

INFORMES CLOSING THE GAP



Potenciar el mentoring empresarial como herramienta para cerrar la brecha de género en Fintech en LatAm

Stefanny Cárdenas



Connect to the change

Autora



Stefanny Cárdenas

Con más de 12 años de experiencia en el sector Financiero en áreas de Riesgos y Crédito y 3 años en Fintech de la región LatAm, actualmente se desempeña como ejecutiva en la CAF (Banco de Desarrollo de América Latina) en la Vicepresidencia del Sector Privado en la dirección de Pymes, liderando estrategias para el fortalecimiento a Fintech.

Stefanny es Administradora de empresas y licenciada en Humanidades y Lengua Castellana. Tiene un Máster en Asesoramiento Financiera y Gestión Patrimonial y un Máster en Fintech e Innovación Financiera en Three Points.

Stefanny fue una de las ganadoras de las [Becas Closing_the_Gap](#) 2021 otorgada por Three Points con el objetivo de ayudar a reducir la brecha de género en posiciones gerenciales en el entorno digital y tecnológico.

Publicado en abril de 2022

Índice

1	Introducción	5
2	Efecto multiplicador de las mujeres	7
3	Mentoring como herramienta para el closing the GAP	9
4	Estado del Arte	13
5	Situación POST Covid-19 en la brecha de Género	19
6	La disrupción tecnológica y la Consolidación de las Industria Fintech	23
7	Panorama de la Mujer en el ecosistema Fintech LatAm	26
8	Iniciativa de Paridad de Género IPG	28
9	Factores que dificultan la inclusión del Mujer dentro de un ambiente laboral equitativo	31
10	Mujeres Tic que inspiran en LatAm	33
11	Desafíos y Oportunidades para las mujeres en la industria Fintech en LatAm	34
12	Participación laboral de mujeres en empresas Fintech	36
13	Mujeres de industria Fintech en LatAm nos cuentan sus experiencias	38
14	Hacia un Mentoring ideal	42
15	¿Pero y qué es una Fintech y por qué su importancia?	44
16	Las iniciativas Fintech y su contribución al Closing the Gap	48
17	Propuesta de Mentoring Empresarial Fintech	53
18	Conclusiones	59
19	Anexo	62



1

Cap. 1

Introducción

“La diversidad de género es una de las prioridades en la Agenda 2030¹ para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La Asamblea General de la ONU adoptó dicha agenda como un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia, tanto en los países desarrollados como en los denominados emergentes. Transitar el camino hacia una verdadera inclusión es clave como motor del progreso y contribuye a promover el crecimiento económico y el desarrollo a escala mundial.”²

El objetivo 5 de este plan hace referencia a “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. La igualdad de género no solo es un derecho humano fundamental, sino que es uno de los fundamentos esenciales para construir un mundo pacífico, próspero y sostenible. La organización menciona que se han conseguido algunos avances durante las últimas décadas: más niñas están escolarizadas, y se obliga a menos niñas al matrimonio precoz; hay más mujeres con cargos en parlamentos y en posiciones de liderazgo, y las leyes se están reformando para fomentar la igualdad de género”³

“Sin embargo, A pesar de estos logros, todavía existen muchas dificultades: las leyes y las normas sociales discriminatorias continúan siendo generalizadas, las mujeres siguen estando infrarrepresentadas a todos los niveles de liderazgo político. La infrarrepresentación de las mujeres en los estudios TIC en la situación actual en la que son mayoría en los niveles educativos superiores, no atiende sino a la conocida segregación horizontal. Las mujeres siguen optando por otro tipo de ramas formativas alejadas de lo tecnológico. Esta falta de presencia femenina en los estudios tecnológicos se traduce posteriormente en escasez de mujeres en esta área profesional”⁴.

¹ Fuente: Naciones Unidas

² Fuente: KPMG, 2017

³ Fuente: Diario Responsable, 2020

⁴ Fuente: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2015

1. 1 Índice de género para cuantificar el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Equal Measures 2030⁵ es una iniciativa única liderada por la sociedad civil y el sector privado que conecta datos y evidencia con promoción y acción. Los socios y donantes han creado una iniciativa audaz, independiente, colaborativa y representativa a nivel mundial. De esta manera, se agrega valor a los esfuerzos de monitoreo mundial existentes de las Naciones Unidas, extrayendo análisis originales y visualizaciones de datos cuantitativos existentes, destacando medidas complementarias y fuentes de datos alternativas a nivel de país y recopilando datos cualitativos que pueden reflejar más plenamente las realidades de las niñas y las mujeres:

En 2018, Equal Measures 2030 y los socios lanzaron un programa piloto de género, en respuesta a la urgente necesidad de herramientas para respaldar la información basada en datos para analizar y mantener a los gobiernos al día acerca de la igualdad de género en el contexto de la Sostenibilidad Objetivos de desarrollo (ODS).

El índice de género de los ODS de 2019 ha encontrado que el mundo está más atrasado en cuestiones de igualdad de género relacionadas con el acceso a la bancarización, participación laboral de las mujeres en el sector financiero y mejores datos de género (ODS 17), cambio climático (ODS 13), igualdad de género en industria e innovación (ODS 9) e igualdad de género.

Para integrar las TIC en la sociedad de forma igualitaria es necesario promover que las mujeres sean verdaderas protagonistas en la Sociedad de la Información y para ello es imprescindible, fomentar que las mujeres estudien carreras universitarias tecnológicas, aumentar su presencia en puestos directivos en empresas Tecnológicas, facilitar que sean usuarias/creadoras/transmisoras de información y conocimiento a través de las Nuevas tecnologías y la Sociedad de la Información y facilitar el uso y acceso de las mujeres a las herramientas informáticas fomentando su capacitación y formación en competencias digitales.

Por ello muchas compañías están cada vez más comprometidas en la construcción de una empresa más inclusiva, donde cada colaborador(a) se involucre activamente en el modelo de negocio y en un éxito "sustentable" que contemple el impacto positivo en las comunidades donde opera.

El empoderamiento femenino tiene un efecto multiplicador y , aportar a la disminución de las brechas de género y eliminar barreras estructurales que impiden el desarrollo pleno de las mujeres en distintos ámbitos, como el laboral, empresarial, social, etc.

⁵ Fuente: Equal Measures 2030



2

Cap. 2

Efecto multiplicador de las mujeres

Según cifras manejadas por el Dane⁶ 7,7 millones de mujeres devengan un salario. De cada 100 mujeres hay 44 trabajando y de éstas, 33 están empleadas en las áreas de servicios comunales, sociales y personales, así como labores en hoteles y restaurantes. De igual manera, la desigualdad salarial sigue estando presente, donde la falta de acceso a la educación es una de las causas para que exista desigualdad salarial. Según lo menciona el estudio “Esta discriminación no ha permitido que se incorporen en los factores de valoración salarial, rasgos significativos del cargo, que podrían generar equilibrio salarial como por ejemplo, las capacidades de atención y responsabilidades, talentos para las relaciones humanas, aptitudes y labor organizativas, destreza manual y/o coordinación, responsabilidad que tenga en la calidad del producto, las que de ser valoradas le permitirían a la mujer en buena medida superar la desmedida salarial”.

Cuando hablamos del efecto multiplicador, hacemos referencia a como, por ejemplo, el ingreso salarial femenino es tan determinante que, si las mujeres no ganaran nada, la pobreza en América Latina sería del 40%. Entiéndase pobreza al porcentaje de necesidades básicas insatisfechas. Sin embargo, la falta de equilibrio salarial para ellas sigue estando presente y los hombres ganan más.

⁶ Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia

No obstante, aunque las mujeres en América Latina son más vulnerables al desempleo y a la discriminación salarial, el presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Luis Alberto Moreno, reconoció el 20 de marzo de 2020 que cuando las mujeres tienen trabajo, generan un efecto multiplicador en la economía mucho mayor que los hombres y reducen la pobreza⁷ general.

Estudio elaborado para la Dirección Regional de la OIT para América Latina y el Caribe⁸, revela que el ingreso salarial femenino es tan determinante que, si las mujeres no ganaran nada, la pobreza según organismos internacionales en América Latina sería del 40% en lugar del 26 estimado por el Banco en hogares con ambos padres.

De igual forma se concluyó que la rápida incorporación femenina al mercado laboral representa una de las transformaciones sociales más trascendentes en las sociedades de esta región.

Sin embargo, a pesar de que aportan más con sus ingresos a la educación y nutrición de sus hijos, lo que redundaría en mayor bienestar social, sufren una desventaja salarial del 17 al 25% en comparación con los hombres por el mismo tipo de trabajo. La investigación refleja que los empleos para las mujeres son mayoritarios en la economía informal y en sectores de baja productividad, causa y efecto de que menos del tres por ciento de ellas sean líderes en las 100 empresas mayores de la región Latam.

La representante del Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer en América Latina y el Caribe, Gladys Acosta, es una de las críticas a la llamada división sexual del trabajo, donde los hombres se ocupan de lo público y las mujeres de lo privado. «Ellos terminan siendo proveedores y ellas cuidadoras», asegura. En un artículo publicado en Prensa Latina, en septiembre de 2020, ella asegura que existe la noción que las mujeres deben encargarse de lo conectado con la reproducción humana y de la esfera del cuidado (de niños, enfermos y ancianos), lo que recae en ellas como trabajo no remunerado. «La sociedad se beneficia de una altísima proporción del trabajo no remunerado que ejercen las mujeres por ser mujeres», dice.

⁷ La ONU ha definido a la pobreza como "la condición caracterizada por una privación severa de necesidades humanas básicas, incluyendo alimentos, agua potable, instalaciones sanitarias, salud, vivienda, educación e información.

⁸ Fuente: Organización Internacional del Trabajo, 2019





3

Cap. 3

Mentoring como herramienta para el closing the GAP

El proyecto de investigación “La brecha digital de género en Europa” realizado por la Rosa Arredondo⁹, comparó distintas iniciativas de éxito en cinco países europeos: Alemania, Bulgaria, España, Finlandia y Reino Unido, con el objetivo de conocer cuáles son los aspectos a tener en cuenta a la hora de apoyar el empoderamiento femenino; De igual forma el proyecto “Women in digital startups” a cargo de Berta Pérez¹⁰, se analizó las diferencias entre “startups” digitales lideradas por mujeres y por hombres en Europa y, más concretamente, en la ciudad de Barcelona y Cataluña, principal Hub de startups en España.

De lo anterior se obtuvo como conclusión principal, la necesidad de potenciar y capacitar el emprendimiento femenino, con el fin de hacer frente a las dificultades que se enfrentan las mujeres en el mundo laboral y cubrir la alta demanda de perfiles digitales por parte de las empresas que quieren optimizar e incrementar su actividad, ser más competitivas en el mercado y lograr una mayor incorporación de las mujeres al mercado de digital. Así mismo, se expuso la evidente necesidad de programas de Mentoring que promuevan referentes femeninos en la industria y ser una motivación para estudiar una carrera en el ámbito Tic o Stem y hacerse un espacio en el ámbito laboral.

Es justo de donde partiremos este proyecto de investigación: “El mentoring como una herramienta que aporta al cierre de la brecha de género en el sector Fintech LatAm”

⁹ Fuente: “La brecha digital de género en Europa”, 2020

¹⁰ Fuente: “Women in Digital Startups”, 2020



De esta manera, hay que aclarar que el “establecimiento de un Programa formal de Mentoring para fomentar la Igualdad de Género requiere por su propia naturaleza una relación andragógica de co-aprendizaje interno, donde personas de la misma organización comparten y co-crean Capital Experiencial (conocimiento y experiencia) de una forma estructurada. Lo que permite que se establecen objetivos de desarrollo medibles por medio de KPIs, para determinar el ROI entendido como un retorno cualitativo del programa y la identificación de las mejores prácticas que alimentarán la mejora continua de los programas a desarrollar a futuro dentro de la organización”¹¹ que se generen varias ediciones de mentorías generando escuela un “efecto bola de nieve” retroalimentando las redes de mujeres y la comunidades donde operan.

“Partimos de la premisa, que El mentoring es beneficioso para todo el mundo. Pero cuando se trata de mujeres existen algunos hallazgos que ilustran la singularidad de esa relación, como el estudio publicado en la Academy of Management Journal¹² que concluyó que el desarrollo de las mujeres está más ligado al vínculo y las relaciones, mientras que el desarrollo de carrera de los hombres induce mayor autonomía y separación de los demás. Por tanto, el mentoring 1:1 o en grupos pequeños es preferible para mujeres porque fortalece las conversaciones, conexiones y relaciones”¹³.

“La Organization for Economic Cooperation and Development pronostica que sólo alcanzar la paridad de género en la participación de la fuerza laboral en todos los niveles jerárquicos de los países desarrollados durante los próximos 20 años equivaldría a un incremento del producto nacional bruto de 12 trillones de dólares. La mujer constituye una contribución crucial en la economía actual, representando un 47% de la fuerza laboral (y continúa creciendo). Un incremento del 30% de mujeres en posiciones de alta dirección se ha asociado con una elevación del 15% en beneficios”

¹¹ Fuente: Equipos y Talento, 2018

¹² Fuente: Academy of Management Journal

¹³ Fuente: Equipos y Talento, 2018

Las mujeres tienen más dificultades para encontrar mentores/as pues, por una parte, en una organización hay más probabilidades de que existan más varones que mujeres y, por otra, las mayores expectativas de triunfo que existen sobre los hombres suponen un freno en la elección de mentoradas por parte de éstos. Esto es reflejo de lo que señala Norman Cohen: “la influencia de los estereotipos socialmente imperantes lleva a la formación de parejas de “mentoring” del mismo sexo” y a la vez un obstáculo más para la igualdad.

Por suerte esta tendencia está cambiando, y el lento pero continuo acceso de las mujeres a la empresa y a puestos de dirección y liderazgo está haciendo proliferar la existencia de mentoras y de relaciones de “mentoring” de distinto sexo. El gran hándicap está en que estas relaciones no sean sólo mentor/mentorada, sino también mentora/mentorado, mentor/mentorado y mentora/mentorada.

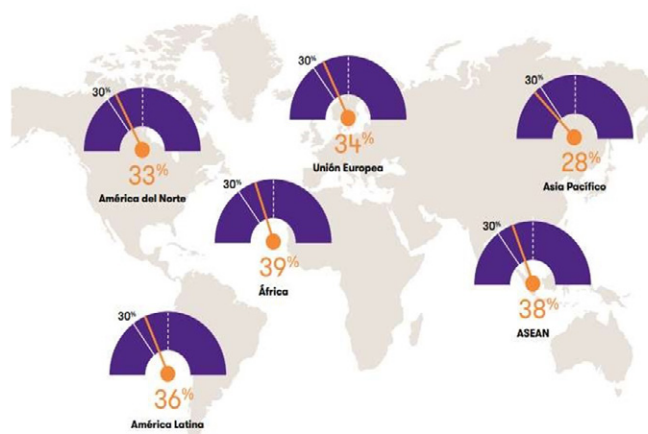
Cada vez estudios revelan que los equipos compuestos por más de un 50% de mujeres consiguen mejor rendimiento gracias a una mayor creatividad e innovación en la toma de decisiones. Un informe de la consultora Grant Thornton¹⁴ publicado en marzo de 2021 demostraba cómo las empresas con mujeres directivas son más rentables.



