una mujer en el equipo fundador consigue levantar fondos, la financiación recibida suele ser un 30% menor a la recibida por equipos donde el equipo fundador está formado solamente por hombres.⁷⁰



Figura 29

Diferencias en la financiación



Fuente:
Hidalgo, 2019

⁶⁸ Fuente: DigitalES & Quanticae, 2018

⁶⁹ Fuente: Hidalgo, 2019

⁷⁰ Fuente: Hidalgo, 2019

Otra vez nos encontramos con datos contradictorios pues los datos de diversos estudios indican que **las startups digitales donde hay fundadoras suelen ser más exitosas que en las que solo hay hombres en su equipo fundador.**⁷¹ También que los equipos con presencia de fundadoras consiguen que dichas startups se desempeñen un 63% mejor en crecimiento de valor de mercado que las startups donde solo hay hombres en el equipo fundador.⁷²

No es de sorprenderse que uno de los principales hallazgos del estudio 'El emprendimiento digital femenino en España: Situación y prospección Mujeres, tecnología y sociedad digital' realizado por WStartupC es que la falta de financiación del emprendimiento femenino ha sido un reto. **"Para la mayor parte de las emprendedoras (60%) no ha sido fácil acceder a fuentes de financiación temprana"** explica Teresa Alarcón.⁷³ Este hecho hace que las empresas creadas por mujeres sean más pequeñas que las creadas por hombres y por esa razón no consiguen llegar a economías de escala que les permita seguir creciendo.

Quizás en tempranas etapas no se note mucho la diferencia en el crecimiento de las startups creadas por sólo hombres o las que cuentan con alguna mujer como fundadora. Las diferencias podrían aparecer más adelante en el tiempo pues la brecha entre ellas crece al no tener los recursos necesarios para explotar de forma exponencial y ven limitada su expansión tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Las evidencias son claras, como explica la directora de Invest in Madrid Rocío Güemes, **las empresas lideradas por mujeres tienen mejores rendimientos en un 65% de los casos comparadas a aquellas lideradas por hombres. Y aún así solamente acceden a un 2 % del capital privado.**⁷⁴

La falta de acceso a la financiación por parte de las mujeres que quieren montar una empresa tiene un componente sociocultural de gran impacto. Aunque está probado que estas empresas rinden mejor que las que están constituidas en su totalidad por hombres parece ser que los sesgos culturales tienen un gran impacto a la hora de invertir.

Las capacidades relacionadas con el liderazgo y el emprendimiento están culturalmente estereotipadamente y se identifican con lo masculino pues se asocian a actitudes como la valentía, riesgo, audacia o estrategia. Por este sesgo muchos inversores dudan de que las mujeres puedan liderar empresas con éxito⁷⁵ y esa puede ser una de las razones de porque no se invierte más en startups con diversidad de género.

⁷¹ Fuente: Roland Berger, 2017

⁷² Fuente: Marion, 2016

⁷³ Fuente: Alarcos, 2021

⁷⁴ Fuente: Capital Radio, 2020

⁷⁵ Fuente: Mateos Sillero & Gómez Hernández, 2019



Fintechs

Fintech, como abreviatura de tecnología financiera por su concepto en inglés (financial technology), es un término que hace referencia principalmente a empresas que utilizan la tecnología para ofrecer servicios financieros innovadores y más baratos directamente a los usuarios finales (sin la participación de bancos) o para ayudar a hacer que los negocios financieros tradicionales sean más eficientes.⁷⁶

Según datos de la Asociación Española de Fintech e Insurtech, España se posiciona como el primer país de la Unión Europea en número de compañías Fintech. Con más de 400 empresas catalogadas como fintech y unas 1.500 startups en ecosistemas relacionados, el país se sitúa como líder en el ranking en cuanto a cantidad de empresas, que no en tamaño de ellas, pues Alemania y el Reino Unido nos superan en esa dimensión.⁷⁷

En cuanto a inversión en Fintech, España se encuentra dentro de los primeros lugares, ocupando el cuarto lugar en el ránking europeo, por detrás de Alemania, Suecia y Francia. El volumen de inversión ronda los 300 Millones de euros en el 2020, con un crecimiento del 20% comparado con la inversión del 2019 (245 M).⁷⁸

La representación de la mujer en el sector de servicios financieros a nivel mundial deja claro que aún queda trabajo por hacer para alcanzar la igualdad. Un análisis a detalle de los porcentajes ocupados por mujeres deja ver que la mayoría de los puestos está en roles con funciones corporativas, es decir, que dan soporte a la gestión de la empresa y no innovando o dirigiendola.⁷⁹



Figura 30

Representación de la mujer en comités ejecutivos por roles en empresas de servicios financieros a nivel global (%)

Fuente:
Clempler et al., 2019



⁷⁶ Fuente: Stamegna & Karakas, 2019

⁷⁷ Fuente: Albendea, 2020

⁷⁸ Fuente: Caixaabank, 2021

⁷⁹ Fuente: Clempler et al., 2019

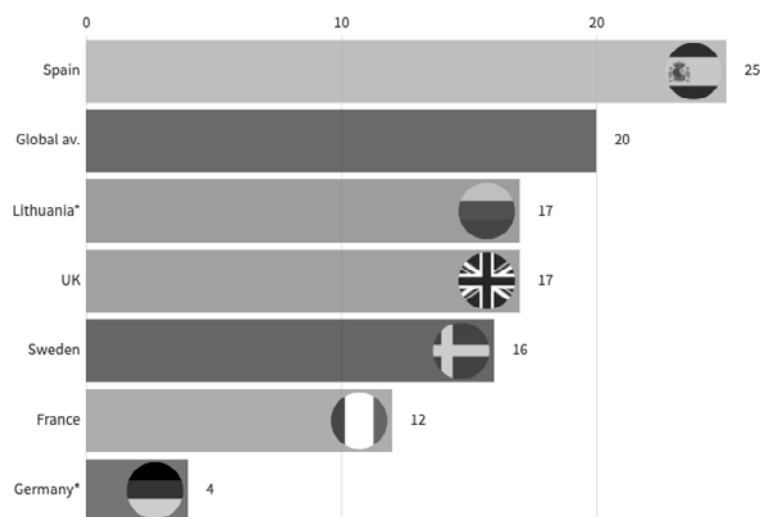
Bajando más a detalle en el sector puramente Fintech, un análisis hecho por Shifted sobre datos europeos muestra que las mujeres ocupan el 20% de los puestos ejecutivos a nivel global. En este mismo estudio se destaca como **España es el único país europeo en superar la media global de mujeres en roles del C-Suite, con un 25%.**⁸⁰



Figura 31

Porcentaje de mujeres en roles de comités ejecutivos en Fintechs

Fuente:
Woodford, 2020



A día de hoy en España, el sector del fintech genera más de 12.000 empleos tecnológicos con altas habilidades digitales, y se espera un crecimiento en estas cifras en los próximos años.⁸¹

De todos esos puestos de trabajo en el sector Fintech, y según los datos del AEFI en su 'Tercer Informe Fintech Women Network', más del 66% están ocupados por mujeres.⁸² Haciendo que sea una industria diferente a todo el resto, donde las mujeres son mayoría en la fuerza de trabajo.

La comparativa del segundo y tercer informe de la asociación (2019⁸³ y 2020⁸⁴) revela que hubo un salto de 9 puntos porcentuales con respecto al informe del año anterior realizado por la asociación.⁸⁵ Y que el porcentaje de mujeres CEOs en el sector subió de un 11,1% a un 14% y el de alta dirección bajó de un 25,1% a un 24,1% y el de cargos directivos subió de un 58,3% a un 59,1%.

El informe de la asociación indica también que en cuanto al perfil de mujer trabajadora en el sector, se concluye que la edad media de las empleadas es de 38 años; que más del 90% cuenta con titulación universitaria y tiene estudios en economía, administración, marketing, derecho o ingeniería.⁸⁶

⁸⁰ Fuente: Woodford, 2020

⁸¹ Fuente: Caixabank, 2021

⁸² Fuente: Capital Radio, 2020

⁸³ Fuente: AEFI, 2019

⁸⁴ Fuente: AEFI, 2020

⁸⁵ Fuente: Capital Radio, 2020

⁸⁶ Fuente: AEFI, 2020



4

Cap. 4

Análisis cuantitativo: encuestas sobre el crecimiento profesional de la mujer en el sector

PROCESO

A través de este bloque de investigación se plantea conocer el punto de vista de aquellos que están interesados en participar de la industria o ya son parte de ella y desean desarrollarse profesionalmente en el fintech.

La intención de este análisis es conocer de primera mano cuales son las perspectivas que tienen aquellos que deciden apostar por el fintech, que esperan encontrar, como se imaginan que es el sector, o con qué intereses vienen acompañados en esta aventura.

En este segundo bloque de investigación se elaboró un cuestionario cuantitativo con una serie de preguntas dirigidas a personas que declaran interés en hacer carrera dentro de la industria fintech, pudiendo ya estar dentro o buscando una manera de entrar para crecer en el sector.

Antes de lanzar el cuestionario al público se hicieron varias pruebas en privado para asegurar la fluidez de la lógica de las preguntas, que se cubrieran todos los temas a investigar y analizar el tiempo de duración pues se pretendía que ésta fuera inferior a los 7 minutos.

La encuesta se dividió en 3 partes para poder analizar las respuestas de las mismas:

1. Representación demográfica del encuestado
2. Visión de la sector, visto desde los ojos de alguien que quiere crecer dentro de él
3. Percepción de la presencia de la mujer dentro del sector

Fechas

La encuesta estuvo disponible para su respuesta durante un periodo de 10 días (del 26 de abril al 5 de mayo del 2021).

Formato

Se utilizó la herramienta Typeform como plataforma para plantear el cuestionario online para hacerlo de una manera más amena y ligera, fácil para que los participantes pudieran contestar desde cualquier tipo de dispositivo, ya sea desktop, tablet o móvil. De los participantes:

- > 34% completaron el cuestionario en un ordenador, con un tiempo medio de 9:05 minutos
- > 66% desde un dispositivo móvil, con un tiempo medio de 5:40 minutos



Alcance

La encuesta fue compartida en primer instancia en diversos foros de interés sobre fintech entre los que destacan:

- > Grupo de LinkedIn FinTech Barcelona⁸⁷
- > Grupo de LinkedIn Women in Fintech⁸⁸
- > Grupo de LinkedIn Riesgos, Finanzas y Fintech⁸⁹
- > Grupo de LinkedIn Asociación Española de Fintech e Insurtech AEF⁹⁰
- > Grupo de LinkedIn Mujeres Fintech Latam⁹¹
- > Grupo de LinkedIn Fintech women Network⁹²
- > Grupo de LinkedIn Fintech Spain⁹³
- > Grupos de emprendedoras de la red WStartupC⁹⁴
- > Grupo de emprendedores de BCN Tech City⁹⁵
- > Grupo de alumnos del Máster en Fintech e Innovación financiera de Three Points⁹⁶
- > Grupo de mujeres en tecnología Technologistas BCN
- > Contactos directores dentro del sector

También fue compartida por los mismos participantes de la encuesta con sus contactos directos, ampliando el alcance de la misma.

La encuesta fue visitada por 164 personas, empezada por 72 de ellas y terminada por 50, consiguiendo un ratio de terminación del 69,4% y un tiempo medio de 6:49 minutos.

87 Fuente: "FinTech Barcelona" 2021

88 Fuente: "Women in Fintech" 2021

89 Fuente: "Riesgos, Finanzas y Fintech" 2021

90 Fuente: "Asociación Española de Fintech e Insurtech" 2021

91 Fuente: "Mujeres Fintech Latam" 2021

92 Fuente: "Fintech Women Network" 2021

93 Fuente: "Fintech Spain" 2021

94 Fuente: "W Startup C" 2021

95 Fuente: "Bcn Tech City" 2021

96 Fuente: "Máster en Fintech e Innovación Financiera" 2021



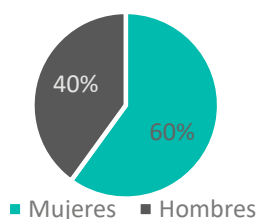
1. Representación demográfica

Ya que el interés de este cuestionario incluye una sección de percepciones y visión del sector, la encuesta se abrió tanto a hombres como a mujeres para su respuesta. De modo que incluir preguntas sobre el perfil de respondiente es necesario para poder identificar si hay alguna relación entre las respuestas de hombres y mujeres a los diferentes apartados como son la visión del sector o la percepción de la mujer en la industria.

