

# Mujeres que rompen códigos

Las líderes que quieren transformar la cara de la tecnología



# Analistas de DPL News



**Dinorah  
Navarro**



**Mayara  
Figueiredo**



**Violeta  
Contreras**



**Raúl  
Parra**



**Nicolas  
Larocca**



**Alejandro  
González**

# Índice

|  |    |
|--|----|
| Introducción   | 4  |
| <b>Aisén Etcheverry:</b> la IA puede ser una herramienta para empoderar la vida de las mujeres     | 5  |
| <b>Lan Guan:</b> IA es invisible porque está en todas partes... ¿y dónde están las mujeres?        | 8  |
| <b>Angélica Contreras:</b> Internet seguro, necesario para la autonomía digital                    | 13 |
| <b>Juana Ramírez:</b> el reto de emprender, una carrera de obstáculos con recursos propios         | 17 |
| <b>M&amp;M:</b> líderes en tecnología que impulsan la independencia financiera                     | 20 |
| <b>Myriam Cosío:</b> de las finanzas tradicionales a encabezar un gremio                           | 24 |
| <b>Marlene Garayzar:</b> “me gusta haber empezado esta revolución y que haya seguidores”           | 28 |
| <b>Renée Rosillo:</b> el mundo <i>startup</i> necesita más emprendedoras y más mujeres invirtiendo | 31 |
| <b>Cristiana Camarate:</b> espectro radioeléctrico y mujeres, dos recursos escasos en telecom      | 35 |
| <b>Ana de Saracho:</b> digitalización es un parteaguas para la autonomía                           | 38 |



8MM

# Introducción

**Casi siempre el mundo de la tecnología suele concebirse con un aura de innovación y disrupción.** Se dice que la tecnología traza el futuro, rompe paradigmas y se reinventa. Y aunque es cierto, también es un espacio hegemónico en disputa.

Un espacio que cada vez más mujeres buscan habitar y volver más habitable para otras. Son mujeres transgresoras y revolucionarias que siempre han existido en la historia, pero a muchas de ellas se les ha dejado en el anonimato.

Ahora, en el tiempo de la Cuarta Revolución Industrial, la Inteligencia Artificial Generativa y la Web 3.0, las mujeres buscan ser protagonistas visibles en el entorno digital y proponer transformaciones.

Lo hacen a través de su liderazgo, de su intervención en los espacios de poder donde se toman las decisiones, desde donde se negocian los acuerdos y se idean las nuevas soluciones tecnológicas que impactan la vida de millones de personas.

En esta cuarta edición de nuestro especial 8M, en *DPL News* nos propusimos mostrar estos liderazgos de mujeres en la tecnología y sus propuestas e ideas para promover el acceso, la inclusión y participación de otras mujeres en el espacio digital.

Marcela Lagarde, una antropóloga feminista mexicana, afirma que los liderazgos de las mujeres tratan de hacer de las utopías *topías* personales y colectivas. Es decir, “volver vida misma lo que suponemos como idea del mundo”. Eso es, precisamente, lo que hacen estas líderes en tecnología.

Cada una en un nicho específico, está consciente de que ocupa un lugar de incidencia y de influencia. Bajo su particular forma de comprender la realidad y su trayectoria propia, cada una se apropia de la causa de género.

En un mundo que desconfía de las mujeres y de su capacidad, son convencidas de ellas mismas y de las brechas de género. Son mujeres que actúan y que, por lo tanto, son ejemplares para otras mujeres. “Mujeres memorables”, como diría Lagarde; o *role models*, como se les conoce en el sector tecnológico.

Myriam Cosío, de Clip, y Marlene Garayzar, de Stori, son transgresoras en el mundo financiero, tradicionalmente hermético y alejado de las mujeres. Aisén Etcheverry y Lan Guan, del Minciencias de Chile y Accenture, respectivamente, están a la cabeza de una tecnología que marcará el futuro de la sociedad y las economías, la IA.

Angélica Contreras, consultora y asesora de TikTok, promueve la seguridad como condición indispensable para crear autonomía digital y promover la apropiación de Internet. Cristiana Camarate, de la Anatel de Brasil, es activa en abrir espacios STEM para más mujeres en un entorno predominantemente masculino.

En esta serie de entrevistas a profundidad, ellas, al igual que Ana de Saracho, de Telefónica México; Renée Rosillo, de Prism, y Juana Ramírez, de la Asem, exponen sus visiones acerca de los avances y pendientes que hay para hacer de la tecnología un espacio más habitable para las mujeres.