Figura 1

Proporción regional de puestos de liderazgo ocupados por mujeres en 2021, y posición relativa al punto de inflexión del 30%

Fuente: Grant Thornton, 2021



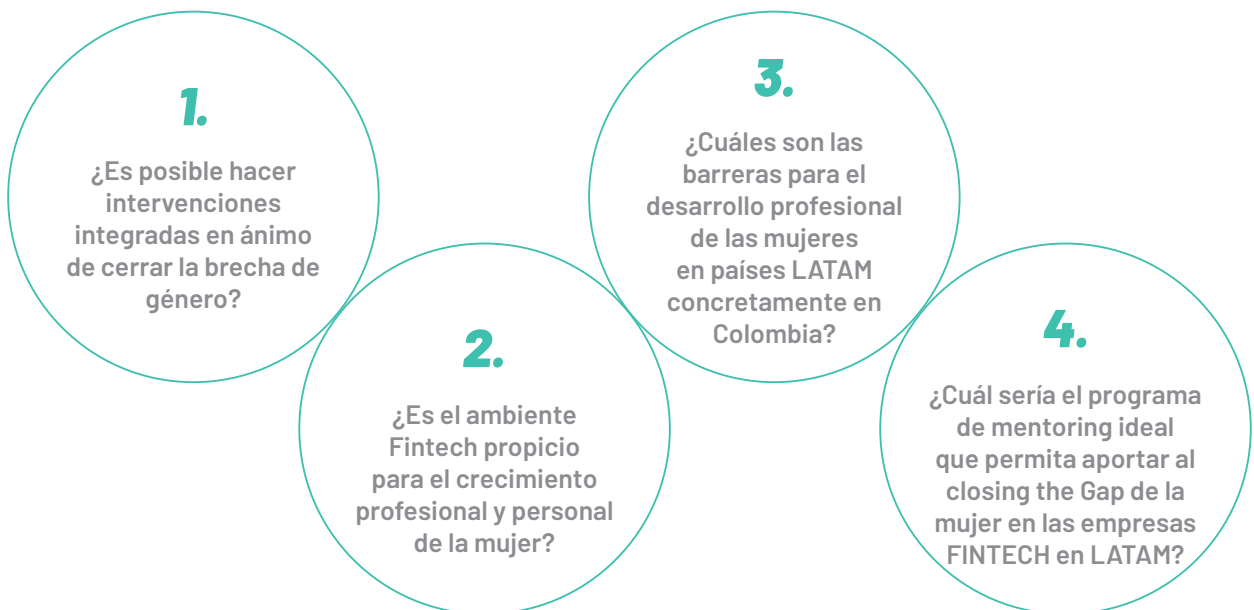
“Como reflejo de los resultados globales, en esta edición de nuestro reporte sobre Mujeres directivas, casi todas las regiones analizadas registraron las proporciones más altas o equivalentes de mujeres en puestos de alta dirección. Este dato es digno de mención en un año en el que todas las regiones sufrieron, en mayor o menor medida, los efectos económicos de la pandemia. Resulta alentador que el 83% de los países encuestados registrara una proporción de mujeres líderes por encima del punto de inflexión del 30%. En nuestro reporte de 2020, esa cifra era considerablemente inferior, apenas superior a la mitad (55%)”

¹⁴ Fuente: Grant Thornton, 2021

De acuerdo con el informe, América Latina también ha seguido recuperándose de una caída en 2019 y registra una proporción del 36% de mujeres en los puestos de alta dirección. Este es el resultado regional que más sobresale entre los cinco informes de investigación más recientes, ya que, en 2017, la proporción era del 20%. América del Norte ha cosechado resultados más dispares. No obstante, ha mejorado su resultado obtenido en 2020 en cuatro puntos porcentuales, y su cifra de 2017 en 10 puntos porcentuales en general. Con un 33%, la región ha alcanzado una cifra equivalente a uno de cada tres puestos directivos ocupados por mujeres.

En los últimos 12 meses se han producido una serie de acontecimientos que han tenido un impacto permanente tanto en la estructura del lugar de trabajo como en las oportunidades para las mujeres en el mismo. Las prácticas laborales se han flexibilizado, los nuevos perfiles de liderazgo están ganando protagonismo y la necesidad de contar con un personal diverso y una cultura inclusiva nunca ha sido tan evidente.

En esta época tan singular, las empresas ágiles y con visión de futuro reconocerán este momento de cambio como una oportunidad para evolucionar y prosperar. “La pandemia ha abierto una ventana de oportunidad para incluir a más mujeres en la alta dirección”, afirma Kim Schmidt de Grant Thornton International. “El impacto inicial más evidente fue que muchas de nosotras nos vimos obligadas a trabajar desde casa. Esto desafió el concepto tradicional de lo que significa trabajar de forma flexible y debería tener un impacto duradero en la forma en que los líderes piensan al respecto. Incluso es posible que hayan cambiado algunas decisiones que los líderes tomaron durante el año 2020, al eliminar los sesgos inconscientes, y que haya llevado a una evaluación más positiva del talento femenino”¹⁵



¹⁵ Fuente: Grant Thornton, 2021

Ver anexo 1 (Introducción Histórica del Mentoring y Definición y características del mentoring en la actualidad)



4

Cap. 4

Estado del arte

Solo 3 de cada 10 trabajadores en el área de matemáticas y ciencias de la computación son mujeres.

Solo el 30% de los graduados en carreras CTIM son mujeres.

En el artículo publicado por el BID el 01 de mayo de 2020 titulado "Brechas digitales de género en tiempos de COVID-19" Monserrat Bustelo - Mariana Viollaz - Aileen Agüero¹⁶ analizan como las tecnologías digitales avanzan muy rápidamente generando transformaciones económicas y sociales. Por ello en una sociedad interconectada como la actual, el acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), como internet y telefonía móvil, son clave para expandir las oportunidades de las personas.

El presente estudio muestra como los avances tecnológicos están teniendo grandes impactos en nuestra manera de trabajar, de aprender y, de forma general, en nuestra manera de interactuar. Tener acceso a las nuevas tecnologías y contar con las habilidades necesarias para usarlas resulta esencial para obtener los beneficios que los avances tecnológicos pueden brindarnos (por ejemplo, mejorar las posibilidades de obtener un empleo), y minimizar sus riesgos (por ejemplo, el desempleo como resultado de la automatización).

En esta dirección vemos que la tendencia global en el acceso y uso del tic es creciente, las suscripciones a teléfonos móviles e internet han crecido entre 2005 y 2018, al igual que el número de personas que usan internet (ITU, 2018). Este crecimiento está siendo liderado, principalmente, por países en desarrollo, mientras que los países desarrollados están alcanzando tasas de saturación.

Las brechas entre hombres y mujeres en el acceso y uso de las TIC se encuentran a nivel mundial y son un reflejo de desigualdades de género ya existentes en el mercado laboral.

Por ejemplo, en los países del sur de Asia, el acceso de los hombres a un teléfono móvil supera en 23 puntos porcentuales al de las mujeres. En términos de brechas de género en el acceso y uso de las TIC, América Latina y el Caribe se encuentra mejor posicionada que otras regiones en desarrollo del mundo, aunque los buenos resultados regionales esconden diferencias importantes entre países.

Otro escenario es las brechas de acceso a internet oscilan entre los 4 puntos porcentuales en favor de las mujeres en Argentina y los 18 puntos porcentuales en favor de los hombres en Perú.

De igual forma, las brechas de género también se extienden a las llamadas habilidades del siglo XXI, altamente valoradas hoy y cuya demanda continúa en imparable ascenso. En los países de la OCDE, las mujeres se encuentran mejor posicionadas que los hombres en términos de habilidades TIC¹⁷, pero están por debajo en términos de habilidades CTIM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática) y de gestión y comunicación (OCDE, 2020). Sin embargo, en América Latina y el Caribe, la evidencia disponible para un grupo de cuatro países de la región indica que los hombres superan a las mujeres en los tres grupos de habilidades (TIC, de gestión y comunicación y CTIM). Estos datos ponen de manifiesto la desventaja en la que se encuentran las mujeres a la hora de enfrentar las transformaciones de lo que ya se conoce como Cuarta Revolución Industrial.¹⁸

¹⁶ Fuente: Inter-American Development Bank, 2021

¹⁷ Fuente: Inter-American Development Bank, 2020

¹⁸ La Cuarta Revolución Industrial se basa en la Revolución Digital, la cual representa nuevas formas en que la tecnología se integra en las sociedades e incluso en el cuerpo humano. La frase 'cuarta revolución industrial' se utilizó por primera vez en 2016, en el Foro Económico Mundial.

Acceso por regiones según EIU (Economist) con encuestas de Gallup

“En comparación con otras regiones en desarrollo, en América Latina y el Caribe las brechas de género en el acceso a las TIC son pequeñas. Así, en el periodo comprendido entre 2017 y 2018, el porcentaje de acceso a internet en la región fue del 63% para hombres y el 57% para mujeres, mientras que el acceso y uso del teléfono móvil fue del 83% para hombres y el 80% para mujeres”¹⁹

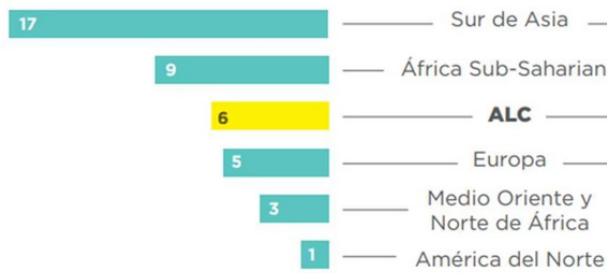
Esta realidad contrasta con la de otras regiones en desarrollo donde las brechas de género son más acentuadas. Por ejemplo, en el sur de Asia, la brecha de acceso al teléfono móvil alcanza los 23 puntos porcentuales.



Brechas de acceso por regiones

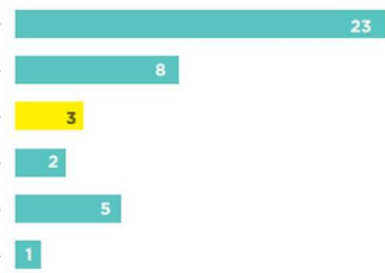
Figura 2

Panel A: Acceso a internet



Notas: Cálculos en base a la encuesta Gallup 2017-2018. <https://theinclusiveinternet.eiu.com/>

Panel B: Acceso al teléfono móvil



Notas: Cálculos en base a la encuesta Gallup 2017-2018. <https://theinclusiveinternet.eiu.com/>

Fuente: EIU, 2019

Sin embargo, el promedio de la región esconde importantes diferencias entre países. En general, estas brechas favorecen a los hombres con magnitudes que varían desde 1 punto porcentual (en el caso de Chile) a 18 puntos porcentuales (en el caso de Perú).

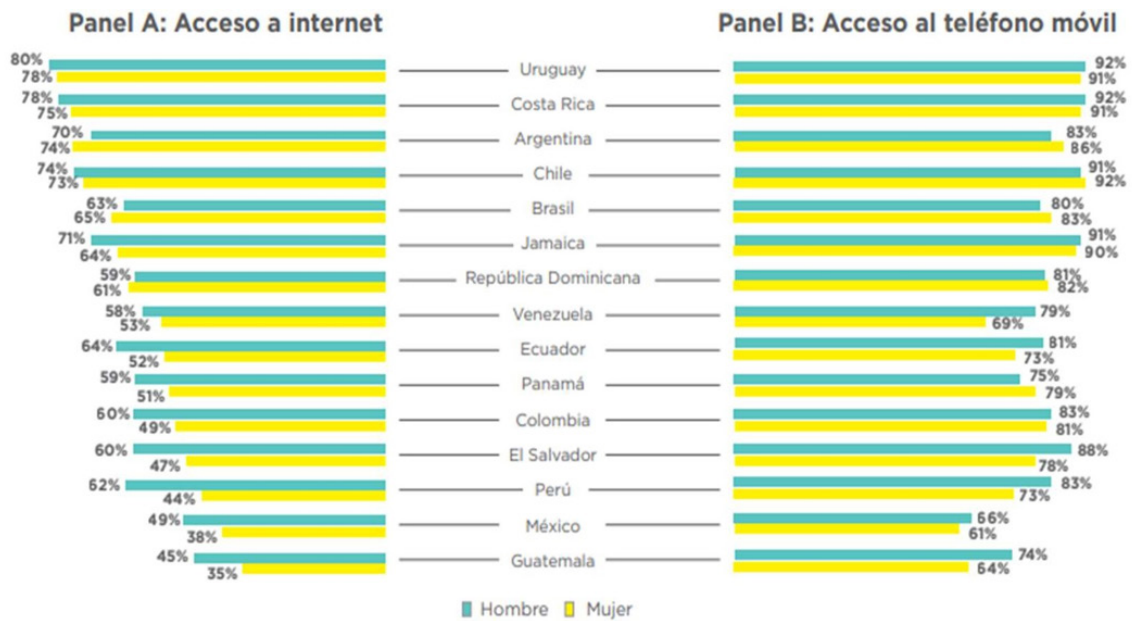
¹⁹ Fuente: InnovaSpain, 2020

Acceso por países LATAM según EIU (Economist) con encuestas de Gallup



Heterogeneidad de brechas de acceso en ALC

Figura 3



Notas: Cálculos en base a la encuesta Gallup 2017-2018. <https://theinclusiveinternet.eiu.com/>

Fuente: EIU, 2019

El 60% de los graduados en carreras terciarias y universitarias son mujeres pero...

Contar con información detallada sobre las brechas de género en el acceso y uso de las TIC, así como en las habilidades del siglo XXI, es esencial para comenzar a actuar conduciendo los esfuerzos en la dirección necesaria. Cerrar las brechas de género en esta materia es prioritario para igualar oportunidades y evitar que las mujeres queden rezagadas en un mundo en el que la adopción de tecnologías se produce de forma cada vez más rápida y afecta cada vez a más sectores.

Acceso por países LATAM según EIU (Economist) con encuestas de AfterAccess?

El informe describe las brechas de género en el acceso y uso de las TIC en seis países de América Latina. Para ello, utilizaron microdatos de la encuesta After Access que se ha llevado a cabo en la región entre los años 2017 y 2018 en Argentina, Colombia, Ecuador, Guatemala, Paraguay y Perú.

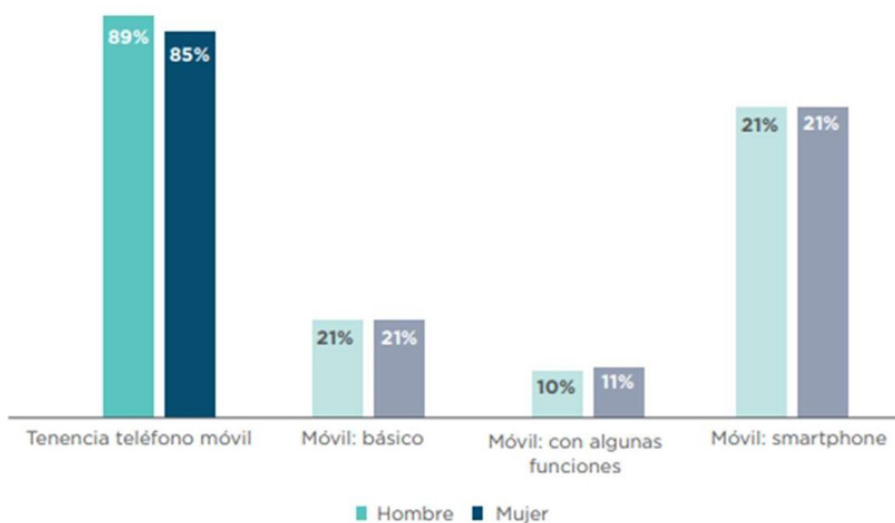
A diferencia de otras fuentes de datos, como las encuestas de hogares, en las que la información recogida suele limitarse al acceso de las TIC, la encuesta After Access proporciona información detallada sobre las barreras de acceso a las TIC, los tipos de uso que hacen las personas cuando acceden a estas tecnologías (p. ej. uso de distintos tipos de aplicaciones en el teléfono móvil o uso de internet para actividades educativas). También ofrece información sobre frecuencia de uso, participación en actividades pertenecientes a la economía gig y actitudes respecto a internet.