A continuación, se encuentra el resumen que ayuda a plantear el perfil de los encuestados de forma demográfica.

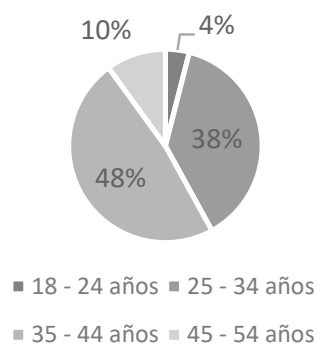
Género

La encuesta fue respondida por 50 personas de las cuales:



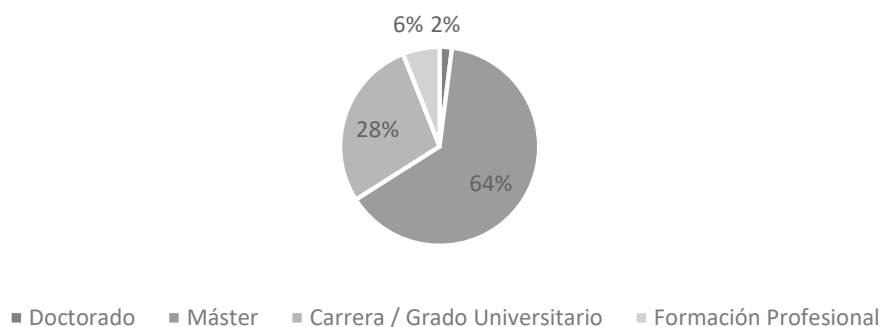
Edad

Todos los encuestados se encuentran en edad laboral activa:



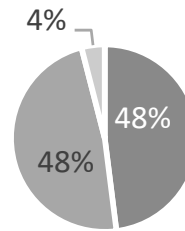
Niveles de estudios

En cuanto a los niveles más altos alcanzados, o actualmente cursando los encuestados declararon lo siguiente:



Localización

Los participantes declararon residir en diferentes países, en general de habla hispana:



- España
- Latinoamerica
- Otros Países

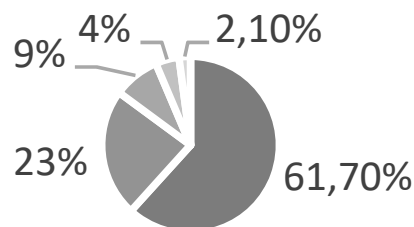
Situación laboral actual

La gran mayoría declararon estar en activo mientras unos pocos no lo estaban:

- > 94% cuenta con un empleo remunerado
- > 6% no están en activo laboral
 - 2 personas están en búsqueda de empleo
 - 1 persona no está buscando trabajo por centrarse en sus estudios

Sector

De aquellos que declararon estar en activo al contestar la encuesta se les preguntó en qué industria se estaban desarrollando actualmente:



- Finanzas, seguros y / o bienes inmuebles
- Tecnología, internet y / o desarrollo de software
- Comercio y / o Ecommerce
- Servicios
- Salud y / o Farmacéutica

Como era de esperarse, los sectores que más afines al fintech y por tanto, puede haber una migración hacia el sector son los de Desarrollo de tecnología y Finanzas, llevándose entre los dos el 80% de las respuestas.

Con tal de indagar un poco más sobre los que podrían estar ya dentro de una fintech se les preguntó a los que respondieron pertenecer a los sectores de Finanzas, seguros y/o bienes inmuebles y a los que respondieron Tecnología, internet y/o desarrollo de software, si actualmente trabajaban en una fintech. Los encuestados respondieron:

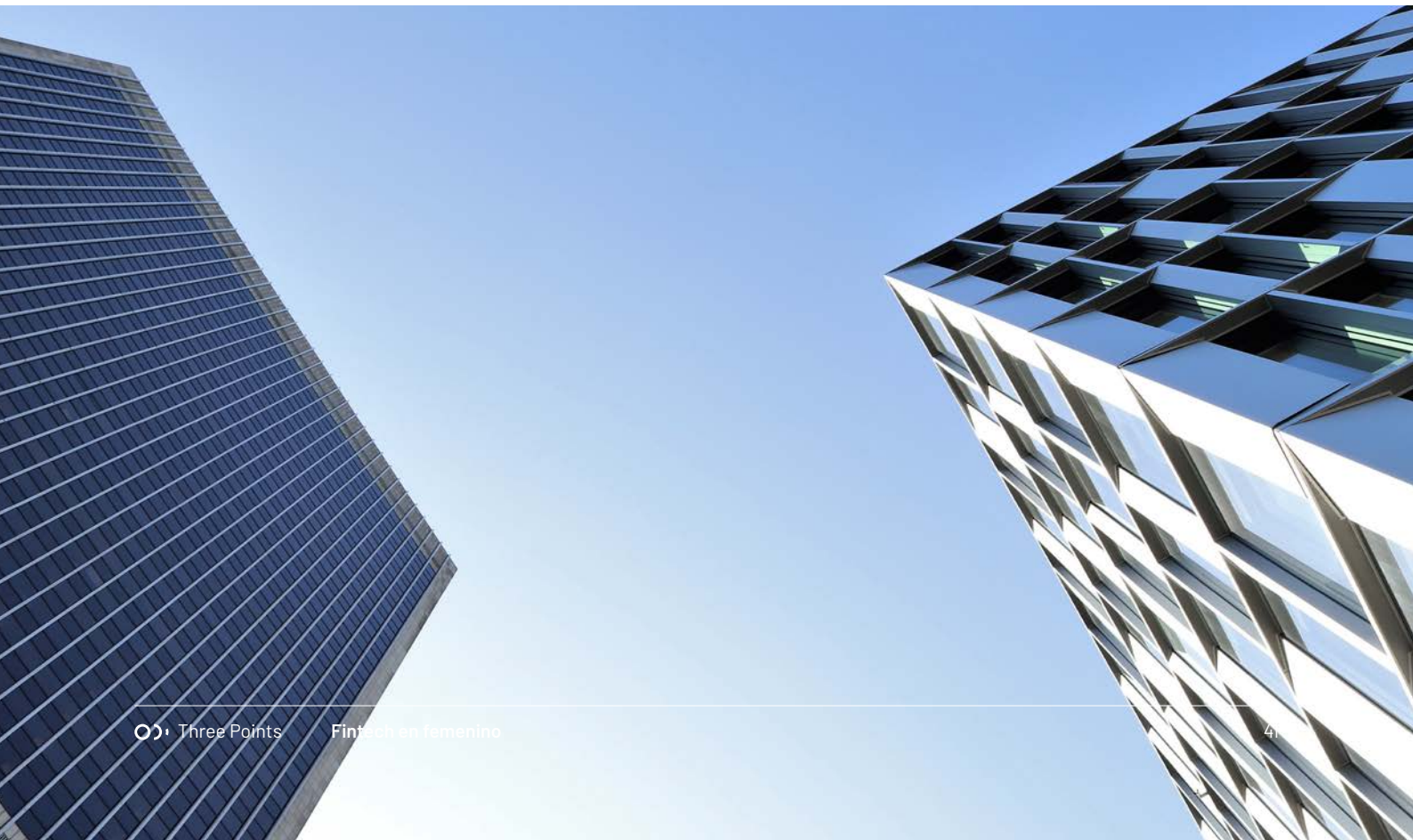
- > 45% Sí
- > 55% No

Posición de la empresa

De aquellos que respondieron estar actualmente en activo laboral se les preguntó qué rol ocupan en la organización donde trabajan, destacando lo siguiente:

- > 6,4% - Inversionista
- > 31,9% - C-level
- > 19,1% - Dirección de área
- > 19,1% - Mando intermedio
- > 23,4% - Técnico o especialista

Es interesante destacar que la mayoría de los encuestados (15 participantes) declararon estar en la más alta categoría de toma de decisión dentro de una organización (C-level) y tras cruzar los datos con las industrias y sectores a los que pertenecen, 10 de esos 15 (un 20% global) declaró ser un C-level dentro de una fintech.



Área de desarrollo

Para conocer mejor el origen de los encuestado que declaran estar interesados en crecer dentro del fintech se les preguntó en qué área de la empresa trabajaban:

- > 19,1% - Desarrollo de producto /tech
- > 19,1% - Finanzas
- > 14,9% - Dirección general
- > 14,9% - Operaciones
- > 8,5% - Marketing
- > 8,5% - Ventas
- > 4,3% - Recursos humanos
- > 4,3% - Soporte a clientes y/o gestión de cuentas
- > 2,1% - Legal
- > 4,3% - Otro

De nuevo se puede ver que aunque la distribución es más homogénea, las áreas que muestran más interés son la de tecnología y finanzas, seguidas por dirección general y operaciones.

Otra vez, al cruzar los datos con los que declararon estar ya en activo dentro de una fintech de los 18 participantes que lo indicaron, declararon dedicarse a:

- > 5 - Desarrollo de producto /tech
- > 4 - Finanzas
- > 4 - Dirección general
- > 2 - Operaciones
- > 2 - Recursos humanos
- > 1 - Ventas





2. Visión del sector

El sector del fintech, desde que se le llama así y se le categoriza como un sector, es más bien joven. Cada vez atrae más talento de diferentes sectores, tanto aledaños como lejanos por una serie de razones. Como todo sector en crecimiento, se está afianzando y describiendo a sí mismo cada día, definiendo qué perfiles lo constituyen, cuáles son sus maneras de trabajar, la velocidad de crecimiento e inversión que tiene y por lo tanto despierta mucha curiosidad e interés en los profesionales que lo consideran en su carrera.

Este módulo del cuestionario plantea mostrar cómo se mira el sector desde la perspectiva de quien tiene interés en entrar en él, así como analizar si hay alguna diferencia por segmentos de los encuestados en las respuestas, ya sea por género, profesión, área de desarrollo o cualquiera de las características que los pudiera diferenciar y agrupar.

Afianzamiento del sector

Se les preguntó a los encuestados qué opinaban sobre el mundo fintech:

- > 96% - Opinan que está aquí para quedarse
- > 4% - Opinan que es una moda pasajera

Es interesante que esas dos respuestas que opinan que el fintech es una moda, fueron aportadas por dos perfiles muy diferentes:

- > Una mujer, que no está en activo aún, pues está sentada en sus estudios.
- > Una mujer, con un cargo de C-level en finanzas dentro de una fintech.

Interés y/o motivación para adentrarse en el sector

Ya que esta encuesta fue respondida por personas que quieren crecer dentro del sector fintech, uno de los principales datos a conocer era el saber qué es lo que les motivaba a entrar en él.

Existen muchas razones que la bibliografía antes mencionada en el estado del arte enumera como rasgos atractivos de la industria, pero es importante entender de primera mano qué es lo que les motiva a los interesados a migrar de sector o crecer en él.

Cuando se les preguntó cuál era la principal razón que les atraía para formar parte de este sector las respuestas fueron:

- > 64% - Es una manera de generar soluciones y negocios que impactan en la vida de las personas
- > 10% - Es un sector “caliente” en el mercado que está en crecimiento
- > 8% - Es una manera de desarrollar tecnología puntera
- > 8% - Es una manera de trabajar en el sector financiero
- > 8% - Se trabaja de manera ágil y con una metodología/filosofía de startup
- > 2% - Está moviendo mucho dinero en inversiones

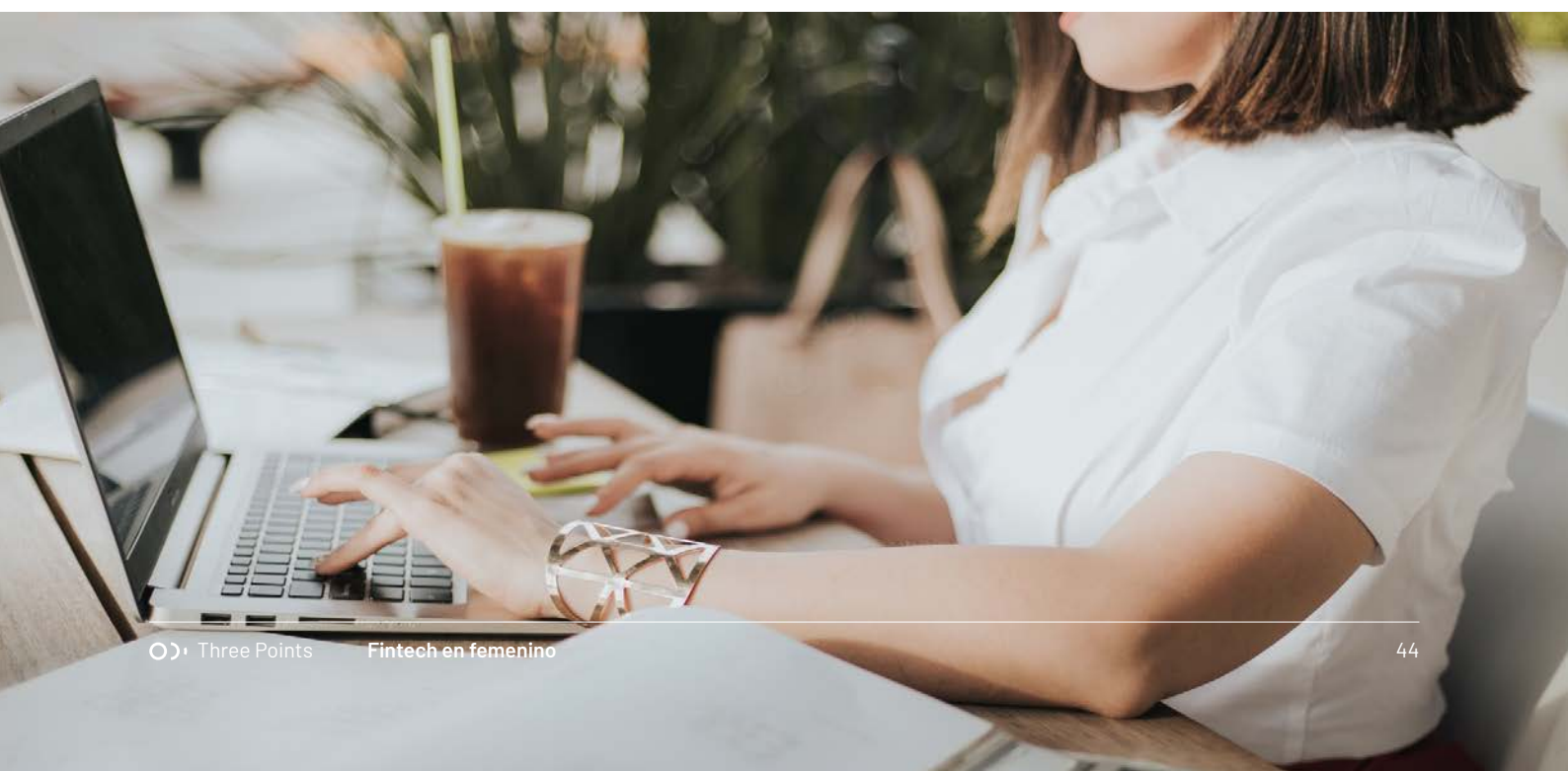
Es interesante resaltar que aunque en general los perfiles que más se interesan por este sector vienen del mundo del desarrollo de la tecnología y las finanzas, esas no fueron sus razones para migrar a este sector, sino uno más humano, el de ayudar a la gente, de modo que lleva a pensar cómo se interpreta el aterrizaje de ambos términos (tech y finanzas) en la mejora de la vida de las personas a través de soluciones que ayudan a su salud financiera.

Crecimiento profesional

Con tal de conocer qué intereses de crecimiento profesional tienen los encuestados se les preguntó si dentro de sus expectativas de carrera profesional estaba en algún momento llegar a un rol de C-level.

- > 90% - Declaró que Sí
- > 10% - Declaró que No

Las 5 personas que contestaron que no eran todas mujeres, ninguna trabaja actualmente en una fintech, y todas declararon tener un rol actual de técnico o especialista. En cuanto a sectores tres de se desempeñan el sector de tecnología, una en finanzas y una en servicios y con respecto al área de desarrollo una está en soporte clientes /gestión de cuentas, una en legal, una en marketing, una en operaciones y otra declaró estar en otra área.



Ampliación de conocimientos

Ya que este estudio se desarrolla dentro de un marco de estudios asociados al fintech, se incluyó una pregunta en el cuestionario para conocer cuántos de los encuestados estaban actualmente realizando algún tipo de estudios que les ayudará a ampliar sus conocimientos sobre el sector, ya sean estas certificaciones, masters, módulos formativos, etc. . De los respondientes:

- > 22% contestó que Sí
- > 78% respondió que No

Para indagar más en las intenciones de los que están estudiando temas relacionados con el fintech se les preguntó a los 11 participantes cuál era su principal objetivo para realizar estos estudios y contestaron lo siguiente:

- > 3 - Actualizar mis conocimientos para seguir en mi actual rol y empresa
- > 3 - Fundar mi propia startup en fintech
- > 3 - Liderar un proyecto o transformación fintech dentro de mi actual empresa
- > 1 - Estudio el tema por interés estrictamente personal
- > 1 - Trabajar como consultor para otras empresas gestionando iniciativas fintech
- > Ninguno - Encontrar un trabajo en una fintech

3. Percepción de la presencia mujer en el sector

El planteamiento de este tercer módulo tiene una doble intencionalidad. Por una parte, entender cómo es que las mujeres que respondieron a la encuesta visualizan su lugar en el sector y ver si hay alguna diferencia en lo que responden los hombres encuestados. Por otra parte, explorar la percepción que se tiene de las herramientas que se pueden utilizar para sobrepasar dichas barreras, tanto desde un punto de vista general, como del más específico de la mujer, entendiendo si las usa o no.

Ampliación de conocimientos

A lo largo del primer bloque de investigación, la bibliografía consultada identificaba que el sector plantea una serie de barreras que dificultan la entrada y el crecimiento de la mujer en el sector fintech. Pero con este cuestionario se intenta conocer de primera mano cómo ven esas barreras los interesados en formar parte del sector, y valorar si quizás es diferente a como lo mira la población en general.

La primera pregunta de este bloque plantea si se considera que las mujeres encuentran más barreras que los hombres en este sector para entrar, crecer, liderar equipos, dirigir empresas, igualdad en retribución, etc. Los encuestados contestaron:

- > 66% que sí
- > 34% que no



El segmento de los 17 encuestados que contestaron que no, se divide casi por igual entre géneros, con 9 hombres y 8 mujeres. Pero por industria en cambio está muy polarizado, con 12 siendo del sector Finanzas, 3 de Tecnología, 1 de Salud y una desempleada. Cinco de los encuestados ya trabajan en una fintech.

La segunda pregunta se centraba en entender la percepción de los respondientes sobre si las barreras que encontraba la mujer en el sector del fintech eran las mismas o diferentes a las que se pudiera encontrar en otro sector. A ello respondieron:

- > 68% - Son las mismas
 - 21 mujeres
 - 13 hombres
- > 32% - Son diferentes
 - 9 mujeres
 - 7 hombres

También se les presentó una selección de 8 barreras que se nombran entre las tantas que comúnmente se identifican como barreras que se encuentra la mujer en el sector. A los participantes se les pidió que seleccionaran el top 3 que ellos/ellas identificaban como las principales del sector. El resultado es el siguiente en orden de mayor a menor votada:

- > La dificultad en progresar en su carrera profesional (subir de cargos) porque se trata de una industria masculinizada por tratarse de finanzas
 - 58% de los votos
 - › 40% mujeres
 - › 18% hombres
- > La dificultad en progresar en su carrera profesional (subir de cargos) porque se trata de una industria masculinizada por tratarse de tecnología
 - 50% de los votos
 - › 40% mujeres
 - › 18% hombres

- > No hay suficientes referentes de mujeres en altos cargos en el sector
 - 48% de los votos
 - › 10% mujeres
 - › 14% hombres
- > La falta de políticas para la conciliación familiar
 - 44% de los votos
 - › 28% mujeres
 - › 16% hombres
- > La baja tasa de inversión en empresas lideradas/fundadas por mujeres
 - 38% de los votos
 - › 18% mujeres
 - › 20% hombres
- > La brecha salarial por género
 - 28% de los votos
 - › 16% mujeres
 - › 12% hombres
- > El entrar a trabajar en la industria viniendo de otro sector más tradicional (no startups)
 - 24% de los votos
 - › 10% mujeres
 - › 14% hombres
- > Otras, dentro de las cuales se mencionan:
 - “Falta de mujeres en carreras técnicas/ingenierías.”
 - “No creo que haya barreras”
 - “Por negociar menos habitualmente”
 - “Brecha en todo el sector tecnología”
 - “El mirar a la mujer en función de si ya fue madre, y si lo es de cuántos hijos. Algo que no se ve al seleccionar hombres”

Es importante resaltar que todas estas respuestas categorizadas como “otras” y que los encuestados aportaron en un campo abierto, fueron dadas por hombres que sustentan un rol de C-level.

Se destaca tres de las barreras donde ellos hay más votos masculinos que femeninos:

- > No hay suficientes referentes de mujeres en altos cargos en el sector
- > La baja tasa de inversión en empresas lideradas/fundadas por mujeres
- > El entrar a trabajar en la industria viniendo de otro sector más tradicional (no startups)

Herramientas para el crecimiento profesional

Como segunda parte de este bloque de preguntas, se les preguntó a los encuestados cuál es su visión sobre las herramientas de crecimiento profesional que se utilizan a lo largo de la carrera de cualquier sector. Principalmente, para entender cómo las valoran en el mundo fintech para que sean de ayuda para que las mujeres puedan superar las barreras antes mencionadas y puedan ocupar puestos en la industria.

El listado de herramientas se seleccionó desde la bibliografía consultada y normalmente categorizadas como útiles para el avance profesional. A los participantes se les pidió que seleccionaran el top 3 de las herramientas que consideraban serían las que más impacto tendrían en el crecimiento de la mujer en el sector. El resultado es el siguiente en orden de mayor a menor votada:

> Hacer networking, creciendo redes de contactos

- 60% de los votos
 - › 30% mujeres
 - › 30% hombres

> Formarse en hard skills (finanzas, desarrollo de software, certificaciones, etc.)

- 58% de los votos
 - › 36% mujeres
 - › 22% hombres

> Encontrar mentores y/o programas de mentoring para trabajar el crecimiento profesional

- 52% de los votos
 - › 30% mujeres
 - › 22% hombres

> Formar parte de redes de mujeres para el empoderamiento

- 46% de los votos
 - › 30% mujeres
 - › 16% hombres

> Desarrollar las soft skills (comunicación, gestión del tiempo, coaching, etc)

- 42% de los votos
 - › 30% mujeres
 - › 12% hombres



> **Participar en eventos del sector**

- 22% de los votos
 - › 14% mujeres
 - › 8% hombres

> **Leer sobre, y seguir a, mujeres que han conseguido romper estas barreras**

- 14% de los votos
 - › 8% mujeres
 - › 6% hombres

> **Otras;**

- “Hacer el camino normal para entrar a una fintech. Conozco muchas mujeres que trabajan en fintech. Es cuestión de interés o no.”
- “Negociar más, poner en valor su talento”
- “Todas las anteriores serían iguales para hombres y mujeres y en diferentes sectores. La problemática es cultural”

En cuanto a las respuestas anteriores (otras) las primeras dos fueron aportadas por hombres mientras que la tercera por una mujer.