En términos de acceso y uso de TIC, los datos de After Access muestran un panorama similar al presentado por otros informes. El acceso a telefonía móvil es elevado. Más del 80% de hombres y mujeres cuentan ya sea con un teléfono móvil básico, un teléfono con algunas funciones o con un teléfono inteligente o smartphone. La brecha de género favorece a los hombres (el 89% de ellos tiene un teléfono móvil mientras que el 85% de las mujeres cuenta con este dispositivo). Este resultado está determinado por las brechas que se observan en Guatemala (7 puntos porcentuales), Paraguay (5 puntos porcentuales) y Perú (7 puntos porcentuales), aunque estos resultados solo son estadísticamente significativos en Guatemala. En los restantes países, las discrepancias son pequeñas (un punto porcentual aproximadamente) y estadísticamente no significativas.



Tenencia de un teléfono móvil, general y por tipo de dispositivo

Figura 4



Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

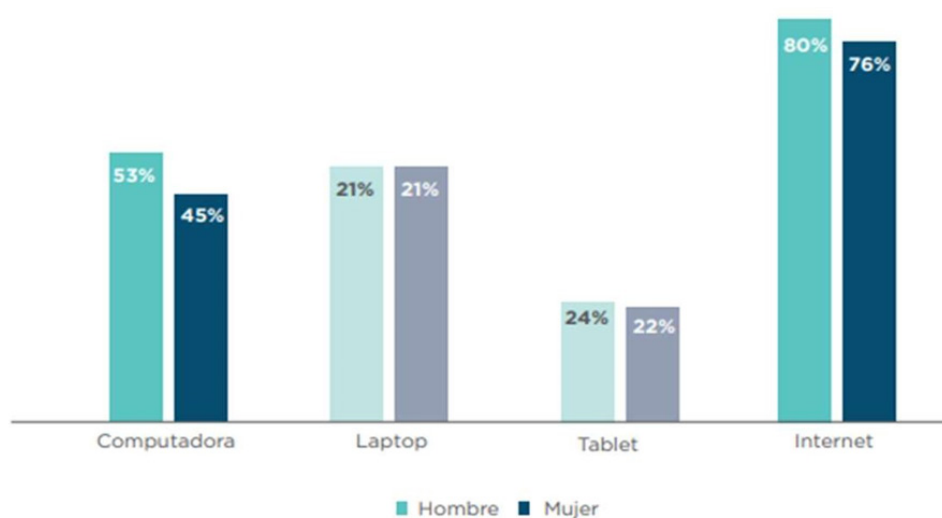
Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018

Al distinguir por tipo de teléfono móvil, el smartphone es el más utilizado en América Latina y el Caribe, la brecha de acceso y uso del TIC favorece a los hombres, aunque las diferencias son pequeñas en tecnologías básicas como el móvil o internet en general, más del 80% de hombres y mujeres cuentan con un teléfono móvil y la brecha de género favorece ligeramente a los hombres brecha de acceso.



Uso de internet y acceso a computadora, laptop y tablet

Figura 5



Notas: Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

Fuente: Elaboración propia con base en After Access 2017-2018

Las mujeres que encuentran trabajo en estas áreas, reciben un salario un 40% inferior al de los hombres empleados en las mismas áreas (Bustelo et. al (2019))

En lo que se refiere al acceso a una computadora, el promedio de los 6 países analizados indica que es importante destacar que esta brecha se explica, en gran parte, por el resultado obtenido en Colombia donde la discrepancia entre hombres y mujeres alcanza un valor de 19 puntos porcentuales, mientras que en el resto de los países no hay brechas de género estadísticamente significativas. El acceso a una Tablet también es levemente más alto entre los hombres, aunque esta diferencia no es significativa en términos estadísticos, mientras que el acceso a una laptop es el mismo para hombres y mujeres.

La segregación educativa y ocupacional provoca que las mujeres se encuentren rezagadas con respecto a los hombres en el uso de habilidades digitales cognitivas para el uso de tecnologías y en el empleo en sectores tecnológicos. Esto, a su vez, implica un riesgo de exclusión de los potenciales beneficios de la innovación tecnológica.



5

Cap. 5

Situación POST Covid-19 en la brecha de Genero

La crisis actual creada por el COVID-19 está generando la mayor caída de empleo en la historia reciente de la región LatAm. Algunos estudios muestran que este tipo de recesiones suele afectar mayoritariamente al empleo masculino. Sin embargo, varios análisis apuntan a que la crisis actual podría ser la primera que afecte especialmente a la empleabilidad de las mujeres.

Los datos del Observatorio COVID-19 muestran que la pérdida del empleo en la región está afectando principalmente a las mujeres.

Los datos del Observatorio COVID-19 ¹ muestran que, en efecto, la pérdida del empleo en la región Latam, está afectando principalmente a las mujeres, aunque con variaciones entre países. Colombia es el país con la mayor brecha de género en la pérdida de empleo: 25% de las mujeres empleadas perdieron sus puestos de trabajo, en comparación con un 14% de sus pares masculinos. En el caso de México se registra una pérdida del 16% del empleo femenino, más del doble que entre los hombres. En Perú y Chile, las brechas de género en la caída de empleo son de menor magnitud, pero igualmente importantes. Los datos regionales también muestran que, con la flexibilización de las medidas de restricción a la movilidad, la recuperación de los puestos de trabajo no ha sido igual para hombres y mujeres.



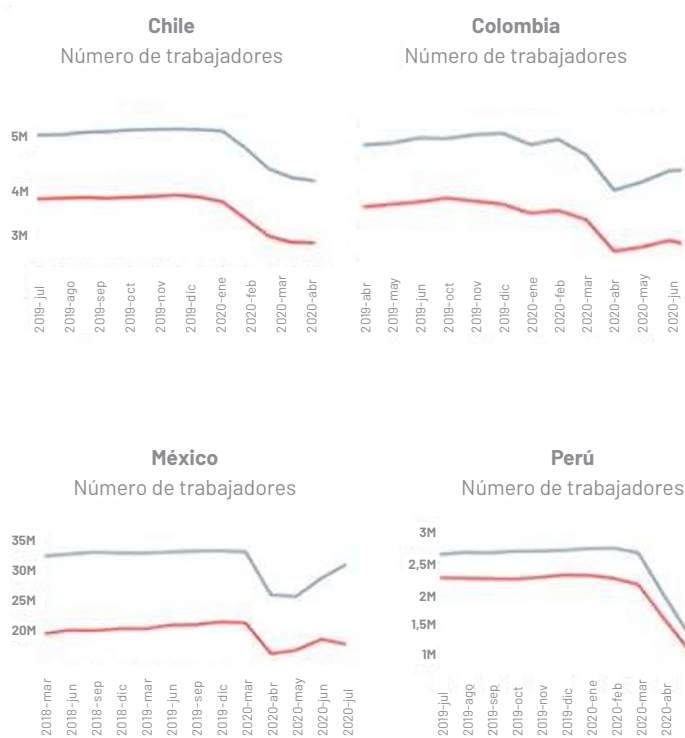
Figura 6

Observatorio Laboral COVID

Leyenda

- Mujeres
- Hombres

Fuente: División de Mercados Laborales del BID, 2020



En la actualidad, dicha incorporación, supondría un incremento del PIB y la posibilidad de conseguir una economía y sociedad inclusiva. Sin embargo, el estudio realizado por McKinsey a finales de 2020²⁰ como efecto de la pandemia (covid-19), el 54% de los puestos de trabajo perdidos afectan a las mujeres, hecho que erosiona aún más la participación femenina en el mercado laboral, convirtiéndolas en uno de los grupos más afectados por la recesión a nivel mundial.

²⁰ Fuente: Diario Financiero, 2020



Ejemplo título: Estudio de McKinsey de empleabilidad

“En línea con ello, la consultora McKinsey alertó en su estudio, que el empleo de las mujeres es 1,8 veces más vulnerable a esta crisis que el correspondiente a hombres. Y si bien representan el 39% del total de los trabajos en el planeta, también constituyen el 54% de la pérdida global de los mismos.

En el estudio “Covid-19 y equidad de género: contrarrestar los efectos regresivos”, la entidad advirtió que el Covid-19 “no solo haría retroceder la causa de la igualdad de género, sino que también frenaría la economía global”. Pero, por el contrario, “tomar medidas para restablecer el equilibrio ahora podría mejorar los resultados sociales y económicos de millones de mujeres en todo el mundo y ayudar a impulsar el crecimiento económico”.

En el artículo, McKinsey diseñó tres escenarios para mostrar el impacto que podría tener en el Producto Interno Bruto (PIB) global en 2030 incentivar o no acciones para combatir la brecha de género en medio de la crisis sanitaria.

El primero, denominado “recesivo de género”, es el más negativo. En ese marco, las autoridades deciden “no hacer nada” para impulsar acciones que contrarresten los efectos de la pandemia, lo que implicaría que el PIB mundial podría reducirse en US\$ 1 billón (millón de millones) para fines de la próxima década. Esto significaría que “las mujeres experimentan una parte desproporcionada de la pérdida de puestos de trabajo durante la pandemia de Covid-19”, y la tasa de participación de ellas en la fuerza laboral se reduciría de 0,63 antes de la llegada del coronavirus a 0,61 en 2020, la cual se mantendría estancada hasta fines de 2030”.²¹

²¹ Fuente: La República Colombia, 2020

“Para ese año, en consecuencia, habría 33 millones de mujeres menos trabajando. La opción favorita de McKinsey es el escenario de “actuar ahora”, en el que –si se decide avanzar desde ya hacia la paridad de género– el Producto mundial podría ser US\$ 13 billones más alto en 2030, un aumento del 11% del mismo en relación con “no hacer nada”. La tasa de participación en la fuerza laboral aumentaría de 0,61 en 2020 a 0,71 en una década para las mujeres, creando 230 millones de nuevos empleos para ellas en el mundo.

Por último, hay un camino intermedio: “esperar para tomar medidas”. Las acciones para mejorar la paridad comenzarían en 2024, y si bien impactarían positivamente en el PIB, hacia fines de la década sería US\$ 5,4 billones más bajo que en el escenario favorito. La tasa de participación laboral de mujeres a hombres, en tanto, mejoraría a 0,67, desde 0,61 en 2020. No obstante, la consultora aclaró que el escenario “más negativo” podría ser más crítico si la carga del cuidado de niños se extiende durante muchos meses o la recuperación es más lenta. Por ejemplo, “podría provocar que más mujeres abandonen el mercado laboral de forma permanente”.

¿Qué hacemos al respecto? Una de las principales razones de que el virus esté impactando más a las mujeres es el aumento de la carga de los cuidados no remunerados, según el estudio. “El empleo de las mujeres está cayendo más rápido que el promedio, incluso teniendo en cuenta el hecho de que mujeres y hombres trabajan en diferentes sectores” Por lo mismo, McKinsey recomendó a las autoridades abordar el cuidado infantil no remunerado, ya que “no se puede subestimar la importancia de reducir el desequilibrio de género en la responsabilidad del cuidado”.

Las intervenciones para abordar este problema incluyen, entre otras, un mejor reconocimiento del trabajo no remunerado, la reducción de la cantidad de este y el reequilibrio entre hombres y mujeres. Según estimaciones de la consultora, el valor del trabajo de cuidado no remunerado realizado por mujeres es US\$ 10 billones, lo que equivale al 13% del PIB mundial. Adicionalmente, abordar la inclusión digital y financiera, además de los “sesgos de actitud” serían aspectos claves para impulsar la paridad de género en medio de la recesión pandémica.”²²

22 Fuente: La República Colombia, 2020





6

Cap. 6

La disrupción tecnológica y la Consolidación de la Industria Fintech

Colombia ocupa el tercer lugar en Latinoamérica con la mayor cantidad de Fintech Startups con un total de 35% de firmas que operan en este campo en el país.

En de la industria Fintech, ¿Cómo intervienen las mujeres desde sus roles de fundadoras, emprendedoras o participantes en general?

En este sentido, la industria financiera no ha sido ajena al desarrollo de nuevas tecnologías que buscan transformar la visión de negocios de forma disruptiva o abrupta en el sistema financiero. **Fintech ha sido el término que se le ha asignado a esta nueva ola revolucionaria de ideas que está cambiando la forma en que se interactúa con las instituciones financieras y, en algunos casos, a llevar a cabo transacciones entre individuos directamente sin la necesidad de un banco.**

Las Fintech ha logrado también que los bancos redefinan sus estrategias y, a través de la innovación tecnológica, permitir que sus clientes accedan a nuevas herramientas de fácil manejo y mayor seguridad. Es así como Fintech acoge una serie de ideas novedosas alrededor de cuatro **principales tipos de innovaciones: Plataformas de pago, Crédito digital, Criptoactivos y Blockchain, y Crowdfunding.**²³

Las cifras muestran que la innovación tecnológica se puede dar en mayor proporción en países donde la penetración financiera es más baja. Por lo tanto, países como Colombia, donde aún hay un espacio enorme para la bancarización, el potencial de desarrollo es enorme si se tienen en cuenta iniciativas que permitan a la población más vulnerable acceder a servicios financieros por fuera del canal tradicional.

En Colombia ya se han dado pasos gigantes en este aspecto. Bajo el liderazgo de los más importantes grupos financieros se ha permitido que ideas disruptivas puedan tener un espacio en sus modelos de negocio. Hoy en día, las personas pueden hacer transferencias de dinero desde sus celulares (por ejemplo, desde su aplicación de mensajería WhatsApp) a personas no bancarizadas; es decir, que no cuentan con una cuenta bancaria.

²³ Fuente: Colombia Fintech, 2020





Estas personas se acercan a un cajero, y sin necesidad de una tarjeta pueden retirar recursos que le fueron transferidos solo con el número de su cédula y un código de la transferencia que llega al móvil. Todo esto sin necesidad de traslados ni filas interminables en los bancos.

Respecto a la consolidación de la industria, alrededor de un tercio de las empresas Fintech en la región, tienen a una mujer fundadora o a una mujer en el equipo fundador, muy por encima del promedio mundial que se ubica en torno al 7%.²⁴

México, Colombia y Brasil aglutinan el mayor número de Fintech fundadas por mujeres en Latinoamérica, aunque en proporción a su población, Uruguay lleva la delantera con el 47,4%. Chile no figura destacado en ninguno de estos ítems. Ángel Sierra, director ejecutivo de FinteChile señala que de las 30 empresas que forman parte de la organización, solo una tiene a una mujer como cofundadora.