Aunque en este caso no se ven grandes diferencias entre las respuestas de los hombres y mujeres, si es importante destacar que la herramienta más votada por las mujeres que están entrando o creciendo en el sector es la de formación en hard skills.



De los participantes en la encuesta, se le pidió a las mujeres que seleccionaran de las herramientas previamente mencionadas cuáles estaban trabajando actualmente, permitiéndoles seleccionar tantas como hiciera falta. Los resultados fueron los siguientes, de mayor a menor votos:

- > Hacer networking, creciendo redes de contactos - 53,3%
- > Participar en eventos del sector - 53,3%
- > Formar partes de redes de mujeres para el empoderamiento - 46.7%
- > Desarrollar las soft skills (comunicación, gestión del tiempo, coaching, etc) - 43.3%
- > Encontrar mentores y/o programas de mentoring para trabajar el crecimiento profesional - 36,7%
- > Leer sobre, y seguir a, mujeres que han conseguido romper estas barreras - 30%
- > Formarse en hard skills (finanzas, desarrollo de software, certificaciones, etc.) - 26,7%
- > Ninguna - 3,3%
- > Otra - 3,3%
 - “Estoy trabajando en sacar adelante un proyecto”

Es interesante ver como en la pregunta anterior 18 mujeres consideraban que formarse en hard skills era lo más importante pero solamente 8 mujeres de todas las encuestadas están haciéndolo actualmente. Mientras que una de las actividades de las que más participan actualmente las encuestadas, participar en eventos del sector, por el contrario es de las menos valoradas en la lista general.

Redes de apoyo

En anticipación a las respuestas de las encuestadas, se incluyó una pregunta para las mujeres participantes donde se les preguntaba si formaban parte de alguna red de mujeres en el sector fintech y estas fueron las respuestas:

- > 60% - No, pero sí me interesa apuntarme a alguna
- > 30% - Sí, ya soy parte de una (o más de una)
- > 10% - No, y no me interesa formar parte de una

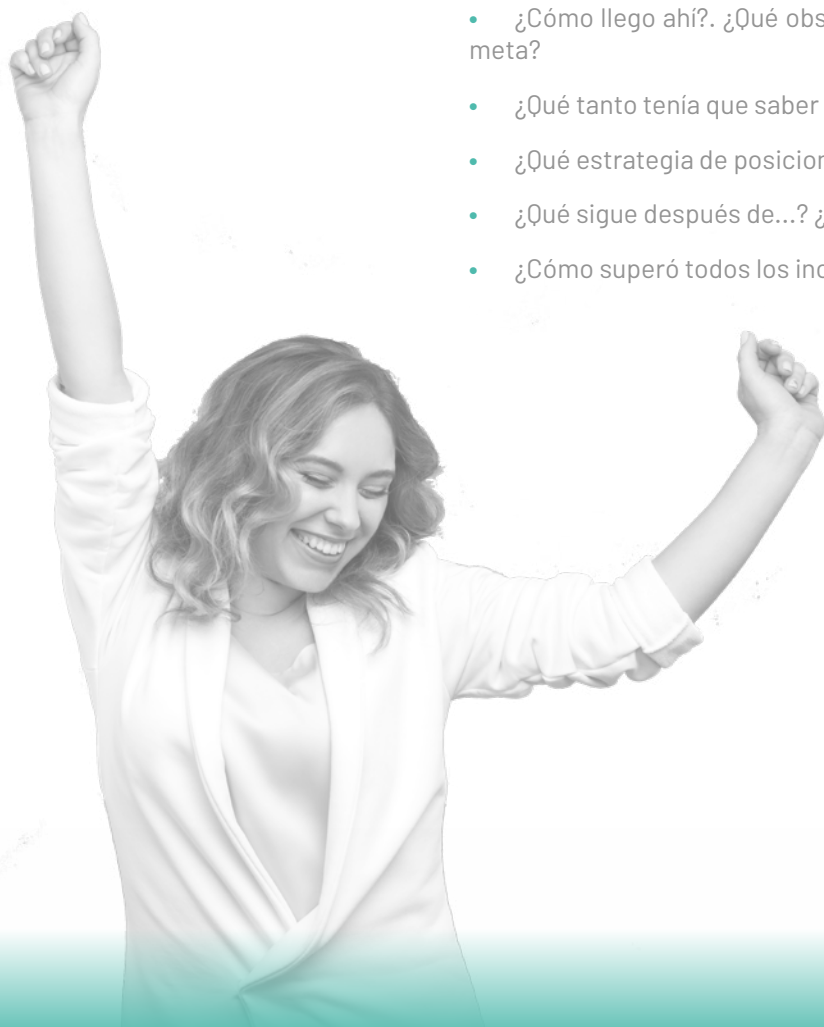
Es interesante destacar que en las secciones anteriores la herramienta mejor valorada tanto por hombres como por mujeres fue la de hacer networking y la cuarta más valorada en general la de participar en redes de mujeres. Mientras que los resultados de esta última pregunta, con un 60% de las encuestadas declaran no pertenecer a una red de mujeres en fintech, pone en evidencia que quizás estos foros son más necesarios que nunca, o que los que ya existen, no han llegado a todas aquellas mujeres que se interesa por ellos y encuentran beneficio en formar parte de una red como esas.

También es curioso ver que ambas mujeres que votaron que no formaban parte de una red de mujeres en fintech y que no les interesaría formar parte de una como tal, declaran actualmente trabajar en hacer crecer sus redes de contactos y formar parte de redes de mujeres para el empoderamiento.

Preguntas finales

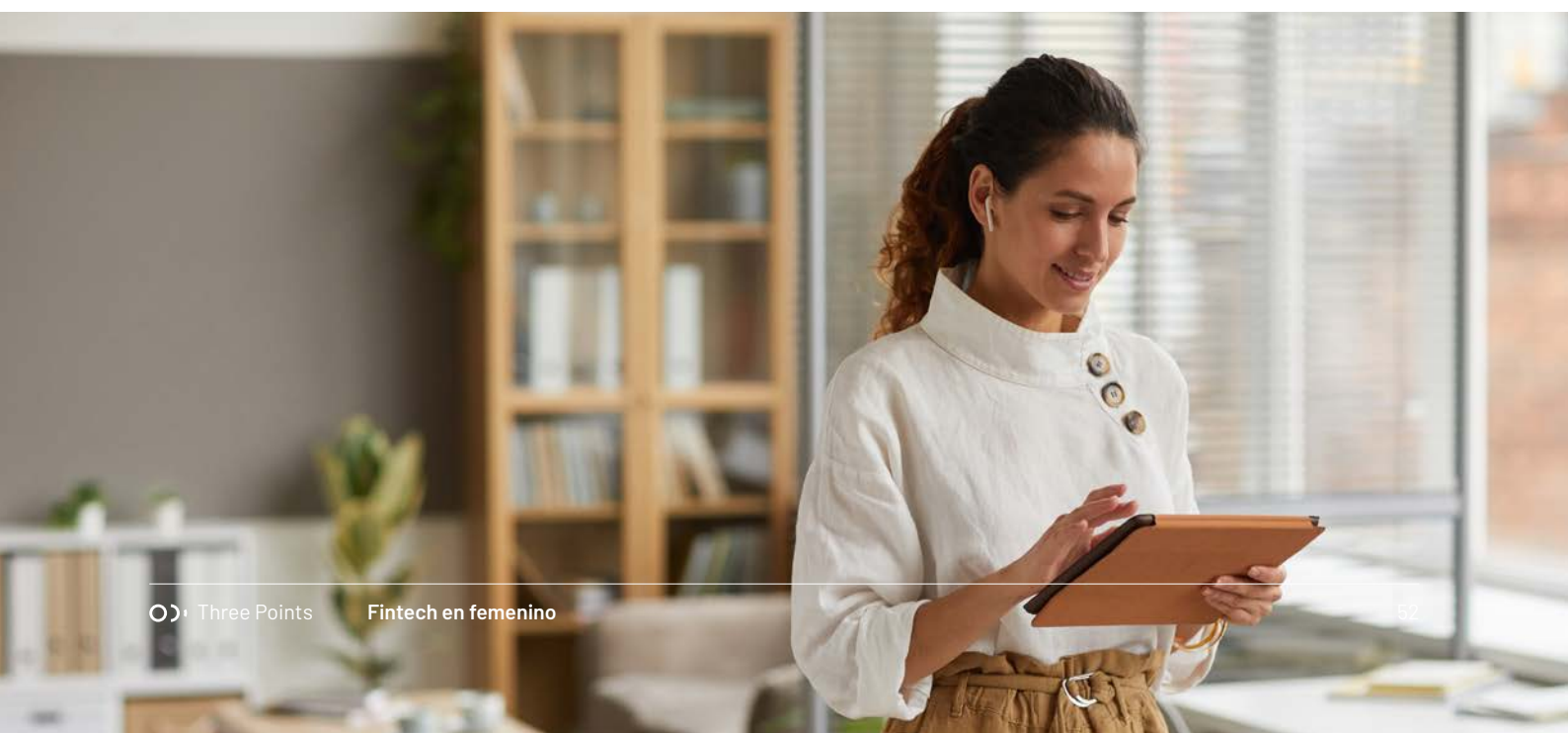
Como última pregunta optativa, se les pidió a las mujeres encuestadas que compartieran qué preguntas o consejo les gustaría hacer a una mujer que haya llegado a cargos ejecutivos en el sector. Esta pregunta se preparó para poder conocer las inquietudes de aquellas mujeres que comienzan su camino en el sector fintech. 26 de las 30 mujeres que participaron rellenaron esta pregunta y esta son sus inquietudes:

- ¿Qué habilidad considerarías la más importante para llegar al C-suite y que te tomen en serio para ese tipo de promociones?
- Como profesional de RRHH me interesaría que me de información con respecto a las dificultades con las que se encontró en términos (de) liderazgo y construcción de cultura organizacional.
- Si hubiera hecho algo diferente en su camino, ¿qué sería?
- ¿Cuáles fueron sus principales barreras y cómo trabaja día a día para superarlas?
- ¿Cuál es la principal fortaleza?
- ¿Cuáles son las herramientas que le han servido para llegar a esos cargos?
- ¿Cómo llego ahí?. ¿Qué obstáculos tuvo que resolver para llegar a esa meta?
- ¿Qué tanto tenía que saber de tecnología cuando empezó?
- ¿Qué estrategia de posicionamiento le funcionó a su compañía?
- ¿Qué sigue después de...? ¿Cómo lo hacemos?
- ¿Cómo superó todos los inconvenientes para conseguir sus objetivos?



- ¿Cuál es la mejor herramienta para gestionar el tiempo y cómo solucionar problemas con tecnología?
- Pasos relevantes que diste
- ¿Cómo lograr integrar todos los aspectos como son los profesionales, personales y familiares?
- ¿Qué ha utilizado tanto en temas habilidades hard como en temas soft? ¿Cuáles han sido sus mayores retos? ¿Qué tipo de estrategias uso? ¿Qué tipo de liderazgo utilizó y cómo equilibró su vida personal con su vida laboral?
- ¿Cómo se lidera a ella misma para liderar?
- En tu experiencia, que se ha valorado más: ¿las hard skills o las soft skills?
- ¿Qué se podría hacer para reducir la brecha de género en su sector?
- ¿Cómo venciste la resistencia inicial a dar El gran Paso, que tres cosas te ayudaron y en cuanto tiempo?
- ¿Cómo lograr ascender a pesar de las barreras?, ya que la opinión de un hombre es más aceptada que la de una mujer, aún con los mismos argumentos
- ¿Qué acciones claves llegó a ejecutar para llegar a ese punto?
- Nada en particular. Lo habitual de una carrera.
- ¿Cuál es el ADN de la mujer emprendedora?
- ¿Cuál ha sido su estrategia?
- Qué tengas mucho ánimo y perseverancia
- Si lo consiguió antes o después de tener una vida familiar
- ¿Cómo lo ha conseguido?

Como se puede ver, las inquietudes giran alrededor de las herramientas y habilidades/fortalezas que una mujer puede usar para prosperar, dudas sobre las barreras encontradas y qué estrategias utilizar para sortearlas y sobre el balance entre lo profesional y lo personal.





5

Cap. 5

Análisis cualitativo: entrevistas a mujeres referentes del sector fintech



En este bloque de investigación se busca conocer de primera persona la perspectiva de aquellas mujeres que han conseguido tomar altos cargos de responsabilidad dentro de empresas del sector fintech.

El objetivo de estas entrevistas es visibilizar y transmitir los aprendizajes y puntos de vista de mujeres que han conseguido dirigir empresas fintech. Desde sus experiencias y bagajes personales estas entrevistas transmiten sus realidades, esperanzas y consejos para que las siguientes generaciones que vienen detrás puedan aprovecharlas de la mejor manera.

PROCESO

Para este tercer bloque de investigación se realizaron 5 entrevistas a C-levels y fundadoras de empresas fintech.

Previo a realizar las entrevistas con las 5 elegidas, se redactaron una serie de preguntas que cubrieran las cuatro temas en los que se quería ahondar, así como el guión para realizar la entrevista y un par de entrevista de prueba para asegurar que el tiempo y duración de la entrevista era el correcto.

Los cuatro temas que se le plantearon a las entrevistadas durante las entrevistas fueron:

- > El camino que has seguido desde tu experiencia,
- > Las herramientas que crees que te ayudaron a llegar hasta ahí,
- > Tu opinión sobre la mujer en el sector fintech, y
- > Recomendaciones para otras mujeres que quieran hacer carrera en el sector.

Fechas

Las entrevistas se realizaron en un periodo de 5 días, del 10 de mayo al 15 de mayo del 2021.

Formato

Las entrevistas se hicieron por videollamada a través de Google Meet y se grabaron (previo permiso de las entrevistadas) con el software de licencia libre Audacity⁹⁷ para poder escucharlas de nuevo mientras se analizaban los resultados.

⁹⁷ Fuente: Audacity, n.d

Alcance

Para elegir a las entrevistadas se investigaron varios artículos en prensa online y listados de mujeres en fintech donde poder identificar a las candidatas, tales como: "15 women in European fintech you should know"⁹⁸ y "Spotlight on 20 kickass female founders in Spain"⁹⁹ entre otros.

Tras identificar a varias mujeres se realizó una lista de posibles entrevistadas y se les contactó vía linkedin personalmente con una serie de mensajes para invitarles a participar al estudio. Se contactaron a más de 15 candidatas y de ellas se concretaron las 5 entrevistas realizadas.

Las 5 entrevistadas fueron:



Victoria Blanco

CEO y cofundadora de Ábaco Latam¹⁰⁰



Natalia de Santiago

Ex-CEO y cofundadora de My Value Solutions (Finleap Connect)¹⁰¹



Gabriela Chang

CSO y cofundadora de EthicHub¹⁰²



Sofia Iture

COO y cofundadora de Libeen¹⁰³



Mireia Badia

CEO y cofundadora de Grow.ly¹⁰⁴

⁹⁸ Fuente: Woodford, 2020

⁹⁹ Fuente: Guarín, 2020

¹⁰⁰ Fuente: Abaco, n.d.

¹⁰¹ Fuente: Finleap Connect, n.d.

¹⁰¹ Fuente: EthicHub, n.d.

¹⁰¹ Fuente: Libeen, n.d.

¹⁰¹ Fuente: Grow.ly, n.d.

RESULTADOS

Estos resultados se deben interpretar como una muestra anecdótica de la realidad que vivimos. Se basan solamente en 5 entrevistas a personas muy diversas y este análisis no intenta en ningún caso representar una generalización del sector. El objetivo es compartir de primera mano las opiniones de 5 mujeres que han conseguido destacar por su gran trabajo en el sector desde una posición de dirección. Ninguna emprendedora ni proyecto son iguales.

El camino que has seguido desde tu experiencia.

Cada una de las entrevistadas tiene un background diferente. Hay quienes vienen del mundo tech o de las finanzas, también las hay que entraron al sector fintech desde otras vertientes como el marketing o el diseño. Tienen diferentes edades y situaciones familiares, viven en diferentes ciudades (incluso países) y ejercen diferentes roles en sus empresas. Hay quienes ya habían llevado cargos de dirección antes de emprender y quienes no. Y las hay que tienen un par de años de experiencia profesional y las que tienen más de 20 años en activo. Lo que sí está claro es que todas ellas han conseguido estar en un rol de dirección al crear su propia empresa, es decir, construir sus propias oportunidades y no a través de una escalada profesional.

Hablando de la valentía y empoderamiento que tienen las mujeres de hoy en día al emprender.

En cuanto a los proyectos, éstos también son muy diversos. Aunque todos se vinculan por formar parte del sector fintech estos son diferentes en cuanto a su foco, los hay quienes hacen crowdlending, software de gestión o proptec entre otros, los hay B2B y B2C, están en diferentes estadios de maduración, incluso dirigidos en mercados y localizaciones diferentes.

Lo que sí une a todas es la respuesta a la pregunta "¿Qué fué lo que te atrajo del sector?": Todas coinciden en que es un sector donde una buena idea que cree **gran impacto social** se puede **desarrollar de forma ágil**. Resaltan el valor de construir una empresa con base tecnológica sin lastres (de legacy tecnológica) y basada en software que no necesita tanta inversión como sería una empresa basada en hardware. También señalan que el sector financiero les atrajo pues se puede beneficiar tanto de la innovación para el beneficio de la sociedad y adaptada a los nuevos tiempos.



Las herramientas que crees que te ayudaron a llegar hasta ahí.

Para este apartado, se decidió seguir el formato de la encuesta hecha a las personas que están actualmente trabajando en el sector, a quienes se les preguntó qué herramientas y habilidades (hard y soft) creían que hacían falta para conseguir llegar a un alto cargo en el sector fintech.

Pero en este caso se les preguntó a las entrevistadas cuáles de esas mismas herramientas y habilidades consideraban ellas que realmente les había ayudado a llevarlas a donde se encuentran ahora mismo en su carrera profesional.

La siguiente tabla de herramientas se les presentó a las entrevistadas, y se les preguntó lo siguiente:

> U - Uso:

- Si durante sus procesos para llegar hasta donde están ahora han utilizado dicha herramienta o no. Verde = Sí / Rojo = No

> V - Valor:

- Que valor del 1 al 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, le dan a dicha herramienta para ayudarles a llegar donde han llegado.

> C - Continuidad:

- Si continúan haciendo uso de dicha herramienta a día de hoy o no. Verde = Sí / Rojo = No

Las respuestas están indicadas por columnas de tres valores (U/V/C), uno por entrevistada, mostrados aquí de forma anónima:

Herramienta	U	V	C	U*	V*	C*	U	V	C	U	V	C	U	V	C
Formarse en hard skills		3			-			5			5			4	
Hacer networking y redes de contactos		5			5			5			4			5	
Encontrar mentores y programas de mentoring		5			-			3			3			4	
Formar parte de Redes de mujeres		4			-			4			2			3	
Desarrollar soft skills		5			-			4			4			-	
Participar en eventos del sector		4			4			5			5			5	
Leer y seguir a mujeres referentes		2			-			5			4			4	

*Importante explicar que una de las encuestadas explica que cuando ella empezó su emprendimiento muchas de estas herramientas no existían pues el ecosistema startup no existía como tal y no tuvo oportunidad de utilizarlas de modo que no las puede valorar, del mismo modo, al dejar de lado las tareas de dirección no continúa ejerciéndolas personalmente pero les encuentra valor para quien quiera dirigir una empresa.

Formarse en hard skills:

Una buena base para llegar a donde están, en general consideran que montar una startup es como un MBA pero en práctico. Solo una de ellas sigue formándose en hard skills por la alta demanda técnica que tiene su empresa y al utilizar tecnologías tan punteras tiene que mantenerse al día.

Hacer networking y redes de contactos:

Todas están de acuerdo aunque consideran que los eventos de networking, aunque aportan espacios para conocer gente, no son suficientes. Los resultados vienen de nutrir y crecer esas redes de contactos manteniendo esas relaciones a largo plazo.

Mentores y programas de mentoring:

Todas ellas consideran que al inicio de montar una startup estos programas organizados de charlas y mentoring son muy valiosos, pero a medida que van avanzando su camino éstos les consumen mucho tiempo y su aporte en cuanto a impacto tiende a bajar. Aún así es generalizado el valor que le dan a una formación los ciclos de vida de una startup, financiación y modelos de negocio son básicos y no se aprenden en la universidad normalmente. De modo que un mentoring en estos temas lo creen fundamental.

Formar parte de redes de mujeres:

Aquellas que forman parte de redes de mujeres han encontrado valor para estar dentro de ellas por el acompañamiento que estas aportan. No consideran que sean lo más importante para llegar a donde están pero sí que continúan formando parte de ellas o buscando formar parte de ellas por sentirse acompañadas en estos procesos.

Desarrollar soft skills:

En general las entrevistadas han trabajado el desarrollo de soft skills en algún momento de su carrera profesional. De aquellas que lo han hecho, valoran esta herramienta en los niveles más altos para llegar a puestos de dirección y por eso mismo continúan haciéndolo.



Participar en eventos del sector:

Todas las entrevistadas puntúan el participar en eventos del sector con las notas más altas, solamente comparables al hecho de crear redes de contactos. La razón de esta nota tan alta es el de la exposición que dan estos eventos a sus startups (siempre como ponentes) que valoran muy necesario para crear una marca y ayudar a levantar inversión y negocio.

Leer y seguir a mujeres referentes:

Tres de las entrevistadas valoran con buena nota el leer y seguir a mujeres (y no solo mujeres) referentes pues consideran que aprender de los errores de otros les puede ayudar a acortar tiempos en sus propios emprendimientos, por esa misma razón siguen con esta práctica.

> Hard Skills

En la encuesta realizada en el segundo apartado de este estudio la mayoría de los encuestados (el 60%) consideraba que formarse en hard skills es la herramienta que más impacto tiene en el avance de la profesión. Por ese motivo se les pidió a las entrevistadas que valoraran del 1 al 5 (siendo el 1 la nota más baja y el 5 la más alta) las siguientes hard skills según consideran que importancia tienen llegar a un puesto directivos.

Herramienta					
Idiomas	5	-	5	5	5
Marketing	2	-	2	4	4
Análisis de datos	5	5	3	4	5
Programación	5	3	1	2	3
Finanzas y administración	5	5	5	3	5
Gestión de proyectos	3	3	5	4	5
Certificaciones técnicas	1	-	3	1	1

> Soft Skills

Para complementar las hard skills, se les pidió a las entrevistadas que de las siguientes 15 opciones dieran su "Top 5 soft skills" que una mujer debe tener para dirigir proyectos en el sector fintech, siendo la 1 la más importante y la 5 la menos de las 5 elegidas.

Soft skills				
Resolución de problemas	1	4	3	4
Autodirección				
Empuje	3	5		
Adaptabilidad / Flexibilidad		2	5	2
Habilidades de comunicación efectiva		1		
Trabajo en equipo	4		4	4
Confianza			3	1
Resolución de conflictos				3
Liderazgo			2	5
Investigación				
Creatividad	5	3	2	
Ética de trabajo			1*	5*
Integridad	2		1*	5*
Pensamiento crítico				1
Voluntad de aprender				

*Consideran ambas habilidades sinónimas.

De las respuestas se pueden extraer cuatro principales bloques de habilidades como importantes:

> **La creatividad y la capacidad de resolución de problemas:**

No solo de la propuesta de valor que se quiere ofrecer al mercado, sino en el ciclo de crecimiento de una startup puesto que es siempre cambiante y los problemas son parte del proceso y “solo con creatividad se pueden resolver”.

> **La adaptabilidad/flexibilidad y el empuje:**

Como complementos uno del otro puesto que una startup por naturaleza es cambiante y requiere de ajustes constantes. Y consideran que “Por la incertidumbre y los cambios que se dan” en una startup, empuje y resiliencia para soportar el estrés que tantos cambios pueden causar puesto que es “importante no caer”.