Asimismo, en América Latina el 30% del personal que trabaja en empresas Fintech son mujeres, aunque solo el 11% de ellas tienen el 50% o más de mujeres trabajando en sus equipos, existiendo mayor presencia allí donde lógicamente la mujer es la fundadora.²⁵

De esta manera vemos como la industria Fintech “se presenta como un ambiente propicio para el crecimiento profesional y personal de la mujer, contribuyendo significativamente al proceso de inclusión y educación financiera. Las Fintech tienen entre sus objetivos promover la transparencia, la seguridad y la responsabilidad mediante un cambio de paradigma en la cultura, la digitalización y la tecnología de los sistemas financieros, reforzando en el camino la integración económica de la población desatendida”.²⁶

²⁴ Fuente: Finnovista, 2020

²⁵ Fuente: Finnovista, 2020

²⁶ Fuente: Cámara Fintech, 2020



7

Cap. 7

Panorama de la Mujer en el ecosistema Fintech LatAm

La participación de las mujeres en entidades gremiales, cámaras y asociaciones, es muy poco significativa; Teniendo en cuenta que el capital profesional se construye en gran parte puertas afuera de la empresa, esto es algo que aun la mujer no ha tenido en real consideración. Las redes de contacto y apoyo son parte importante del crecimiento profesional y a su vez dan valor agregado en la empresa.

Las empresas que cuentan con diversidad de género tienen un 25% mejor performance que aquellas donde los puestos ejecutivos son ocupados únicamente por hombres (Finnovista, 2021).

Pese a que el ingreso de la mujer en la fuerza laboral en las últimas dos décadas ha ido en crecimiento, su llegada a posiciones senior dista de ser significativa. Solo 4,6% de las mujeres ocupan el rol de CEO de las empresas Fortune 500.²⁷

Este panorama genera varias inquietudes como: ¿Por qué las mujeres no superan los mandos medios? Algunos estudios dicen que no hay suficientes mujeres preparadas para ocupar esas posiciones. ¿Es esto cierto o en realidad las hay, pero no tienen visibilidad? Otro de los supuestos es que la mayoría de las mujeres prefieren posiciones intermedias para poder compatibilizar su vida familiar.

Algunas compañías presumen sus planes carrera, la igualdad de hombres y mujeres de crecer dentro de la empresa, sin embargo, ese crecimiento se enlaza con las habilidades blandas²⁸ de cada persona, es decir, en "su mayoría las trayectorias orientadas a un sector que incurren parcialmente en el negocio y corresponden generalmente a las áreas de Recursos Humanos, Marketing o Comunicación. Pero el factor diferencial que de un salto a una posición senior requiere del conocimiento de la empresa en su integridad y en el caso de las mujeres se retrasa o directamente no se da nunca con lo cual el techo es una posición media".

En el plano histórico atravesamos la cuarta revolución industrial; la revolución de la innovación. Esto significa que el progreso no será liderado por la fuerza motriz ni por la electricidad, como en otras épocas, sino por el conocimiento. En este contexto, se necesitarán nuevas competencias relacionadas con los cambios que introducen la tecnología y las nuevas necesidades ciudadanas.

Por ello, la diversidad y la inclusión son parte de esa cultura innovadora que nos rodea, solo un entorno de trabajo diverso e inclusivo permite generar mejores ideas, productos y resultados. La diversidad es la que enriquece el conocimiento.

²⁷ Fuente: Forbes, 2020

²⁸ "Las habilidades blandas son aquellas que se demuestran en la ejecución del trabajo, y no están relacionadas, únicamente, con los conocimientos, sino con la puesta en práctica de una combinación de habilidades sociales, habilidades de comunicación, aptitudes y capacidad de acercamiento con los demás"





8

Cap. 8

Iniciativa de Paridad de Género IPG

35% de las empresas Fintech de la región han sido fundadas por mujeres, un dato que contrasta de manera importante con el total de la industria financiera, donde sólo el 6% son parte de la mesa directiva (Finnovista, 2021).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) indica que alcanzar la igualdad de género en el mercado laboral no solo beneficiaría a las mujeres, y a la sociedad, sino también a la economía: se estima que cerrar la brecha económica de género podría aumentar el producto interno bruto mundial en \$ 28 billones para el año 2025.²⁹

Acelerar la integración igualitaria de las mujeres en el ámbito laboral requiere tanto de políticas públicas inteligentes como de prácticas empresariales inclusivas. En esta intersección se sitúan las Iniciativas de Paridad de Género, un modelo de colaboración público-privada, de alto nivel, que busca apoyar a países interesados en reducir la brecha económica de género.

Con este objetivo, el Foro Económico Mundial (WEF) creó, en el 2012, las Iniciativas de Paridad de Género. En el 2016, el WEF se alió con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para implementar estas iniciativas en América Latina³¹. En Latam, las IPG operan actualmente en Argentina, Chile y Panamá, y están en construcción en Colombia y Perú. Las IPG buscan identificar y reducir las barreras que impiden que las mujeres puedan acceder a las oportunidades laborales en igualdad de condiciones.

Las iniciativas desarrollan y ponen en marcha planes de acción, de una duración promedio de tres años, con medidas concretas para:

1. Incrementar la participación de las mujeres en la fuerza laboral.
2. Reducir la brecha salarial de género.
3. Promover la participación de mujeres en puestos de liderazgo.

Las IPG son administradas y monitoreadas por un grupo de liderazgo integrado por representantes del más alto nivel del gobierno y del sector privado, encargado de orientar el proceso, priorizar esfuerzos y asegurar el avance de las acciones establecidas.

²⁹ Fuente: Inter-American Development Bank, 2021



La implementación de la Iniciativa también permite a los países y empresas intercambiar conocimientos y experiencias entre pares y recibir apoyo técnico continuo, así como asesoramiento sobre políticas durante los años de ejecución.

“La igualdad de oportunidades para mujeres en el trabajo ya no es cuestión de tener las mismas calificaciones que los hombres; es más bien una cuestión de aplicación de esas calificaciones. Sin capacitación externa específica, algunas mujeres tal vez nunca podrían aportar lo mejor de sí mismas.

El mundo de los negocios como lo conocemos hoy es hijo directo de la revolución industrial iniciada en el siglo 17, tiempos de precarias sociedades estructuradas en forma vertical a imagen y semejanza del varón. Por suerte, en todos estos siglos se ha avanzado mucho en reconocer el valor y el protagonismo de las mujeres y, quizás lo más relevante, hoy se tiene consciencia del abuso dominante del pasado y su vigencia, pero también de la importancia y del rol clave que tiene la mujer en estos tiempos.

Por tal motivo, es un tema mucho más abarcativo que su sola incorporación al mercado de trabajo y el reconocimiento de sus derechos y capacidades. En la actualidad cada vez más mujeres están tomando un papel protagónico y decisivo en el mundo. Por ejemplo, organizaciones como la FED de Estados Unidos, el FMI y la Comisión Europea son conducidas por mujeres, y lo mismo ocurre en muchos países como Alemania, Reino Unido, Chile o Noruega, donde son máximas autoridades.





9

Cap. 9

Factores que dificultan la inclusión del Mujer dentro de un ambiente laboral equitativo



El 75% del total de las tareas mundiales no retribuidas es realizada por las mujeres. Entre ellas se incluyen las tareas domésticas y el cuidado de niños y ancianos. Un cálculo conservador de su valor ascendería a unos 10 trillones de dólares anuales, que equivaldría a un 13% del PIB mundial. Considerando esta carga de trabajo no remunerado que realiza la mujer en el mantenimiento del funcionamiento del hogar y las vidas de sus moradores, no es de extrañar la dificultad de conciliar con su carrera profesional.

Durante los últimos años las mujeres han retrasado su primera maternidad, desde los 20s hacia los 30s. Uno de los propósitos de este desplazamiento es conseguir un avance en su carrera profesional. No obstante, muchas mujeres continúan encontrando dificultades antes y después de su baja maternal y esas experiencias negativas provocan que algunas consideren un cambio de empleo o un replanteamiento a la baja de su carrera.

Por otro lado, la carencia de mentores y de modelos de referencia que orienten a las mujeres y las ayuden a ascender en la pirámide es un elemento que limita su progreso. Sólo un 14% indican disponer de un mentor y un 17% de un modelo. Así las cosas, el reto está en promover eficazmente la igualdad de la mujer en el entorno empresarial lo que implica el diseño y despliegue de una intervención que atienda a las variadas implicaciones sistémicas del mismo. Por tanto, los ejes de actuación y las herramientas a utilizar serán diferentes, que haya mentoring internos y externos, es decir relaciones de apoyo en la misma empresa y fuera³⁰.

Es así como en LatAm, la reducción de la desigualdad de género en diez puntos porcentuales daría lugar a un crecimiento del dos por ciento durante cinco años.³¹ Otro factor es el relacionado con la inversión, vemos que al menos el 50 % de las startups que son fundadas por mujeres, menos del 3 % del capital de VC va a mujeres fundadoras. Esto se debe a un prejuicio, en ocasiones inconsciente, de los inversionistas que hace que enfoquen sus análisis cuando están evaluando a un emprendedor desde la perspectiva del crecimiento y la oportunidad y a las mujeres desde la perspectiva del riesgo.

³⁰ Fuente: Mercado.com, 2017.

³¹ Fuente: Colombia Fintech, 2020.



10

Cap. 10

Mujeres Tic que inspiran en LatAm

Sin embargo, a pesar de las dificultades antes descritas, hay mujeres que demuestran que, si se puede, a través de los logros que han tenido en sus compañías.

A mediados de 2021, se hará la entrega del premio TIC Latam 2020 en su cuarta versión, premio que reconoce el papel que desempeñan las mujeres dentro de la industria tecnológica, resaltando su aporte y trayectoria, además de los retos y dificultades que han tenido que sobrepasar en esta industria.

En las entrevistas realizadas (Anexo 2) algunas de las nominadas cuentan la importancia de un Tutor dentro de su carrera profesional, indican cómo motivar a las jóvenes de hoy para elegir carreras y o trabajos a fines con el mercado de la tecnología y cómo pueden las mujeres en la economía y en el campo laboral Tic en LatAm seguir creciendo.

Consultar Anexo 2 Entrevistas mujeres Tic Latam

Entrevistas completas:

https://issuu.com/playmarketing/docs/tic_latam_ed._7_nominadas



11

Cap. 11

Desafíos y Oportunidades para las mujeres en la industria Fintech en LatAm

En el informe “Fintech América Latina 2018, crecimiento y consolidación”³², el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Finnovista señalan que México, con un 31%; Colombia (14%) y Brasil (12%) son los países que se caracterizan por tener más mujeres como fundadoras de empresas ‘fintech’ en la región. Por su parte, Uruguay, con un 47,4%; Perú (45,2%); Colombia (42,6%) y México (41,4%) son los países con una mayor proporción de estos emprendimientos con al menos una mujer en el equipo fundador.

Para el caso específico de Colombia, la situación refleja que la mitad de las Fintech colombianas cuentan con la participación de una mujer en el equipo fundador.³³

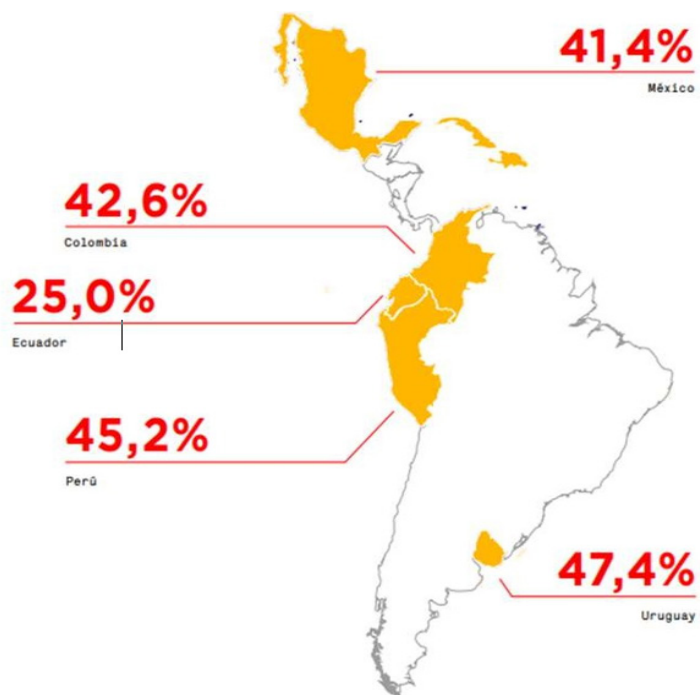
³² Fuente: Inter-American Development Bank, 2018.

³³ Los datos reportados por Colombia Fintech hacen referencia a los datos específicos de sus asociados, por lo cual existen pequeñas diferencias con los datos agregados que reflejan las respuestas a la encuesta.



Figura 7

Fintech constituidas por mujeres, primeros 5 países



Fuente: Encuesta BID y Finnovista (2018).

Como lo vimos en apartados anteriores, si bien “las empresas Fintech con mujeres en el equipo fundador operan en varios segmentos, es interesante el hecho de que estas Fintech buscan en mayor medida potencializar la inclusión financiera, ya que cerca del 38% de estas empresas Fintech buscan atender a consumidores y Pymes subatendidas o excluidas del sistema financiero, lo cual implica una diferencia de 7 puntos porcentuales en relación con que aquellas empresas Fintech constituidas por hombres.

En cuanto a otras características particulares de las empresas Fintech fundadas o cofundadas por mujeres, los datos de la encuesta sugieren que estas reciben cerca de 15 puntos porcentuales menos de fondos que aquellas constituidas solo por hombres³⁴. Específicamente, 45% de estas empresas no recibieron financiamiento externo, en comparación con cerca del 31% de las empresas Fintech constituidas únicamente por hombres.

34 Fuente: Mundo PLD, 2019.



12

Cap. 12

Participación laboral de mujeres en empresas Fintech

Diversos estudios demuestran que lugares de trabajo más diversos están correlacionados con un mejor rendimiento y mayor deseo de utilizar sus activos para generar cambio social y mayor equidad de género.³⁵

La literatura especializada sugiere que las mujeres atraen la diversidad a sus equipos, y esta está correlacionada con el desempeño de las empresas, no solo por la diversidad en opiniones, pero más importante aún, por la diversidad y entendimiento de las necesidades de sus usuarios finales.

³⁵ Fuente: Morgan Stanley, 2016.

Igualmente, los estudios señalan que tener grupos de trabajo diversos es un activo estratégico, y mayor representación de mujeres en las juntas directivas tiene un impacto positivo en el desempeño financiero de las empresas, especialmente en países con una mayor cultura igualitaria.³⁶

“En América Latina, cerca del 80% de las Fintech tienen por lo menos a una mujer en su equipo de trabajo, y en promedio para la región, el 30% del personal que trabaja en empresas Fintech son mujeres. No obstante, solo cerca del 11% de las empresas Fintech tienen 50% o más de mujeres trabajando en sus equipos, es decir, que tienen equipos diversos en materia de género”.³⁷

Además, encontramos que “las empresas con fundadoras o cofundadoras mujeres tienden a tener equipos más diversos ya que cerca del 16% tienen mujeres que representan por lo menos el 50% de personal, lo cual representa el doble de las Fintech constituidas por hombres. En términos de países, en los resultados de la encuesta se destacan los ejemplos de Colombia y Argentina, donde cerca del 16% y el 12% de las Fintech, respectivamente, cuentan con el 50% o más de empleadas mujeres”.³⁸



³⁶ Fuente: Hoobler et al., 2016.

³⁷ Fuente: Fintech América Latina, 2018.

³⁸ Fuente: Mundo PLD, 2019.