> **El trabajo en equipo:**

Todas las entrevistadas coincidieron que cualquier directivo de una fintech tiene que trabajar con su equipo. Consideran que “sin un equipo no eres nada”.

> **La integridad y ética del trabajo:**

Al considerar que para dirigir hay que poder trabajar en equipo, inspirar y liderar a las personas y eso solamente se consigue “Si eres coherente, (así) la gente sabe que se puede trabajar contigo y cómo hacerlo”.

Tu opinión sobre la mujer en el sector fintech.

Todas las entrevistadas tienen más o menos experiencia profesional o trayectoria en el sector fintech de modo que sus respuestas corresponden, de nuevo, a sus propias experiencias. Se les preguntó a las entrevistadas sobre su opinión personal del sector, especialmente sobre la brecha de género con los siguientes temas:



La existencia de la brecha de género:

Todas las entrevistadas coinciden que ahora mismo **existe la brecha dentro de los sectores tech y financiero por separado**. Ellas opinan que en esos sectores se ve más acusado la diferencia pues en el mundo de los programadores ya desde los estudios hay muchos más chicos que chicas en las universidades y eso se evidencia también en el sector profesional, mientras que en el sector financiero se le achaca el concepto de que es un sector más “tradicional”, basado en arquetipos, donde para llegar a los altos cargos hacía falta tener ciertos niveles de experiencia y estudios que en generaciones anteriores las mujeres no llegaban a alcanzar pero que con las nuevas generaciones eso irá cambiando pues ya se vé que son más mujeres que hombres los que se gradúan de universidad y eso podría llegar a cambiar la balanza.

Una de las entrevistadas, la más joven, incide en que para ella no existe la brecha de género en el sector diciendo que “siempre he recibido el mismo trato que cualquier otro hombre” mientras que la más veterana opina lo contrario “hay una brecha enorme, hay muchísimos más hombres que mujeres en fintech, especialmente en roles de decisión” e incide en que emprender es una tarea muy demandante que exige muchísimo tiempo y flexibilidad de modo que “siendo mujer o te pilla muy joven a los 20 sin hijos donde puedes dedicarte 100% al proyecto o si te pilla a los 30 y tienes que compatibilizar con la familia es casi imposible”. Esto nos hace reflexionar como ha cambiado la industria en los últimos años, nos apunta a que va mejorando y la brecha se va reduciendo. Del mismo modo que se va notando el impacto de las iniciativas para mejorar la paridad en el sector, donde **las nuevas generaciones tienen acceso a muchas más oportunidades y herramientas que sus predecesoras**.

Por otra parte otra de las entrevistadas apunta que el hecho de que el sector fintech se basa en el desarrollo de código y con prácticas modernas como el teletrabajo, esto ha permitido que **“más mujeres que por situaciones familiares requieren de una conciliación de horarios puedan entrar a trabajar en este sector tech desde sus hogares, a su ritmo y sus horarios”**.

Todas coinciden que la brecha empieza desde lo cultural y la educación donde, como una de ellas menciona “la sociedad empuja a la mujer a vivir el cuento de Disney”, refiriéndose a que **no siempre se les plantea a las chicas (desde pequeñas) que pueden hacer lo mismo que los hombres**.

Experiencias personales que evidencian esa brecha de género:

Las entrevistadas relatan que han vivido actitudes tanto positivas como negativas que evidencian dicha brecha de género.

Positivas:

> Visibilidad y promoción a sus proyectos por la discriminación positiva de tener una fundadora mujer principalmente en foros donde se quiere ayudar a reducir dicha brecha y dan voz y atención a esas empresas con liderazgo femenino.

Negativas:

> “Paternalismo” y “mainsplaining” por parte de actores del sector que por

ser mujer se les ha explicado cómo son las cosas o deben ser en el sector. Actitud que quizás no se les ha presentado a sus compañeros hombres.

- > Frases dirigidas a ellas por el hecho de ser mujeres, como “Venga guapa, luego te llamo.. eso no se lo dicen a mis compañeros” o “¿vas a ir sin tacones a la reunión?... incluso preguntarte si tienes pensado tener hijos”.
- > Estar en foros de inversión donde los inversores “se les ponen los pelos de punta al ver entrar a una emprendedora embarazada pues piensan que no le darás toda la dedicación que hace falta al proyecto”.

Cómo eliminar la brecha:

Estas son algunas de las propuestas que plantean las entrevistadas sobre qué se podría hacer para eliminar la brecha de género:

- > Con cambios en la sociedad a nivel educativo donde se le plantee a la mujer que puede llegar a ser lo que quiera ser.
- > Con pequeños gestos que rompen esquemas de condicionamiento, como el lenguaje que es un vehículo de cambio, con algo tan sencillo como que una niña escuche doctora o maestra y asocie que puede serlo porque lo que termina con “a” es para niña pero sigue escuchando piloto y piense que eso es solo para niños.
- > Fomentar los estudios técnicos (STEM) desde que las chicas son jóvenes, así habría más profesionales en el área tech mujeres.
- > Participando en programas que impulsan y promueven que el talento no tiene género.
- > Seguir dando visibilidad a las mujeres que están en esos cargos y empresas en el sector para que las generaciones venideras vean ejemplos de lo que se puede alcanzar.
- > Exigiendo unas cuotas de paridad, hasta que no haga falta exigir las porque sea la norma. Como líderes de empresas, requerir unos mínimos de representación en puestos de liderazgo, de modo que haya la oportunidad para optar a puestos en empresas y subidas de nivel.



- > Igualando las bajas de paternidad y maternidad para que haya una igualdad de ambas partes para tener oportunidades laborales.
- > Naturalizar que la carrera profesional no es algo lineal y estructural, que se puede detener y luego retomar años más tarde, tanto para hombres como para mujeres.

Recomendaciones para otras mujeres que quieran hacer carrera en el sector fintech.

A las entrevistadas se les pidió que dieran algunos consejos tanto para las mujeres que tienen interés en emprender dentro del sector fintech como para aquella que quizás no quieran montar su propia empresa pero si están interesadas en crecer profesionalmente dentro del sector. Estas son algunas de sus recomendaciones:

- > Que toda mujer sea muy crítica con todo lo que le dicen, no todo lo que te cuentan tiene porqué ser la verdad, de modo que para eso también hace falta tener mucha confianza en sí misma y seguir su intuición, si sale mal aprender de lo que pasó pero ser consciente que no se dejó llevar por decisiones de otros y aprender de tus errores.
- > Confiar en que lo puedes hacer (trabajar en la industria), investigar todo lo que tienes que aprender para conseguirlo pero a final de cuentas confiar en que puedes hacer esto como cualquier otra cosa que has hecho.
- > Para las que quieren emprender, estar dispuestas a saber que tanto quieren sacrificar o dedicar a su proyecto y si lo tienes claro rodearse de gente que te acompañe en este viaje porque es difícil y complejo para ir sola.
- > Si es crear su propia empresa que se dedique a lo que realmente le gusta porque emprender es muy difícil, y o te apasiona o pronto te darás por vencida.
- > Pelear por tu sitio y no dejar que te desvaloricen, nunca dejarse menospreciar.
- > Que siempre trabajen con un constante “pruebo, analizo y mejoro” para siempre aprender.
- > Para las que quieren emprender que piensen siempre en cómo hacer rentable la empresa desde un inicio.
- > Al montar su propia empresa, que se informen desde muy pronto todo el tema de valoración de tu propia empresa para no “dar mucho porcentaje de tu compañía y diluirse muy pronto”.
- > No dejar pasar el tiempo para tomar decisiones difíciles. Como por ejemplo el desvincular a un miembro del equipo pues puede llegar a ser tóxico y minar la cultura de la empresa.
- > No arrepentirse de nada y aprender de todo lo vivido, porque uno no puede mirar a atrás, siempre hay que mirar para adelante.



6

Cap. 6

Discusión y conclusiones

Está claro que el talento no discrimina entre géneros y que tanto mujeres como hombres están capacitados para desarrollarse y crear nuevos proyectos incluyendo aquellos basados en finanzas y tecnología que pareciera que son terreno masculino.

Lo que se ha vivido hasta hoy en el sector del fintech deja a la vista que **una de las grandes razones para la brecha de género que existe en tantos ámbitos de la sociedad es por la manera que estos ámbitos han sido creados**. Los arquetipos y la estructura patriarcal sobre la que se han construido, donde a lo largo de cientos de años se han continuado prácticas que han creado distanciamiento de oportunidades entre hombres y mujeres, y que aún con grandes esfuerzos son muy difíciles de achicar.

Pero también queda claro que con la creación de un nuevo sector, como es el fintech, las reglas no están escritas aún y con mujeres tan capacitadas como las de estas generaciones son ellas, junto al resto de la sociedad, las que van creando sus propias reglas y espacios para el crecimiento y el desarrollo profesional. Esto, aunado a las nuevas formas de crear empresas, con metodologías ágiles, cultura de innovación y valores que promueven un impacto en la sociedad, **las mujeres tienen cada vez más herramientas a su mano para poder triunfar**.

Cada día las mujeres vienen más preparadas. Los datos estadísticos dejan evidente que las semillas que se sembraron hace años empiezan a dar sus frutos, con más mujeres graduadas de universidad que hombres, mayor libertad financiera y medios para emprender, son ellas las que están dirigiendo su futuro.

Las nuevas generaciones vienen empujando con fuerza, con ganas de hacer un cambio y prepararse todo lo que haga falta para triunfar y seguir el ejemplo de aquellas que lo consiguieron.

Y las que lo lograron no reparan en compartir sus éxitos, empoderando a otras a conseguirlo. Comparten sus experiencias, sus logros y fracasos, y generan un entorno de sororidad donde se crea un caldo de cultivo idóneo para decantar aún más la balanza en pro de la mujer emprendedora.

Dejemos que el fintech siga su curso y sirva de ejemplo a otros sectores de como pueden ser las cosas en la vida si nos planteamos la historia de diferente manera, con otras formas de construir y avanzar como sociedad.



Bibliografía

- 1 Abaco. (n.d.). Microcreditos para aliados. <https://abacolatam.com/>
- 2 AEFI. (2019). *II Informe Fintech Women Network*. Asociación Española de Fintech e Insurtech. https://asociacionfintech.es/wp-content/uploads/2019/10/II-Informe_Fintech_Women_Network_2019.pdf
- 3 AEFI. (2020). *III Informe Fintech Women Network*. Asociación Española de Fintech e Insurtech. https://www.asociacionfintech.es/wp-content/uploads/2020/10/III-Informe-FWN_29.10.2020.pdf
- 4 Alarcos, T. M. (2021). El emprendimiento digital femenino en España: Situación y prospección Mujeres, tecnología y sociedad digital. *Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado*. <http://www.raing.es/sites/default/files/EI%20emprendimiento%20digital%20femenino%20en%20Espa%C3%B1a.pdf>
- 5 Albendea, G. L. (2020, 7 6). Fintech: una palanca para levantar los ODS. *Compromiso Empresarial*. <https://www.compromisoempresarial.com/rsc/2020/07/fintech-una-palanca-para-levantar-los-ods/>
- 6 Anghel, B., Conde-Ruiz, J. I., & Marra, I. (2019). Brechas Salariales de Género en España*. *Instituto de Estudios Fiscales*. 10.7866/hpe-rpe.19.2.4
- 7 Aram-Dixon, K. (2017). *Alpha Female 2017*. Citywire Switzerland. <https://citywire.co.uk/docs/2017/CitywireAlphaFemale.pdf>
- 8 Audacity. (n.d.). Free, open source, cross-platform audio software for multi-track recording and editing. Retrieved 2021, from <https://www.audacityteam.org/>
- 9 BBVA Comunicaciones. (2017, 9 17). Las brechas de la bancarización. *BBVA - Asuntos sociales*. <https://www.bbva.com/es/las-brechas-de-la-bancarizacion/>
- 10 Bover, O., Hospido, L., & Villanueva, E. (2018, 5 25). *Encuesta de Competencias Financieras*. Banco de España. https://www.bde.es/f/webbde/SES/estadis/otras_estadis/2016/ECF2016-Prest.pdf
- 11 Caixabank. (2021, 4 5). Las fintech españolas crecieron un 15% según Finnovating. *Bankia Fintech*. <https://www.bankiafintech.com/las-fintech-espanolas-crecieron-un-15-segun-finnovating>
- 12 Capital Radio. (2020, 2 6). FinTech: El 65% de las startups lideradas por mujeres tienen un mejor rendimiento. *Capital Radio*. https://www.capitalradio.es/noticias/economia/fontech-65-startups-lideradas-mujeres-tienen-mejor-rendimiento_72612328.html
- 13 Catalyst. (2020, 8 11). *Women in management, a quick take*. Workplaces that work for women. <https://www.catalyst.org/research/women-in-management/>
- 14 CEOE - Confederación Española de Organizaciones Empresariales. (2019). *Análisis de la brecha salarial de género en España: Identificando las causas para encontrar las soluciones*. PWC. https://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/publications_docs-file-597-analisis-de-la-brecha-salarial-de-genero-en-espanav2.pdf