13

Cap. 13

Mujeres de industria Fintech en LatAm nos cuentan sus experiencias

Con el objetivo de estructurar una propuesta hacia el mentoring ideal, que nos permita brindar y ser una herramienta para el cierre de la brecha de género, se realizó una entrevista de forma virtual a 3 mujeres muy importantes en la naciente industria Fintech de países como Colombia y Perú y Chile en donde la proporción de mujeres como Uruguay, Perú y Colombia destacan por su nivel de inclusión con porcentajes de entre el 44% y el 47% de startups Fintech con mujeres fundadoras.

“Lograr una mayor presencia femenina en las filas Fintech en América Latina ha sido una perenne lucha (y triunfo) de la industria. No obstante, sólo 33% de los startups Fintech en la región cuentan con mujeres en su equipo fundador”.³⁹

Se abordó temas de como lograron involucrarse en la industria Fintech, cuáles son los principales desafíos y que se necesita desde su perspectiva para estructurar un mentoring ideal:

Mayra Jurado

¿Cuál es tu rol?

Soy Jefa de Operaciones de ICREDIT, una empresa peruana constituida en el año 2020, dedicada al factoring. Mi función principal es llevar a cabo la operación, desde que llega el correo con la factura a financiar, hasta el desembolso a la cuenta del cliente.

¿Cuándo te involucraste en el ecosistema Fintech en América Latina?

ICREDIT es una empresa que inició un año que para el mundo todo cambió, por tanto, llegó al mundo en el que ya estábamos experimentando la Fintech. Una manera mucho más fácil de tratar con el cliente, y dada la situación, segura para nosotros los trabajadores.

¿Cuáles son los mayores retos a los que se enfrentan las mujeres en la industria Fintech Latam?

Cuando llegué a esta industria pude ver que es llevada en su mayoría por hombres. Y esto lo menciono por las diferentes empresas del mismo rubro que conozco, no recuerdo haber conversado con otra mujer fuera de ICREDIT. Sobre retos, llegaron desde el principio, ya que no era un rubro conocido para mí, el amoldarme a la situación y recordar los pasos sobre las políticas fue un trabajo arduo.

¿En tu carrera profesional o académica, has tenido un mentor/a? ¿Crees que es una herramienta para aportar a la brecha de género?

Tengo de ejemplo a mi jefe, quien es la persona que me ha enseñado este rubro, quien apuesta por mí siempre. Es una de las personas que más coraje me ha brindado en estos últimos años. Tengo una frase suya que me repito cuando necesito fuerzas: “Las mujeres todos aben hacer bien. Dale una empresa y ellas la harán crecer y la cuidarán como si fuese suya. Sólo en ellas puedo confiar con mi empresa”.

³⁹ Fuente: Finnovista, 2021.



Con base a tu experiencia, ¿qué elementos debe incluir un mentoring ideal?

Debe tener coraje para emprender los retos de cada día, una mujer que se atreva a ser mentora de otra no solo está ayudando a una mujer, sino a toda una generación a creer en sí misma. También considero importante el trabajo en equipo y la multiculturalidad, es decir el apoyo de hombres también.

María Pérez

¿Cuál es tu rol?

Soy la Directora Comercial de la compañía ESMÍO S.A.S, empresa que nació hace 4 años con el fin de atender la necesidad crediticia de aquellas personas que tienen poca historia financiera. Nos diferenciamos por la alta innovación tecnológica. Somos reconocidos por tener estrategias diferenciadoras en el sector Fintech.

¿Cuándo te involucraste en el ecosistema Fintech en América Latina?

Hace 4 años, al comenzar desde cero la compañía ESMÍO S.A.S. En ese momento, sabíamos que teníamos un reto inmenso ya que contábamos con una competencia muy agresiva con trayectoria de más de 20 años en el mercado.

¿Cuáles son los mayores retos a los que se enfrentan las mujeres en la industria Fintech Latam?

El mayor reto es ser una persona constante en la industria y frecuentemente aportar ideas nuevas e innovadoras para no estar por fuera del mercado ya que día a día contamos con más competencia. La pandemia trajo consigo jugadores internacionales con grandes capitales de inversión, lo que hace que el día a día sea más intenso y exigente.

¿En tu carrera profesional o académica, has tenido un mentor/a? ¿Crees que es una herramienta para aportar a la brecha de género?

Sí, he tenido varios jefes que me han aportado muchísimo conocimiento en diferentes sectores económicos, lo cual me ha permitido ser una persona con conocimientos firmes en temas comerciales financieros y tecnológicos, lo cual me ha hecho ser una persona atractiva en el mundo laboral.

Con base a tu experiencia, ¿qué elementos debe incluir un mentoring ideal?

Lo más importante es que las dos personas quieran y estén dispuestas a pagar por el precio, porque es un trabajo lleno de persistencia, pero sobre todo enfoque.

Daniela Pires

¿Cuál es tu rol?

Soy originadora y desarrolladora de negocios para Omni Latam en Chile, una de las Fintech líderes en soluciones de financiamiento para proveedores y pagadores con programas de factoring, confirming y capital de trabajo, brindando asesoría de financiamiento para grandes corporaciones, respaldando ideas visionarias, monetizando anticipadamente las facturas.

¿Cuándo te involucraste en el ecosistema Fintech en América Latina?

En 2019, comencé en el mundo financiero, con pleno conocimiento de un gran reto por penetrar en el mercado chileno y ganarnos la confianza de empresas de gran relevancia en Chile nos generó valor nuestro gran impulso sobre lo tecnológico y lo menos burocrático.

¿Cuáles son los mayores retos a los que se enfrentan las mujeres en la industria Fintech Latam?

Hasta la fecha, mi mayor reto ha sido generar valor para las empresas a las cuales asesoramos, durante la pandemia nos llenamos de grandes retos; las necesidades del mercado y la competencia, por lo que mantenerme en capacitación y conocimiento constante y desarrollando nuevas estrategias de acuerdo a las necesidades me ha llevado a mantenerme dentro de la industria.

¿En tu carrera profesional o académica, has tenido un mentor/a? ¿Crees que es una herramienta para aportar a la brecha de género?

Durante mis casi 10 años como profesional he tenido la fortuna de contar con grandes mentores (jefes), que me han sido grandes maestros y me han dado la oportunidad de desarrollarme en distintos campos, lo que me ha llevado a tener interés y mejor preparación para el mundo financiero.

Con base a tu experiencia, ¿qué elementos debe incluir un mentoring ideal?

No creo que exista un "mentoring ideal", creo firmemente en que quienes componen un equipo deben estar completamente alineados en sus objetivos, buscar el crecimiento constante, sobre todo en el mundo Fintech donde hay crecimiento acelerado, donde la constancia, el compromiso son bases fundamentales para el desarrollo profesional.





14

Cap. 14

Hacia un Mentoring ideal

En el recorrido que hemos realizado a lo largo de este artículo, hemos visto no solamente la anchura de la brecha de género, sino la necesidad de potenciar diferentes herramientas para avanzar hacia el Closing the Gap.

Hemos visto el aporte de diferentes instituciones para dar capacitación, apoyo y mentoría a mujeres en LatAm y como a medida que se incorporen más recursos, los alcances en el empoderamiento podrán ser aún mayores.

De esta manera, nace la propuesta de Mentoring Empresarial Enfocado, una propuesta para que más mujeres se sumen a la industria Fintech y de esta manera, continuar desarrollándonos como mujeres integrales y sin miedo a los retos.

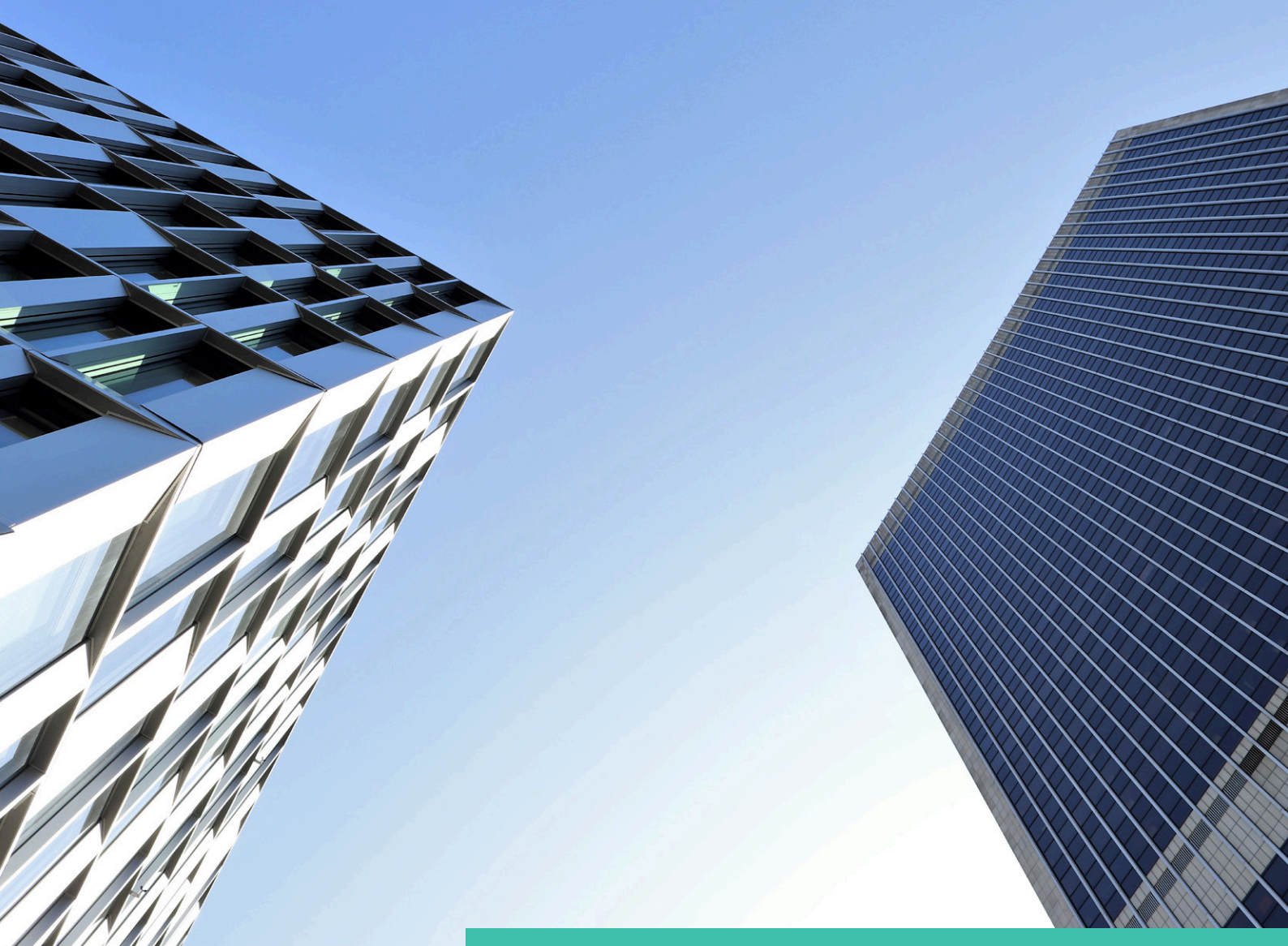
El público objetivo para esta propuesta es el mercado Fintech, donde cada vez más las plataformas financieras se vuelven más inclusivas, lo que traduce una inclusión financiera con más impacto a todos los niveles de la organización y población. Si bien hay retos que deben sortearse para que las mujeres participen más en temas de tecnología, es interesante el momento de apertura democrática que viven las Fintech para aprovechar y promover que haya más igualdad de género en la operatividad de las Fintech. "es ahora la oportunidad para sentar las bases ya que no es un sector maduro en el mundo de las finanzas".

La propuesta de Mentoring en el sector Fintech permite participar en acciones concretas para atraer y contratar talento femenino, implementar políticas inclusivas para retener y desarrollar talento femenino, colaborar y construir puentes entre actores, recabar y desglosar datos con perspectiva de género.

Las mujeres han demostrado su capacidad disruptiva para contrarrestar la incertidumbre y las adversidades que los negocios han tenido que enfrentar. La innovación y la resiliencia han sido clave para enfrentar el desafío impuesto por la pandemia. De igual manera, hemos visto que la diversidad de género contribuye de manera fundamental al éxito de las organizaciones, por eso, los equipos de trabajo donde hay hombres y mujeres, que cuentan con las mismas posibilidades de crecer y participar activamente de la toma de decisiones, generan mejores resultados financieros y comerciales, así como mejoras sustanciales en la gestión organizacional.

Son muchos los estudios que avalan el aporte que las mujeres hacen a las empresas y en la economía en general. Esta situación se ve acentuada en las Fintech, que llevan la delantera en cuanto a inclusión laboral femenina en América Latina.

Retomando el estudio "Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación", realizado por Finnovista y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en América Latina, cerca del 80% de las Fintech tienen por lo menos a una mujer en su equipo de trabajo, y en promedio para la región, el 30% del personal que trabaja en empresas Fintech son mujeres.



15

Cap. 15

¿Pero y qué es una Fintech y por qué su importancia?

Cuando hablamos de Fintech nos referimos a la unión en inglés de la palabra “Fintech”.

Finance (finanzas) y Technology (tecnología), y hace referencia a todas aquellas empresas de servicios financieros que se valen de la última tecnología para poder ofrecer productos y servicios financieros innovadores. Esto se refiere a las empresas que prestan servicios financieros a través de tecnología innovadora en donde ofrecen productos y servicios financieros, un ejemplo de cómo lo hacen estas organizaciones son a partir de las plataformas webs o aplicaciones móviles.



Fintech Rada Colombia

Figura 8



Fuente: Finnovista, 2017.

En Colombia, el ecosistema Fintech cuenta con un enorme segmento de mercado, categorizados según Finnovista⁴⁰ en:

- Pagos.
- Calificación, Identidad y Fraude.
- Manejo de Finanzas Personales: Comparación
- Gestión de Finanzas Personales.
- Gestión de Riqueza.

⁴⁰ Fuente: Colombia Fintech, 2020.

- Crowdfunding.
- Gestión de Finanzas Empresarial.
- Trading y Mercados.
- Seguros.
- Tecnología Empresarial para Instituciones Financieras.
- Préstamos.
- Préstamos Corporativos.

Actualmente en Colombia existen más de 150 Fintech consolidadas, razón por la cual se posicionado como el tercer país de Latinoamérica con mayor mercado Fintech.

Hay un objetivo en común por el que las empresas de Tecnología Financiera surgen, y es el deseo de reducir la brecha en términos de inclusión financiera permitiendo dar la oportunidad a todas las personas de acceder a servicios financieros. La mayoría de Fintech están hechas para hacerle la vida más fácil a las personas, por eso son herramientas muy intuitivas, fáciles y rápidas de utilizar.