15	Citywire. (2017, 9 7). Alpha Female 2017 report: even worse for women fund managers. <i>Citywire Switzerland</i> , (Alpha Female 2017 report). https://citywire.ch/news/alpha-female-2017-report-even-worse-for-women-fund-managers/a1040152
16	Clempner, J., Daisley, M., & Jaekel, A. (2019). Women in the workforce. <i>Women in financial services 2020</i> , Oliver Wyman. https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2019/November/Women-In-Financial-Services-2020.pdf
17	Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). <i>La base de datos Global Findex Medición de la inclusión financiera y la revolución de la tecnología financiera</i> . World Bank Group. https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/211259ovSP.pdf
18	DigitalES. (2018). <i>Informe DigitalES - Summit 2018</i> . http://congreso2018.digitales.es/
19	DigitalES & Quanticae. (2018). <i>Mujeres en la economía digital en España 2018</i> . DigitalES. https://www.digitales.es/publicacion/informe-mujeres-en-la-economia-digital-en-espana-2018/
20	Eactivate. (2020). <i>Este es el mapa de emprendimiento en España en 2020</i> . https://eactivate.com/ . https://eactivate.com/este-es-el-mapa-de-emprendimiento-en-espana-en-2020/
21	EC Brands. (2021, 01 02). El género y la edad influyen en los objetivos de nuestras inversiones. <i>El Confidencial</i> . https://www.elconfidencial.com/mercados/2019-01-02/ahorrar-jubilacion-conservador-arriesgado-plan-es-pensiones-brands_1728186/
22	Esperanza, D. (2018, 3 8). ¿Invierten mejor las mujeres que los hombres? <i>Expansión</i> . https://www.expansion.com/ahorro/2018/03/08/5a9ea346ca474163648b462b.html
23	EthicHub. (n.d.). Descubre una nueva forma de invertir online favoreciendo al impacto social y con un 8% de beneficio en tu inversión. https://www.ethichub.com/es/
24	European Commission. (2020). Women in Digital Scoreboard 2020. European Commission. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/women-digital-scoreboard-2020
25	European Institute for Gender Equality. (2019, 09 17). <i>How many women have top positions in the EU candidate countries and potential candidates?</i> https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/data-talks/how-many-women-have-top-positions-eu-candidate-countries-and-potential-candidates
26	Eurostat. (2019). <i>Distribution of employed persons with an ICT education by sex, educational attainment level and age, 2009 and 2019 (%)</i> . https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Distribution_of_employed_persons_with_an_ICT_education_by_sex,_educational_attainment_level_and_age,_2009_and_2019_(%25).png
27	Eurostat. (2019). <i>Share of men and women among self-employed with and without employees, aged 15-74</i> . https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Shares_of_men_and_women_among_self-employed_with_and_without_employees,_aged_15-74,2019_(%25_of_total_self-employed_with_and_without_employees).png&oldid=489006
28	EUROSTAT. (2021). ICT specialists in employment. <i>Statistics Explained</i> . https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=ICT_specialists_in_employment
29	Eurostats. (2020, 3 6). Only 1 manager out of 3 in the EU is a woman.... <i>News Release, 40</i> . https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10474926/3-06032020-AP-EN.pdf/763901be-81b7-eed6-534e-8a2b83e82934

30	<i>Finleap Connect</i> . (n.d.). Bringing Financial Transactions to Life. https://connect.finleap.com/
31	<i>Goal 5 Department of Economic and Social Affairs</i> . (n.d.). Sustainable Development. Retrieved December 9, 2021, from https://sdgs.un.org/goals/goal5
32	Gonzalez Vazquez, I., Carretero Gomez, S., Napierala, J., & Robledo Bottcher, N. (2019). <i>The changing nature of work and skills in the digital age</i> . Publications Office of the European Union. 10.2760/679150
33	Grant Thornton. (2020). <i>Women in Business 2020: Putting the Blueprint into action</i> . Grant Thornton. https://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/women-in-business/2020/women-in-business-2020-report.pdf
34	<i>Grow.ly</i> . (n.d.). Préstamos para tu pyme, inversores y crowdlending. https://grow.ly/
35	Guarin, A. (2020, 11 18). <i>Spotlight on 20 kickass female founders in Spain</i> . EU Startups. https://www.eu-startups.com/2020/11/spotlight-on-20-kickass-female-founders-in-spain/
36	HELPMYCASH. (2018, 06 16). España, a la cabeza de la bancarización. <i>El Español</i> . https://cronicaglobal.elespanol.com/business/espana-cabeza-bancarizacion-cuentas-corrientes_149261_102.html
37	Hendriks, S. (2019). La bancarización y el futuro de la mujer: Los servicios financieros digitales están eliminando a los intermediarios para equiparar oportunidades. <i>Finanzas y desarrollo: publicación trimestral del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial</i> , 56(1), 24-25. https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2019/03/pdf/how-digital-financial-services-are-empowering-women-hendriks.pdf
38	Hidalgo, M. (2019, 01 22). Mujer y tecnología: la brecha que no cesa (sino que crece). <i>El País</i> . https://elpais.com/retina/2019/01/21/tendencias/1548066418_914305.html
39	Hidalgo, M. (2019, 07 22). El 85% de las startups no tiene ni una mujer entre sus fundadores (y las que sí, captan menos dinero). <i>El País</i> . https://elpais.com/retina/2019/07/18/talento/1563443314_761394.html?ref=rss&format=simple&link=guid
40	IESE. (2019). <i>OBSERVATORIO DEL AHORRO Y LA INVERSIÓN EN ESPAÑA 2018</i> . Bestinvest - Acciona / IESE. https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0495.pdf
41	INE. (2018). <i>Mujeres graduadas en educación superior por campo de estudio</i> . Instituto Nacional de Estadística. https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=25201#!:tabs=tabla
42	INE - Instituto Nacional de Estadística. (2020, 07). <i>Población residente por fecha, sexo y edad</i> . España. https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=31304#!:tabs=tabla
43	<i>Libeen</i> . (n.d.). SmartHousing: El nuevo alquiler con opción a compra. https://libeen.com/
44	Liberatore, M. J., Wagner, W., & The Conversation. (2021, 3 24). Women are just as capable as men in computing skills – but they're not as confident. Here's how that's contributing to the gender gap in tech. <i>Business Insider</i> . https://www.businessinsider.com/lack-of-confidence-among-women-gender-gap-in-stem-tech-2020-10
45	Marion, T. J. (2016, 05 03). 4 Factors That Predict Startup Success, and One That Doesn't. <i>Harvard Business Review</i> . https://hbr.org/2016/05/4-factors-that-predict-startup-success-and-one-that-doesnt
46	Mateos Sillero, S., & Gómez Hernández, C. (2019). <i>Libro Blanco de las mujeres en el ámbito tecnológico</i> . Secretaría de Estado para el Avance Digital - Ministerio de Economía y Empresa. https://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/ministerio/ficheros/libreria/LibroBlancoFINAL.pdf

47	Mercer. (2020). Let's get real about equality. <i>Mercer</i> . https://www.mercer.com/our-thinking/next-generation-global-research-when-women-thrive-2020.html
48	OECD. (2018). Figure B4.1. <i>Share of women and distribution of new entrants into short-cycle tertiary level by field of study (2018)</i> . Education at Glance 2020: OECD Indicators. https://www.oecd-ilibrary.org/education/share-of-women-and-distribution-by-field-of-study-of-new-entrants-into-short-cycle-tertiary-level-2018_6ef063b7-en
49	OECD. (2020). "Spain", in <i>Education at a Glance 2020: OECD Indicators</i> . OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/f3d83984-en
50	ONTSI. (2019). <i>Dossier de indicadores del índice de desarrollo digital de las mujeres en España</i> . Ministerio de economía y empresa - Gobierno de España. https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/2019-07/Indicadores_WiDI_2019_0.pdf
51	Pantaleoni, A. (2018, 02 27). Mujeres en tecnología: la brecha "existente y persistente". <i>El País</i> . https://elpais.com/tecnologia/2018/02/27/actualidad/1519733183_550514.html
52	Ritchie, H., & Roser, M. (2019). Gender Ratio. <i>Our world in data</i> . https://ourworldindata.org/gender-ratio
53	Roland Berger. (2017). <i>Digital Equality? Women in the Digital Revolution</i> . Journée de la femme digitale. https://www.rolandberger.com/en/Insights/Publications/Digital-equality-for-women.html
54	Romero, S., & Valera, J. (2020). <i>Mujer y tecnología</i> (2020th ed.). UGT - Servicios de estudios de la confederación. https://www.ugt.es/sites/default/files/mujer_y_tecnologia_2020_vf1.pdf
55	Sáinz, M., Arroyo, L., & Castaño, C. (2020). <i>Mujeres y digitalización. De las brechas a los algoritmos</i> (Red.es. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital ed.). Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. Ministerio de Igualdad. https://www.inmujeres.gob.es/disenov/novedades/M_MUJERES_Y_DIGITALIZACION_DE_LAS_BRECHAS_A_LOS_ALGORITMOS_04.pdf
56	Sáinz, M., & Eccles, J.S. (2012). Self-concept of computer and math ability: Gender implications across time and within ICT studies. <i>Journal of Vocational Behavior</i> , 80(2), 486–499. 10.1016/j.jvb.2011.08.005
57	Stamegna, C., & Karakas, C. (2019, 2 13). <i>Fintech (Financial Technology) And The European Union: State Of Play And Outlook</i> . Epthinktank.eu. https://epthinktank.eu/2019/02/12/fintech-financial-technology-and-the-european-union-state-of-play-and-outlook/
58	Subdirección General de Actividad Universitaria Investigadora de la Secretaría General de Universidades. (2021). <i>Datos y cifras del sistema universitario español: Publicación 2020-2021</i> . Ministerio de universidades - Gobierno de España. https://www.universidades.gob.es/stfls/universidades/Estadisticas/ficheros/Datos_y_Cifras_2020-21.pdf
59	Sullivan-Hasson, E. (2021, 3 8). TrustRadius 2021 Women in Tech Report. <i>Trust Radius</i> . https://www.trustradius.com/buyer-blog/women-in-tech-report
60	Tarín, C., Guerra, E., Rivera, R., Fraile, A., Sáinz, M., & Madinaveitia, U. (2018). Women in the Digital Age. <i>European Commission - Digital Agenda for Europe</i> . 10.2759/526938
61	Teruel, A. (2017, 03 8). Por qué las mujeres deben apoderarse de la tecnología. <i>El País</i> . https://elpais.com/elpais/2017/03/08/talento_digital/1488997851_003913.html
62	United Nations. (n.d.). <i>The 17 Goals</i> . Sustainable Development. Retrieved 2021, from https://sdgs.un.org/goals

-
- 63 Wajcam, J., Young, E., & Fitzmaurice, A. (2020). *The Digital Revolution: Implications for Gender Equality and Women's Rights 25 Years after Beijing* (36th ed.). UN Women. <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/the-digital-revolution-implications-for-gender-equality-and-womens-rights-25-years-after-beijing-en.pdf?la=en&vs=1837>
-
- 64 West, M., Kraut, R., & Chew, H. E. (2019). *I'd flush if I could: Closing the gender divide in digital skills through education*. NESCO & EQUALS Skills Coalition. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416.page=1>
-
- 65 Woodford, I. (2020, 5 4). European fintech: where are the women execs? *Shifted - Financial Times*. <https://sifted.eu/articles/fintech-diversity-women-exec/>
-
- 66 Woodford, I. (2020, 05 11). *5 women in European fintech you should know*. Sifted. <https://sifted.eu/articles/women-execs-europe-list-fintech/>
-
- 67 World Bank. (2017). Sex Ratio At Birth (Male Births Per Female Births)[United Nations Population Division. World Population Prospects: 2017 Revision.]. In *World Bank - World Development Indicators*. <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>
-
- 68 World Economic Forum. (2019). *Global Gender Gap Report 2020*. World Economic Forum. ISBN-13: 978-2-940631-03-2
-

Anexo

Análisis cuantitativo Cuestionario de la encuesta

¡Hola! ¿Te interesa el mundo del fintech y quieres formarte y crecer profesionalmente en él? Ayúdame contestando esta encuesta, que no te llevará más de 5 minutos

1. ¿Con qué género te identificas?

- Mujer
- Hombre
- Otro

2. ¿Que edad tienes?

- 20-25
- 26-30
- 31-35
- 36-40
- 41-45
- 46-50
- 51-55
- 56-60
- 61+

3. ¿Estás trabajando actualmente o has estado trabajando en los últimos 2 años?

- Sí
- No

4. ¿En qué sector? - Selecciona el que mejor lo representa

- Bienes de consumo
- Energía y medio ambiente

- Agricultura y Ganadería
- Construcción
- Finanzas, seguros y bienes inmuebles
- Salud y farmacéutica
- Servicios
- Ecommerce
- Comercio y establecimientos
- Logística y transporte
- Turismo y hostelería
- Tecnología, internet y desarrollo de software (desarrollo)
- Cultura y/o educación
- Sector público / Gobierno
- Otro

5. (Si la respuesta anterior es finanzas, seguros y bienes inmuebles) ¿Trabajas actualmente en una fintech?

- Sí
- No

6. ¿Qué cargo tienes actualmente?

- C-level
- Director de área
- Mando intermedio
- Técnico o especialista

7. (Si no es c-level) ¿Dentro de tus ambiciones profesionales está el llegar a tener un cargo de dirección?

- Sí
- No

8. ¿En tu trabajo actual, en qué área trabajas?

- Finanzas
- Desarrollo de software
- Marketing
- Recursos Humanos
- Legal

- Ventas
- Dirección general
- Operaciones / Analista
- Customer support / Gestion de cuentas

9. (Si responde No a estar trabajando actualmente) ¿Que has estado haciendo en los últimos dos años?

- Estudiando mi carrera profesional
- Estudiando un master
- Dedicandome a mi vida personal / familiar
- Viajando
- Otro

10. ¿Qué es lo que te atrae del mundo fintech?

- Que es una manera de entrar en el sector financiero
- Que es una manera de trabajar en un sector de tecnología
- Que es trabaja de una manera ágil y con una metodología de startups
- Que es un sector “caliente” en el mercado y está moviendo mucho dinero en inversiones

11. ¿Qué quieres conseguir tras participar en estudios relacionados con fintech?

- Encontrar un trabajo en una fintech
- Trabajar como consultor para otras empresas gestionando iniciativas fintech
- Liderar un proyecto o transformación fintech dentro de mi actual empresa
- Actualizar mis conocimientos para seguir en mi actual rol y empresa
- Fundar mi propia startup en fintech
- Interés/Crecimiento personal

12. ¿Crees que hay más dificultades/barreras para las mujeres en el mundo fintech que para los hombres? (para entrar, crecer, liderar equipos, dirigir empresas)

- Sí
- No

13. (Sí sí cree que hay más barreras) ¿Crees que son diferentes barreras o las mismas que hay en otros sectores?

- Las mismas
- Diferentes

14. ¿Cuáles consideras que son las principales barreras que puede encontrar una mujer en el sector fintech? (elige 3)

- La dificultad en progresar en su carrera profesional (subir de cargos) porque se trata de una industria masculinizada por tratarse de finanzas
- La dificultad en progresar en su carrera profesional (subir de cargos) porque se trata de una industria masculinizada por tratarse de tecnología
- El entrar a trabajar en la industria viniendo de otro sector más tradicional (no startups)
- La baja tasa de inversión en empresas lideradas/fundadas por mujeres
- La falta de políticas para la conciliación familiar
- La brecha salarial por género
- No hay suficientes referentes de mujeres en altos cargos en fintech.

15. ¿Qué herramientas crees que la mujer puede utilizar para superar estas barreras? (elige 3)

- Formación en hard skills (finanzas, desarrollo de software, certificaciones, etc)
- Desarrollo de soft skills (comunicación, gestión del tiempo, coaching)
- Networking, desarrollo de redes de contactos
- Encontrar mentores y/o programas de mentores para trabajar en el crecimiento profesional
- Participación en eventos del sector
- Formar parte de redes de mujeres para el empoderamiento
- Leer sobre y seguir a mujeres que han conseguido romper estas barreras

16. ¿Cuáles de estas estás llevando a cabo actualmente?

- Formación en hard skills (finanzas, desarrollo de software, certificaciones, etc)
- Desarrollo de soft skills (comunicación, gestión del tiempo, coaching)
- Networking, desarrollo de redes de contactos
- Encontrar mentores y/o programas de mentores para trabajar en el crecimiento profesional
- Participación en eventos del sector
- Formar parte de redes de mujeres para el empoderamiento
- Leer sobre y seguir a mujeres que han conseguido romper estas barreras

17. (Si es mujer) ¿Te interesaría formar parte de una red de mujeres en fintech?

- Sí
- No

18. Si pudieras preguntarle a una mujer que ha llegado a cargos directivos en una fintech.

Análisis cualitativo

Guión de la entrevista

Hola,

Muchas gracias por participar en esta entrevista. Esta reunión forma parte de un proyecto de investigación para la realización de un estudio que analiza la presencia de la mujer en el ecosistema fintech en España.

Primero que nada quisiera pedirte tu autorización para poder documentar esta entrevista para fines del estudio. ¿Estás de acuerdo?

- Sí
- No

INTRO:

Una de las grandes herramientas para que las niñas y mujeres se animen a dar pasos en áreas que desconocen es el hecho de tener referentes femeninos a los cuales mirar y seguir.

Después de todo, "la finalidad de la representación social es el de hacer algo desconocido o lo desconocido, algo familiar" (Moscovici 1984)

Es por eso que me gustaría conocer un poco más de tu trayectoria y podamos conocer mejor el camino que hiciste para llegar hasta donde estás ahora.

No quiero decir con esto que las mujeres copien y sigan el al pie de la letra el ejemplo de otras sino que el encontrar a mujeres en un sector hace ver que no es una misión imposible y que hay cabida y representación de todas nosotras en esas áreas donde por x razones no hay muchas mujeres a día de hoy.

INSTRUCCIONES:

Haremos una entrevista de 30 minutos de duración en formato de videollamada, durante la cual dividiremos en 4 temas:

- El camino que has seguido desde tu experiencia,
- Las herramientas que crees que te ayudaron a llegar hasta ahí,
- Tu opinión sobre el sector fintech, y
- Recomendaciones para otras mujeres que quieran hacer carrera en él.

Soy consciente de que tenemos poco tiempo así que iré mirando el reloj para ajustar la entrevista y poder cubrir todos los apartados y también por mirar de no quitarte más tiempo del que nos comprometimos.

- ¿Cuál es tu nombre?
- ¿Dónde trabajas actualmente?
- ¿Qué rol desempeñas en esta empresa?

El camino que has seguido desde tu experiencia.

Antes hemos comentado como el tener referentes y conocer sus historias de crecimiento ayuda a otras mujeres a crecer. Por eso es que te preguntaré un poco sobre tu experiencia.

- ¿Cuántos años llevas de carrera/vida profesional?
- ¿Llevas mucho tiempo liderando equipos o en puestos de toma de decisión? ¿Cuánto?
- ¿Y cuánto tiempo llevas trabajando en fintech?
- Y, ¿Cómo llegaste al sector fintech?
- ¿Qué fué lo que te atrajo del sector?

Las herramientas que crees que te ayudaron a llegar hasta ahí.

Bien sabemos que avanzar no siempre es fácil y que muchas veces las herramientas nos ayudan a dar esos pasos que queremos dar y afianzar el camino. Por eso te preguntaré un poco sobre lo que consideras tú que te ha ayudado a llegar donde estás.

- Ahora te nombraré algunas herramientas, tú dime si las has utilizado a lo largo de tu carrera profesional y si sí, qué tanto consideras que te han ayudado a avanzar. 1 poco y 5 mucho.

Herramienta	Sí/No	1	2	3	4	5
Formarse en hard skills						
Hacer networking y redes de contactos						
Encontrar mentores y programas de mentoring						
Formar parte de Redes de mujeres						
Desarrollar soft skills						
Participar en eventos del sector						
Leer y seguir a mujeres referentes						

- Y de las mismas, que ahora te volveré a nombrar, ¿Continúas trabajando en alguna de ellas actualmente?

Herramienta	Sí/No
Formarse en hard skills	
Hacer networking y redes de contactos	
Encontrar mentores y programas de mentoring	
Formar parte de Redes de mujeres	
Desarrollar soft skills	
Participar en eventos del sector	
Leer y seguir a mujeres referentes	

- En una encuesta que realicé, la mayoría de los encuestados (el 60%) considera que formarse en hard skills es la herramienta que más impacto tiene en el avance de la profesión. ¿Crees que es así?
- ¿Del 1 al 5, qué tan importante crees que son las hard skills para llegar a un puesto directivos?

Herramienta	Sí/No	1	2	3	4	5
Idiomas						
Marketing						
Análisis de datos						
Programación						
Finanzas y administración						
Gestión de proyectos						
Certificaciones técnicas						

- ¿Ha habido alguna de ellas (y otra hard skill) que tu consideres que te ha ayudado más que cualquier otra en tu carrera?

Del mismo modo, también se habla mucho de las soft-skills.

- ¿De la siguiente lista cuáles crees que son las 5 soft skills que ayuden a una mujer a llegar a puestos directivos?

Soft skills	Ranking
Resolución de problemas	
Autodirección	
Empuje	
Adaptabilidad / Flexibilidad	
Habilidades de comunicación efectiva	
Trabajo en equipo	
Confianza	
Resolución de conflictos	
Liderazgo	
Investigación	
Creatividad	
Ética de trabajo	
Integridad	
Pensamiento crítico	
Voluntad de aprender	

La mujer en el sector fintech.

Ahora te preguntaré un poco por la percepción que tienes del sector, con tu visión desde dentro.

Sabemos que la brecha de género es algo que existe en todos los sectores y que poco a poco vamos haciéndola más y más pequeña. También sabemos que la brecha no es igual en todas las industrias.

- **¿Qué opinas de la brecha de género en el sector?**
- **¿Crees que es igual, mayor o menor o igual en el fintech, comparado con otros sectores muy cercanos como serían el financiero o el tech?**

Soft skills	Igual	Mayor	Menor
Resolución de problemas			
Autodirección			

- **¿Por qué crees que es así?**
- **¿Has vivido alguna experiencia que evidencie esa brecha de género?**
- **¿Qué podemos hacer al respecto para eliminar dicha brecha?**

Recomendaciones para otras mujeres que quieran iniciarse en este sector.

Tus recomendaciones:

- **¿Cuál sería tu recomendación para aquellas mujeres quienes ya se encuentran en la industria o se sienten atraídas por ella y quieren hacer su carrera profesional en fintech?**
- **Si habrías hecho algo diferente en tu camino, ¿qué sería?**





threepoints.com

Carrer de Mallorca, 27
08029 Barcelona



De:
 Planeta Formación y Universidades