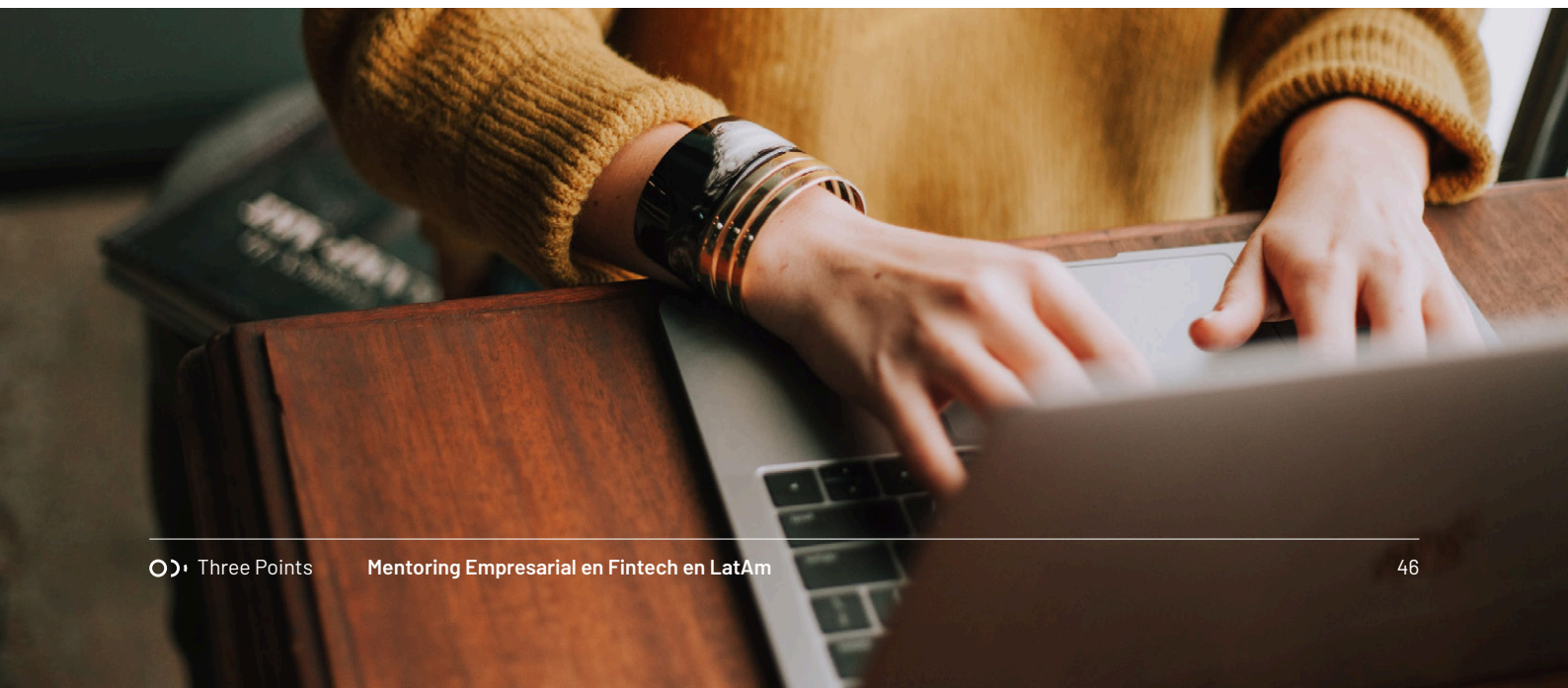
Las Fintech “ayudan a brindar servicios a grupos sociales que no tienen acceso a entidades bancarias. Es decir, generan herramientas de inclusión financiera, plataformas educativas y servicios de asesoría para aquellas personas que no poseen o no pueden acceder a una cuenta bancaria y necesitan realizar operaciones económicas. Marc Andreessen, creador del navegador Netscape⁴¹, adelantaba su definición como “un banco disruptivo”, ya que desarrollan algunos productos o servicios vinculados al mundo bancario, optimizados por canales digitales y a un menor costo”.⁴²

En LatAm, existe una gran expectativa, respecto al el crecimiento del sector Fintech ya que en países como México, Argentina, Chile y Colombia se han abierto Sandbox⁴³ con el objetivo de facilitar los desarrollos de innovación en el sector financiero, lo que supone un marco a través del cual la Superfinanciera facilita la innovación de productos, tecnologías o modelos de negocio, en un ambiente controlado y en tiempo real.

⁴¹ Fuente: BKR Argentina, 2020.

⁴² Fuente: BKR Argentina, 2020.

⁴³ Fuente: Colombia Fintech, 2021.



En este sentido, en su Informe de inversión Fintech 2019⁴⁴, el equipo de Open Innovación ha hecho una selección de las compañías Fintech que marcan tendencias de innovación en el mundo de las finanzas en LatAm:



Nubank

Encabeza la lista de Fintech más importantes de Latinoamérica con una inversión acumulada de 1.395 millones de dólares. La banca Fintech inició su actividad en marzo del 2013 y actualmente cuenta con más de 25 millones de clientes entre Brasil, México y Argentina que utilizan sus servicios, como tarjetas de crédito y cuentas digitales. De esta forma, Nubank se posiciona como el principal neobanco del mundo.



Billpocket

Una de las Fintech más importantes de México, la cuál permite obtener una terminal de punto de venta y gestionar pagos con tarjeta de crédito y débito de manera rápida, fácil y segura. Por lo tanto, ha sido de gran ayuda para el crecimiento de algunas PyMES que se valen de medios de pago digitales.



EFISYS

Fintech mexicana especializada en el desarrollo y la comercialización de software orientado al sector de las microfinanzas. Su principal producto es un sistema o plataforma tecnológica denominada "SAFI Banking", un modelo de negocio que contempla opciones de venta adecuadas para cada nicho de mercado en tres modalidades: venta, renta y arrendamiento.



Enbanca

Fintech colombiana que permite a sus usuarios conocer, entender y mejorar su historial de crédito para acceder a mejores condiciones en productos financieros. La plataforma conecta a los usuarios con las mejores ofertas crediticias, de acuerdo con su perfil y posibilidades. Logró juntar más de 28 mil usuarios en 6 meses, con un promedio diario de 600 usuarios nuevos por día.



Finsocial

Fintech que brinda soluciones crediticias a docentes del sector público, pensionados, independientes y mujeres emprendedoras, creando nuevas oportunidades de inclusión financiera e innovación social. Recientemente la banca Morgan Stanley le otorgó un préstamo de 125 millones de dólares y poseen como Partner al fondo de inversión Kandeo.

⁴⁴ Fuente: Crehana.com, 2021.



16

Cap. 16

Las iniciativas Fintech y su contribución al Closing the Gap

Como hemos visto, el sector Fintech, no solo ha promovido la inclusión financiera de los usuarios del sistema financiero, sino que también ha promovido la inclusión de la mujer en los puestos de trabajo que genera esta industria; Una tarea que sin duda no ha sido nada fácil dada la gran necesidad del talento enfocado a las carreras STEM que requiere esta industria.

En ánimo de dar oportunidad a las mujeres de crecer laboralmente en los ambientes Fintech, pero teniendo en cuenta el déficit de talento femenino en profesiones relacionadas con tecnología, diferentes entidades han estado fomentando la participación de mujeres en el ámbito tic; es así como hace un poco más de 3 años fue lanzada la powerlist que celebra la contribución y el talento de las mujeres que están definiendo el futuro desde distintos ámbitos.

La lista elaborada por Women in Fintech permite dar visibilidad a las mujeres que, desde puestos estratégicos de liderazgo, están definiendo el rumbo de un sector en pleno crecimiento.

La organización **Women in Fintech**⁴⁵ hace parte de una iniciativa de la asociación Innovate Finance, su objetivo es “asegurar que las líderes femeninas jueguen un rol vital en la creación de nuevos servicios financieros”. Es un reconocimiento al papel de muchas de las mujeres que están construyendo nuevas ideas, proyectos y modelos de negocio en el ámbito de la tecnología financiera, fuertemente marcado por la presencia masculina. Actualmente,

las mujeres tan solo representan el 23% de los empleados en el sector, según Innovate Finance.

Otra iniciativa, respecto al campo de mentoring en la industria Fintech esta auspiciada por el Banco mundial y la organización **GeekGirls**⁴⁶ que, en los pasados meses de noviembre y diciembre, las mentoras técnicas y de liderazgo de Geek Girls Latam estuvieron mentoreando a 139 jóvenes mujeres de uno de sus bootcamps de programación en Bogotá. Cerca de 15 mentoras, con perfil técnicos y de alta gerencia, estuvieron

acompañando la etapa final del primer bootcamp de programación dirigido a mujeres con el apoyo del Banco Mundial y BIT/SECTOR TIC en Bogotá durante dos meses.

Lilian Simbaqueba, CEO de Hemsley y una de las mujeres en tecnología más reconocidas del país, compartió sus experiencias con las GeekGirls desde su trayectoria y reconocido liderazgo en el sector. A su cargo varias de estas jóvenes que preguntaban con gran interés cómo trazar una tarea exitosa en esta industria de gran crecimiento, gestionar su marca personal, trabajar en equipo y hasta cómo negociar un salario.



⁴⁵ Fuente: Women In FinTech Initiative.

⁴⁶ Fuente: Geek Girls Latam.

El mentoring, como una buena partida de ajedrez, es un ejercicio de estrategia, de preparación de escenarios, contribuyendo a que las personas, de forma proactiva más que reactiva, puedan anticiparse de forma efectiva a las crecientes demandas de la organización.

“Nuestra mentoría de liderazgo se basa en el fortalecimiento de las habilidades estratégicas y de vida que le permitan a la mujer desarrollar capacidades blandas alrededor de su autoestima, liderazgo, comunicación asertiva, negociación y la gestión de su Marca personal” afirma Joanna Prieto, coordinadora del programa de mentoring de Geek Girls Latam y cofundadora de la organización.

Esta organización ha articulado las capacidades y experiencias de otras comunidades trabajando de la mano con dos Ingenieras de la comunidad [Women Who Code](#)⁴⁷, quienes capacitan respecto al desarrollo de código y gestión de proyectos de tecnología. De esta forma, Geek Girls Latam sigue consolidándose como el aliado estratégico de grandes organizaciones públicas, privadas y organismos multilaterales en la mancomunada tarea de cerrar las brechas de género en las áreas STEM.

El know-how es un camino recorrido de 9 años que permite acompañar de forma efectiva los desafíos que implican las transformaciones sociales y de la dinámica del mercado actual donde la mujer tiene grandes oportunidades de progreso económico.⁴⁸ La Iniciativa [Visa Everywhere](#)⁴⁹ es un programa de innovación global. La primera iniciativa Visa Everywhere: Women’s Global Edition celebró a las mujeres fundadoras y cofundadoras que están cambiando el mundo al resolver desafíos empresariales y sociales.

El programa se lanzó el 6 de marzo para celebrar el Día Internacional de la Mujer. La competencia recibió casi 1300 presentaciones de Fintech y organizaciones de impacto social fundadas por mujeres de más de 140 países⁵⁰.

No obstante, muchas de estas iniciativas tienen poca visibilidad hacia el público objetivo, es decir no logran llegar hasta esas mujeres que se quiere incluir en los programas de mentoring. Como muestra de ello realice un sondeo en LinkedIn acerca del conocimiento de programas de mentoring este fue la encuesta:

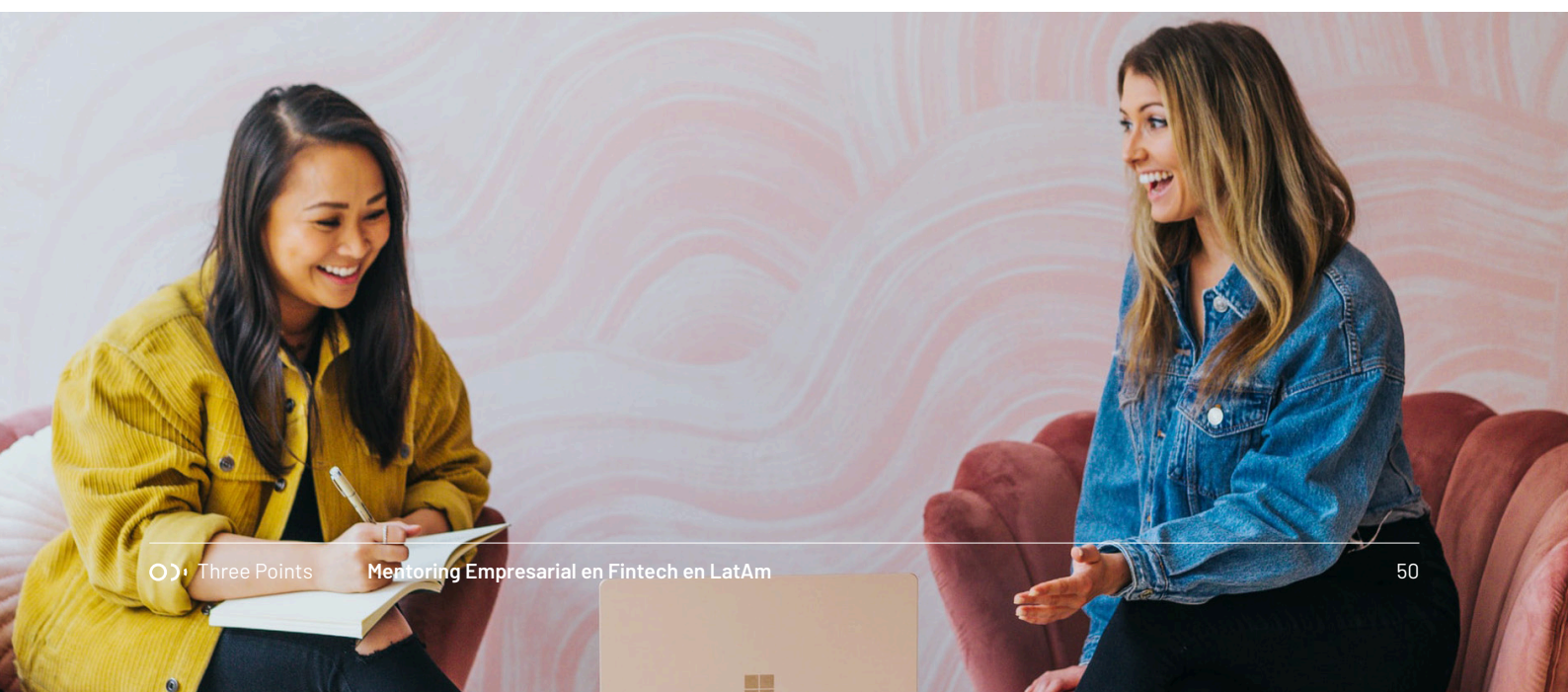
La pregunta “top Of mind” tiene como objetivo conocer los programas de mentoring sin solicitar la marca, simplemente la actividad del mentoring como tal.

47 Fuente: Women Who Code.

48 Fuente: Geek Girls Latam. 2020.

49 Fuente: Visa Everywhere Initiative.

50 Fuente: Visa Everywhere Initiative (VEI).





Stefanny Cardenas Mora

Ejecutiva Dirección desarrollo de Pymes. Vicepresidencia Sector Privado en C...



Estimada Red . Me encuentro en la fase final de mi proyecto [Three Points The School for Digital Business Closing The Gap](#) " ¡Potenciar el mentoring como herramienta para cerrar la brecha de género!"

[#mentoring](#) [#mentoringmatters](#) [#mentoraslatam](#) [#mujerespower](#) [#digital](#)

Tu opinión es importante para mi:

Mil gracias por tu apoyo!!!

[See translation](#)

Conoces algún programa de MENTORING empresarial

The author can see how you vote. [Learn more](#)



38 votes • Poll closed

El 76% no conoce algún programa de mentoring empresarial, Tan solo el 24% de los encuestados de la red indico conocer algún programa de Mentoring, el 42% no conocía ningún programa.

Sin embargo, es interesante ver que el 34% que no conoce ningún programa de mentoring le gustaría.

Esto se da porque el mentoring ha demostrado ser una vía para promover un mejor desarrollo profesional y personal de los individuos. El desarrollo de programas de mentoring fomenta la satisfacción laboral, el compromiso y la fidelización. También permite que las nuevas incorporaciones y las personas que cambian de rol profesional asuman sus responsabilidades más rápidamente.

A su vez trae consigo beneficios para la compañía como:

- Facilitar el aprendizaje organizacional
- Adaptación más rápida a los cambios.
- Retención y desarrollo del talento.
- Mejora la comunicación organizacional.
- Promoción de la cooperación y el compromiso con la organización.

- Reducción el coste de la formación y el desarrollo porque las personas aprendizaje en el propio puesto de trabajo
- Aumento rendimiento, motivación, creatividad, colaboración.
- Facilitar el aprendizaje organizacional
- Adaptación más rápida a los cambios.
- Retención y desarrollo del talento.
- Mejora la comunicación organizacional.
- Promoción de la cooperación y el compromiso con la organización.
- Reducción el coste de la formación y el desarrollo porque las personas aprendizaje en el propio puesto de trabajo
- Aumento rendimiento, motivación, creatividad, colaboración.

Beneficios Enfocados en la Industria Fintech

- Crear conexiones entre la red de mujeres para generar oportunidades y contribuir en su crecimiento profesional.
- Destacar el rol de la mujer dentro de la Fintech y el reconocimiento por sus logros y evolución en la empresa.
- Generar encuentros de networking periódicos para conocer mujeres inspiradoras que puedan compartir sus experiencias a nivel nacional e internacional, así como generar información del papel de la mujer en el universo Fintech y tendencias.
- Potenciar el emprendimiento femenino dentro del sector Fintech e Insurtech.
- Impulsar la igualdad de talento en el ecosistema.





17

Cap. 17

Propuesta de Mentoring Empresarial Fintech

El recorrido hasta aquí nos lleva a formular una propuesta de mentoring empresarial Fintech que sirva como herramienta para el cierre de la brecha de género y la base sobre la cual se funda esta propuesta de Mentoring es la **Sororidad**, un término que en el 2018 la RAE definió como “agrupación que se forma por la amistad y reciprocidad entre mujeres que comparten el mismo ideal y trabajan por alcanzar un mismo objetivo”, es una forma cómplice de actuar entre mujeres y considera que es “una propuesta política” para que las mujeres se alíen, trabajen juntas y encabecen los movimientos que buscan el posicionamiento del género en las esferas decisivas de su entorno.

La sororidad es el pacto social entre mujeres que tiene como objetivo el empoderamiento del género femenino.



La sororidad es una característica intrínseca de las mujeres y lo hemos visto a lo largo de este artículo a través de las entrevistas, las iniciativas particulares y asociaciones que quieren poner su granito de arena en este propósito.

La sororidad es clave porque las mujeres empiezan a trabajar con personas que entienden sus problemas. Supone una nueva forma de mirar a las mujeres que las rodean, desde el respeto, el cuidado mutuo y creando redes para cambiar las estructuras de poder. Ayudar a que otras mujeres asciendan y animar a todas las que hayan conquistado una posición de poder, a que inspiren a sus compañeras en lugar de tomar distancia.

Aplicar el mentoring empresarial enfocado, es construir “una dimensión ética, política y práctica del empoderamiento femenino. Es una experiencia de las mujeres que conduce a la búsqueda de relaciones positivas y la alianza con otras mujeres para contribuir con acciones específicas acerca de la eliminación social de todas formas de opresión y el apoyo mutuo para lograr el poderío genérico de todas y el empoderamiento vital de cada mujer. Lo que al final desdibuja la supuesta rivalidad entre mujeres”.⁵¹

Lo más importante es que la sororidad tiene implícita la transformación de las relaciones entre las mujeres y despliega nuevas posibilidades de crecimiento. Juntas somos poderosas y enfrentadas somos sometidas.

Para comenzar a practicar sororidad, se debe partir desde generar redes de seguridad con nuestras amigas, mantener en comunicación constante, directa y asertiva, estar al pendiente de nuestras ubicaciones laborales y sociales y tener planes de contingencia hacia los escenarios de vulnerabilidad. Hacer lo que está en nuestras manos para crear nuestros propios espacios seguros, aliados, cuidarnos y generar los entornos de crecimiento de nuestro género.

Un mentoring basado en la sororidad permite a una mujer ayudar a otras mujeres a superar sus miedos e inseguridades, alcanzar la independencia económica, romper el techo de cristal que a hoy proponen muchos entornos sociales sugiriendo la debilidad del género y finalmente a luchar por sus sueños y metas.

La sororidad se desarrolla en tres dimensiones:⁵²

- **Dimensión ética:** “Es una experiencia de las mujeres que conduce a la búsqueda de relaciones positivas, saber escuchar a otras mujeres, complicidad, empatía, prestar ayuda, colaborar con la solución de problemas”.⁵³
- **Dimensión política:** “En los entornos de gobierno, se propone la alianza existencial que traduce y proyecta una corriente política de liberación y eliminación social de todas las formas de opresión social y cuyas bases son la igualdad y la equidad”.⁵⁴
- **Dimensión práctica:** apoyo mutuo para lograr el empoderamiento de género de todas partiendo desde la base del empoderamiento vital de cada mujer.

⁵¹ Fuente: La Vanguardia, 2016.

⁵² Fuente: El Feminismo.

⁵³ Fuente: El Feminismo.

⁵⁴ Fuente: El Feminismo.

Es así como la sororidad entre las mujeres va más allá de la amistad, es una conexión que la trasciende. Es la hermandad, el apoyo y la confianza entre nosotras. La sororidad es ese sentimiento que nos anima a salir en masa a dar lo mejor y apoyarnos unas a otras, por ello es el eje fundamental de la propuesta de mentoring ideal

METODOLOGÍA MENTORING 1 A 1



ATRACCIÓN

Observar el camino antes de coger impulso. Analizar todo con objetividad.



CONVERSIÓN

Ver cambios reales un replanteamiento estratégico que ponga sobre la mesa los problemas relevantes y las posibles soluciones.



CONEXIÓN E IMPACTO

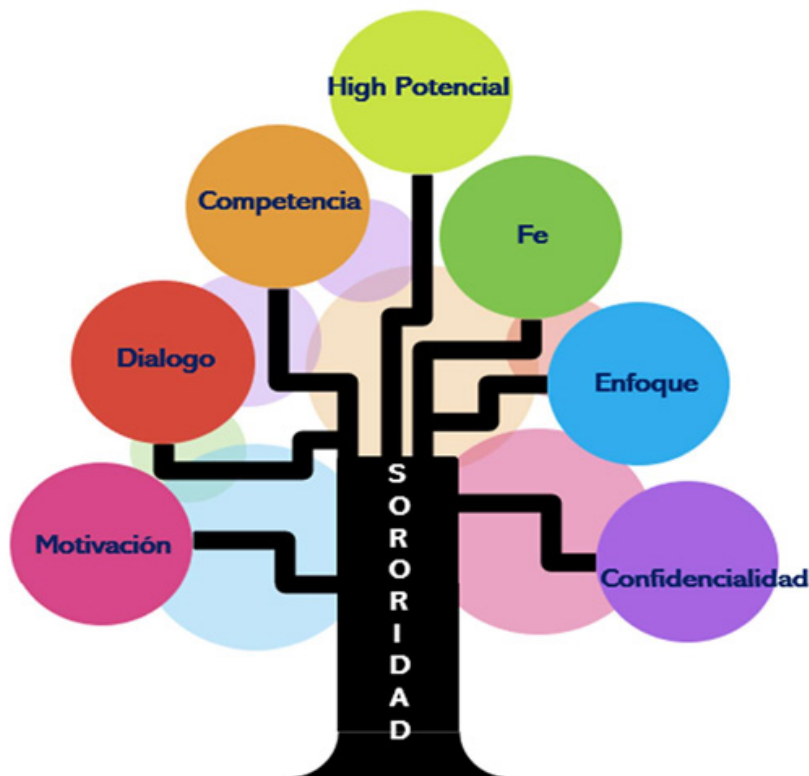
Inspirarse en otros está bien, pero sin perder el norte: Encontrar el propio ritmo, sin sentirte presionado/a, pero cumpliendo las promesas que te hagas a ti mismo/a.



EJECUCIÓN

Es el momento de la verdad: Cuando se deja de hablar de futuro para hablar en presente. Puede que la meta parezca grande y esté lejos, pero con pasos pequeños y firmes, se verán los resultados y se alcanzarán los objetivos.

Componentes del Programa de Mentoring Empresarial Fintech





- **Desarrollo de high potentials** es una de las aplicaciones más características del mentoring en cuanto a metodología de desarrollo de personas, ya que permite implementar programas que tengan como propósito el acompañar a jóvenes talentos hacia la transición hacia nuevas posiciones de creciente responsabilidad, a través del aprovechamiento del capital experiencial de los trabajadores de mayor trayectoria. El propósito fundamental suele ser acelerar los tiempos de adaptación y/o generación de valor de las “nuevas promesas”, a través del intercambio de conocimiento, prácticas y/o valores existentes en el seno de la organización.⁵⁵
- **Talento como un proceso:** Pensar en talento, es habitual interpretarlo como una cualidad que se posee o no, sin embargo, es importante entender que verlo de esta manera dificulta los procesos de crecimiento intelectual porque se ve como algo estático y al contrario, El talento es más útil pensarlo como un proceso, o mejor dicho, un conjunto de procesos, relacionados entre sí y necesarios para el evolución. En este sentido, hay 3 pilares sobre los que se basa el talento como un proceso:
 1. Confianza para hacer algo
 2. Motivación para hacerlo
 3. Competencia para el desempeño
- **Motivación Constante:** En la relación de Mentor y Mentee se entretajan distintas motivaciones, por un lado, la necesidad de dejar un legado y un aporte a la sociedad y por otro la necesidad de crecer, superar los miedos, y obstáculos que en su mayoría son mentales. No obstante, la motivación es un proceso que nace de los sentidos y por ello debe ser constantemente monitoreada porque el resultado del programa de mentoring depende en gran medida de la motivación para su ejecución.
- **Diálogo Abierto:** En la relación de Mentor y Mentee se entretajan distintas motivaciones, por un lado, la necesidad de dejar un legado y un aporte a la sociedad y por otro la necesidad de crecer, superar los miedos, y obstáculos que en su mayoría son mentales. No obstante, la motivación es un proceso que nace de los sentidos y por ello debe ser constantemente monitoreada porque el resultado del programa de mentoring depende en gran medida de la motivación para su ejecución.

⁵⁵ Fuente: Atesora Group, 2018.

- **Competencia:** A través del fortalecimiento de la competencia no solo se busca conectar y hacer uso de las motivaciones de los implicados, sino expandir la de acción y consecución de sus protagonistas: los mentees. El mentor, en calidad de guía y acompañante, anticipa escenarios que probablemente tendrán que enfrentar sus mentees. Conoce algunos de los posibles retos con los que van a tener que lidiar en su progresión organizacional y cuáles van a ser las habilidades que van a tener que emplear. Desde este punto de vista, el mentor ha de explorar junto con su mentee cuestiones tales como qué habilidades actualmente es capaz de ejercer con competencia y cuáles aún no.
- **Confidencialidad:** El objetivo es que, durante este proceso, se mantenga un sentido sano de seguridad ya que se está saliendo de la Zona de Comfort hacia lo desconocido y en esa relación el mentee se toma de la mano del mentor para la construcción de nuevos horizontes. La confianza también toma fuerza en los momentos de feedback y/o feedforward.
- **Amor Propio:** El amor propio, también llamado autoestima, es un fenómeno de gran importancia para cada persona al ser el motor que lleva al desarrollo y crecimiento personal a través de la consecución de las metas. A su vez permite tanto al Mentor como al Mentee ser más empáticos, evitar la envidia y la comparación, aceptarse a sí mismo y obtener satisfacción permanente por cada reto superado y ánimo y motivación en caso de alguna dificultad temporal. De igual forma es importante entender que así el mentee se encuentre en programa de Mentoring, no significa que pierda sus características individuales, sueños y metas.
- **Fe:** Creer; es la base para lograr los propósitos, no obstante, suele ser confundida con el deseo. La gran diferencia radica que el deseo es netamente emocional y no tiene ningún plan de ejecución y eso lo hace débil frente a cualquier proceso de crecimiento personal y laboral, la fe es ese instinto interno que te lleva a creer que hay algo más, que si se puede y como el Mentor le muestra al mentee que el éxito es la suma de muchos fracasos superados desde el aprendizaje.
- **Enfoque:** El beneficio más grande de establecer metas no es lo que ha de lograr sino en lo que se convierten las partes como resultado del proceso. Mientras se trabaja en la meta, con objetivos claros, a su vez se hace un trabajo interno sobre el carácter, la actitud, la resiliencia y la disciplina. Tenemos una meta, ayuda a desarrollar el carácter a través de la perseverancia.



El objetivo es crear un gran ecosistema interconectado que permita una relación permanente entre Mentora y Mentee para lograr una mejora continua en sus desarrollos, que de la mano de la sonoridad permita una contribución al logro del empoderamiento de las mujeres.

Esta propuesta de Mentoring propicia el “desarrollo de las Mujeres desde su propio autoconocimiento, permitiéndole conocer sus fortalezas y debilidades, posibilitando el cuestionamiento de creencias, valores, estereotipos, roles, y el desarrollo de habilidades contando con el reforzamiento de un/a mentor/a que le sirve de guía y modelo. Los/as mentores favorecen el incremento de la autoeficacia a través del aprendizaje social, aprendiendo de otros que ya han pasado por los mismos problemas y situaciones”.⁵⁶

“Aquí se le da autonomía y poder a la mentorada (empresaria, directiva, trabajadora, profesional) pues es quien decide sobre su desarrollo, sus objetivos, sus metas. El/la mentor/a les apoya, guía en base a sus necesidades y se adapta a sus estilos de aprendizaje, tienen un papel mediador y facilitador”.⁵⁷

“El Mentoring se convierte en una herramienta estrategia para el closing the Gap que favorece la transformación y el cambio a través del fortalecimiento de la autonomía de la mentorada y el aumento de sus oportunidades, que son los pilares del empoderamiento”.⁵⁸

- El “empoderamiento desde dentro” permitiendo un trabajo de deconstrucción y autoconocimiento.
- “El poder con” mediante el apoyo de los/as iguales, poniendo el énfasis en las redes, la conexión, el aprendizaje a través de otros/as y la potencialidad de la acción colectiva.
- “El poder para” pues se basa en compartir recursos por parte de los/as mentores/as que están en una posición más privilegiada, a favor de otros/as para quienes son valiosos.

El Mentoring puede ser una de las prácticas a incorporar en el ámbito empresarial para lograr cumplir los 7 principios que plantea las Naciones Unidas para lograr el empoderamiento de las mujeres⁵⁹. Sin este empoderamiento difícilmente podemos hablar de igualdad efectiva entre hombres y mujeres, que no solo es un derecho fundamental, sino un principio clave de responsabilidad social empresarial.

⁵⁶ Fuente: Escuela de Mentoring, 2016.

⁵⁷ Fuente: Escuela de Mentoring, 2016.

⁵⁸ Fuente: Escuela de Mentoring, 2016.

⁵⁹ Fuente: Pacto Mundial Red Española, 2019.





18

Cap. 18

Conclusiones

De acuerdo con los estudios presentados, la tasa de participación de las mujeres en el mercado Fintech ha crecido significativamente. Este crecimiento se vio reflejado en el porcentaje de mujeres que hacen parte del equipo fundador.

Entre las principales condiciones que generan brechas de género pueden mencionarse: las diferencias salariales, la segmentación horizontal y vertical, y la falta de oportunidades para el acceso a ciertos oficios o sectores de actividad.

En lo que respecta a Latinoamérica, en los últimos 30 años, el promedio de la tasa de participación de las mujeres ha aumentado 11 puntos porcentuales, un ritmo superior al de otras regiones del mundo. Pero, durante el 2020, los principales indicadores laborales desagregados por género continuaron mostrando una brecha.

En las mujeres, la tasa de desocupación promedio aumentó hasta alcanzar un promedio del 9,6%; mientras que, en los hombres, se mantuvo en un promedio casi constante del 7,1% durante el año. Para Argentina, Belice, Brasil, Colombia y Costa Rica la tasa de desocupación femenina superó el 10%.⁶⁰

Composición de la fuerza laboral en las Fintech en América Latina, el 30% del personal que trabaja en empresas Fintech son mujeres. No obstante, sólo cerca del 11% de las empresas Fintech tienen 50% o más de mujeres trabajando en sus equipos. De esta manera, las mujeres se enfrentan con barreras que les impiden acceder a lugares destacados en lo profesional y laboral.

Estas barreras se producen por la escasa presencia femenina en las ramas de actividad vinculadas a CTIM y por los estereotipos de género que enfrentan, tanto al intentar acceder, mantener y promoverse en una posición laboral, como a la hora de obtener puestos de responsabilidad y de tomar decisiones que tengan una mayor incidencia en el ámbito científico y tecnológico.

Un aspecto relevante para considerar sobre la equidad de género es evaluar las prácticas que realizan las compañías para brindar oportunidades tanto en el acceso al trabajo como en el desarrollo profesional. No sólo alcanza con mirar la composición de la nómina, sino que evaluar las herramientas de gestión del talento es un aspecto clave para comprender el compromiso con la gestión de la diversidad.⁶¹

⁶⁰ Fuente: INDEC, 2020.

⁶¹ Fuente: Deloitte, 2020.





Las Fintech tienen la posibilidad de influir desde dos ópticas en la reducción de la brecha entre hombres y mujeres. Por un lado, pueden tener injerencia a través de sus prácticas de empleo, tanto con la contratación de un mayor porcentaje de mujeres como con la implementación de iniciativas para acompañar su desarrollo profesional; y, por otro lado, ofreciendo productos y servicios adecuados a sus necesidades, permitiéndoles lograr una autonomía y crecimiento económico.⁶²

Estas acciones pueden verse como oportunidad, tanto para la sociedad en su conjunto - con la reducción de la brecha de género- como para las Fintech en particular, ya que generan un clima interno en la compañía que potencia el rendimiento y bienestar de sus empleados, generando una diversidad de miradas más amplia para desarrollar soluciones. Asimismo, mayor equidad de género al interior de las Fintech genera una oportunidad de captación de un mercado que tiene mucho potencial de desarrollo.

“La igualdad de género es un eje que preocupa a nivel internacional y sobre el que las miradas de los grandes líderes están puestas. Por lo que trabajar en este aspecto ya no se puede considerar como una cuestión de filantropía, sino que es una ventaja competitiva”.⁶³

De acuerdo con el informe de “Mujeres Directivas de Grant Thornton 2021⁶⁴. En 2021, las empresas están priorizando garantizar la igualdad de acceso a las oportunidades de desarrollo en el trabajo, que según nuestra investigación es la acción que la mayoría de las empresas están poniendo en marcha para promover la paridad de género en la alta dirección. El 39% de las empresas se centra en el acceso para todas las personas, lo que supone un aumento de cinco puntos porcentuales con respecto a 2020. La segunda acción más consistente que se está llevando a cabo en este campo es la creación de una cultura inclusiva, que ha subido del 31% al 36% desde 2019. Mientras tanto, proporcionar mentoring y coaching ha superado por poco la formalización o facilitado que el trabajo flexible ocupe el tercer lugar. Con un 32%, ha subido seis puntos porcentuales de manera significativa desde 2020”.⁶⁵

La industria Fintech a través de su propuesta de valor de finanzas más inclusivas aporta a los objetivos de la agenda 2030 en las ODS relacionada con la inclusión y la igualdad.

Las Fintech representan una oportunidad para ofrecer servicios a diferentes segmentos de la población que antes no estaba bancarizada. Y el mentoring ayuda a acelerar la inclusión de la mujer en el sector Fintech y ser pionero dentro del sector Finanzas.

62 Fuente: Cámara Fintech, 2020

63 Fuente: Cámara Fintech, 2020

64 Fuente: Grant Thornton, 2021.

65 Fuente: Grant Thornton, 2021.

Anexo 1

Introducción Histórica del Mentoring y Definición y características del mentoring en la actualidad

El mentoring está en boga y evoluciona conforme a la transformación de los entornos educativos y comunicativos (Observatorio de Innovación Educativa. Tecnológico de Monterrey, 2017).

ÉPOCA	PROPÓSITO
Etimología (Mitología) antes de 600 A.C	El mentoring implica preparar a alguien para un oficio, para un rol.
Platón y Aristóteles IV A.C	El propósito del mentoring no es adoctrinar sino emancipar.
Monjes en la Edad Media IX-XIII	La mentoría incluye dimensiones no técnicas del desarrollo de un individuo y apunta a un desarrollo integral.
El Renacimiento. XIV-XVI	El mentor transfiere su saber hacer práctico y orienta el proceso de inducción del aprendiz en una comunidad profesional.
La Ilustración. XVII-XVIII	La importancia del mentor como nodo de redes sociales significativas, como propiciador de encuentros.
Edad Moderna. XVIII-XX	Revolución Industrial se estandariza, atomiza y especializa el trabajo. El mentoring implica una relación más amplia y abierta que la mera capacitación profesional.
Años 70, EE. UU	Con la globalización y el proceso evolutivo hacia una sociedad del conocimiento, en las empresas comienza el boom de los programas de mentoring para propiciar que los empleados más experimentados transfieran su pericia a los empleados recién llegados. La empresa es un mundo dominado por varones y esto ha contribuido a que de nuevo el mentoring siga asociándose más con los hombres que con las mujeres.
Años 90	El mentoring puede integrarse dentro de un campo educativo institucional.
Era digital	Internet se convierte en una interfaz que ofrece y condiciona nuevos procesos de mentoría. El usuario puede acceder en la red a ciertos mentores, suscribirse a la información que proporcionan los expertos o participar en redes sociales profesionales en línea, entre otras iniciativas. Objetivo: El mentoring puede ser distribuido y desarrollado online.

DEFINICION Y CARACTERISTICAS DEL MENTORING EN LA ACTUALIDAD

¿Qué es mentoring?⁶⁶

El término "mentoring" puede ser utilizado para referirse a un conjunto de prácticas educativas bastante diversas, incluso de rasgos opuestos (Kahle-Piasecki y Doles, 2015). Se define como una relación profesional en la que una persona con experiencia (el mentor) asiste a otro (el mentorizado o mentee) en el desarrollo de habilidades y conocimientos específicos que mejorarán el crecimiento profesional y personal del individuo con menos experiencia.

Es una metodología y práctica destinada a desarrollar el potencial de las personas, basado en la transferencia de conocimientos y en el aprendizaje a través de la experiencia, todo ello dentro de un proceso estructurado en el que se establece una relación personal y de confianza entre un mentor/a que guía, estimula, desafía y alienta a otra según sus necesidades para maximizar el talento.

¿Qué es un mentor?⁶⁷

Un mentor es la persona con más experiencia en el área de interés del mentorizado (mentee, aprendiz) encargado de guiar al mentorizado para que éste consiga sus objetivos. El mentor se compromete a transmitir su experiencia aprendida en la práctica o del estudio y observación de casos de éxito, así como las estrategias que funcionan y funcionaron para otros y que pueden hacer ahorrar tiempo y obtener resultados más rápidos al mentorizado.

Un mentor es la persona con más experiencia en el área de interés del mentorizado (mentee, aprendiz) encargado de guiar al mentorizado para que éste consiga sus objetivos. El mentor se compromete a transmitir su experiencia aprendida en la práctica o del estudio y observación de casos de éxito, así como las estrategias que funcionan y funcionaron para otros y que pueden hacer ahorrar tiempo y obtener resultados más rápidos al mentorizado.

¿Quién es el mentorizado?

Mentorizado o mentee (en inglés) es la persona bajo los cuidados de un mentor y que desea aprender algo de la experiencia del mentor. En el pasado era el aprendiz, pupilo o alumno. En la actualidad, y dentro del ambiente empresarial o de emprendedores, el mentorizado es quien pide consejos y asesoramiento a su mentor, siguiendo las recomendaciones que éste le hace basándose en su experiencia laboral y en los objetivos del mentorizado.

Beneficios del mentoring

En primer lugar, vemos que este es un beneficio bidireccional, porque además de tener una persona (mentor) presente y dedicada a nuestro éxito en el trabajo y en la vida personal, iniciar el proceso de "mentoring" permite generar un cambio profesional y personal. Cuando las empresas y organizaciones adoptan esta metodología experimentan un aumento en la confianza entre empleados y sus jefes, y el intercambio de experiencias entre "seniors y juniors". Se acelera el proceso de desarrollo personal y profesional de las personas, liberando todo su potencial para transformarlo en talento.

⁶⁶ Fuente: Aplicación del Mentoring Empresarial en el proceso de enseñanza.

⁶⁷ Fuente: Winn Latam, 2019.

Características del mentoring

Respecto a la gestión de los intangibles, el “mentoring” incrementa la ilusión, motivación, entusiasmo, compromiso, optimismo, esperanza, confianza, resistencia, fomenta la cultura de la cooperación y colaboración y facilita los procesos de cambio organizacional, haciéndolos más efectivos, duraderos y sostenibles. El “Mentoring” es un recurso de cambio y mejora para todos aquellos que participan, y especialmente para la propia organización. Es una de las prácticas más potentes para favorecer el aprendizaje organizativo y el desarrollo del talento, dos de los recursos competitivos más importantes de cualquier compañía.

Dentro de la relación que se establece entre mentor y mentorizado, se desarrolla tres habilidades básicas para la comunicación asertiva: Escucha activa, Pregunta sin prejuicios y Dar un punto de vista. El “mentoring” es un proceso donde el mentorizado no puede ser simplemente un oyente. Sin embargo, los roles no se pueden invertir, el mentor debe conducir al mentorizado y no lo contrario, y la confidencialidad en un proceso de mentoring debe estar asegurada. La escucha activa, es un término acuñado por Karl Ransom Rogers, psicólogo estadounidense, iniciador, junto a Abraham Maslow, del enfoque humanista en psicología, con el cual se intenta colocar al oyente (mentor) en una situación de atención hacia la persona que habla (mentorizado) para luego ofrecer las respuestas adecuadas.

Diferencia entre coaching y mentoring

Coaching, mentoring no son la misma cosa, a diferencia del coaching, el mentoring aborda también temas que pueden estar por fuera de la vida profesional del mentorizado. En el mentoring las direcciones las da el mentor. Da consejos y recomendaciones. Las preguntas las hacen los dos y se da una situación de transmisión de conocimientos. En el coaching las directrices las da el alumno, es decir, quien recibe el proceso. Es quien debe resolver una necesidad, es decir, el coach ni recomienda ni aconseja, sino que le ayuda a encontrar sus propias respuestas. En definitiva, existen entre mentoring y coaching diferencias muy significativas.

Anexo 2

Entrevistas a mujeres TIC Latam

Carolina Segura

Directora UX DigitalWare - Colombia

¿Cómo motivarías a las jóvenes de hoy para elegir carreras y/o trabajos afines con el mercado de la tecnología?

El esfuerzo es mínimo teniendo en cuenta que ellos tienen ADN tecnológico. En el área de tecnología estos logran cubrir necesidades intrínsecas de su personalidad, búsqueda frecuente de retos, cambios continuos y aprendizaje constante. Es fundamental que colegios tengan información acerca de alternativas de educación superior en el tema.

¿Cómo comenzaste en el mundo de la tecnología y quién consideras que ha sido tu tutor?

Fui estudiante de Psicología y se presentó la oportunidad de desempeñarme como consultora en una empresa de TI, hoy reconocida en el mercado para liderar la implementación del software de gestión humana KACTUS-HR. Ahí descubrí que podía trabajar en lo que estudié apalancando procesos claves con la mano de la tecnología. Mi tutor es Camilo Bernal, empresario.

¿Cómo pueden las mujeres en la economía y en el campo laboral TIC en LatAm seguir creciendo?

Estar informadas, capacitarse con charlas, talleres de sesiones de innovación: una mente abierta que permita seguir diferentes tendencias en constante transformación es primordial. La capacidad de escuchar e interpretar rápidamente las necesidades del mercado y traducirlas.

Angelica Huertas

M. Director Aranda Software - Colombia

¿Cómo comenzaste en el mundo de la tecnología y quién consideras que ha sido tu tutor?

Empecé en el mundo de la tecnología hace 15 años en Nokia, cuando apenas empezaban a salir los primeros celulares. Considero que uno de los grandes mentores y líderes que tuve fue Cesar Castro, el CEO en ese momento de Nokia.

¿Cómo motivarías a las jóvenes de hoy para elegir carreras y/o trabajos afines con el mercado de la tecnología?

Considero que la mejor forma es por medio de la colaboración entre las mismas mujeres. Si entro nosotras apoyamos las iniciativas de la mujer y las respaldamos, seguramente serán más fuertes. Hay que apoyar y creer en el talento ya que es una industria colonizada en muchas empresas por hombres.

¿Cómo pueden las mujeres en la economía y en el campo laboral Tic en LatAm seguir creciendo?

La tecnología te puede inspirar en cualquier campo de la vida, si te gusta la música, el arte, la medicina, o si simplemente te gusta aportar a la sociedad, por medio de la tecnología se puede crear una perspectiva diferente en cualquier campo.

Mariana Simon

Founder Athina Solutions - Argentina

¿Cómo comenzaste en el mundo de la tecnología y quién consideras que ha sido tu tutor?

Comencé trabajando en Omicron, un canal especializado en soluciones de software para instituciones educativas en Argentina. Hoy, 20 años después, sigo aplicando todo lo que me enseñó Alicia Restón, una de de las primeras emprendedoras del sector en la región y mi primera mentora en la industria.

¿Cómo motivarías a las jóvenes de hoy para elegir carreras y/o trabajos afines con el mercado de la tecnología?

Creo firmemente que el mercado TI se enriquecería muchísimo si lograra especializar a jóvenes ya recibidas de carreras humanísticas. Creo que desarrollar especializaciones muy cortas para estos perfiles acelerará la generación de profesionales vinculadas al Big Data, IA y similares que son roles muy requeridos actualmente.

¿Cómo pueden las mujeres en la economía y en el campo laboral Tic en LatAm seguir creciendo?

Primero creería que es fundamental rodearse de mujeres y hombres que una admire para aprender de ellos y en función de lo que uno vea y aprenda, decidir si realmente se quiere recorrer ese camino o crear uno diferente.







threepoints.com

Carrer de Mallorca, 27
08029 Barcelona