Violeta Contreras García

*Aisén Etcheverry:*  
**la IA puede ser una  
herramienta para  
empoderar la vida  
de las mujeres**

Por Violeta Contreras



**Cada vez más mujeres se abren paso entre los algoritmos y estereotipos** para liderar el desarrollo de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA).

La historia oficial de grandes descubrimientos e innovaciones ha sido dominada por hombres, pero ahora el futuro de esta tecnología disruptiva puede ser escrito por las mujeres.

**Aisén Etcheverry Escudero**, ministra de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación (del Minciencia) de **Chile**, es la mujer que lidera el debate sobre el futuro de la IA no sólo en su país, sino en toda la región.

En un contexto en el que apenas 4 por ciento de quienes desarrollan los sistemas de IA son mujeres, la funcionaria es una de las líderes que busca que el diseño de esta tecnología sea una herramienta positivamente poderosa para la vida de las mujeres y la humanidad entera.

La ministra chilena encabezó el año pasado la Declaración de Santiago para promover una IA ética en América Latina y el Caribe, junto con el CAF y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Cultura y la Ciencia (Unesco).

También se reunió con líderes de todo el mundo, tanto del sector público como privado —como Meta, Amazon y Google, y los gobiernos de Estados Unidos, Japón y España—, para buscar cómo impulsar las oportunidades y mitigar los riesgos de la Inteligencia Artificial.

Ha sido una de las voces más activas en la región en la conversación sobre el uso ético y responsable de la IA, y en apalancar la cooperación internacional en la materia.

Etcheverry Escudero advierte que aún faltan más mujeres participando en el desarrollo, adopción y toma de decisiones en torno a la Inteligencia Artificial, pero cada vez hay más.

Y, sobre todo, “somos muchas muy convencidas respecto a la importancia de incorporar a más mujeres”.

No sólo se trata de un asunto de justicia social, sino también del impacto que la visión femenina puede tener en la calidad de la tecnología y en el potencial que la IA puede detonar para ser una herramienta que genere mayor bienestar social.

“Si nosotras queremos tener una voz en ese futuro, el lugar de mayor incidencia es el de la tecnología”.

La presencia de más mujeres en el diseño de sistemas de IA aumenta la probabilidad de detectar sesgos y corregirlos de forma oportuna a lo largo de todo el ciclo de vida de esta tecnología.

Si la IA se adopta bajo principios como la transparencia, la responsabilidad, proporcionalidad, no discriminación y mitigación de riesgos, la ministra afirma que puede ser una herramienta empoderadora.

Los sistemas de IA, explica, “pueden ser también utilizados como una herramienta para el cierre de brechas en el acceso y la disponibilización de conocimientos que sean específicos en temas de mujeres”.

En Chile, por ejemplo, un equipo de investigación de la Universidad de Valparaíso ya está trabajando en cómo utilizar la IA en la detección temprana del cáncer de mama, lo cual ayudaría a salvar miles de vidas.

Dada la gran capacidad que la Inteligencia Artificial facilita para el manejo de datos, puede acelerar procesos de investigación e impulsar nuevos descubrimientos en áreas poco estudiadas de la medicina y en muchos otros ámbitos: las finanzas, la educación o cualquier industria.

Pero, para que eso ocurra, la ministra reconoce que todavía hay mucho trabajo por hacer, especialmente en la inclusión de más mujeres en los campos STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).

“No hay nada que haga a las mujeres menos capaces que los hombres en materias STEM. Absolutamente nada. Y las limitaciones nos las pone la sociedad y en algunos casos nosotras mismas”.

Aisén Etcheverry asegura que las tecnologías liberan mucho poder en la vida de las mujeres. Y dado que están definiendo el futuro de la economía, la sociedad, la ciencia y las industrias, “si nosotras queremos tener una voz en ese futuro, el lugar de mayor incidencia, creo yo, es el de la tecnología”.


La ministra resalta que “el saber cómo funciona, el interiorizarse en estos temas, incluso sin venir del área STEM —‘yo soy abogada’, aclara— es empoderador”.

“Y esa capacidad de tener control sobre las máquinas y poder comprender los temas, y no ser un sujeto pasivo respecto de algo que está tan presente en el día a día, creo que es fundamental en el desarrollo personal”.


## Mujeres que lideran la IA

- 1964 -**


**Gabriela Ramos**  
Directora general adjunta de la Unesco. Lidera los esfuerzos del organismo para la promoción de un marco ético de la IA.



- 1966 -**

**Doreen Bogdan-Martin**  
Secretaría general de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.



- 1988 -**


**Mira Murati**  
Directora de Tecnología de OpenAI, una de las empresas que dominan el desarrollo de la IA.


- **Lan Guan**  
Jefa de la Oficina de IA de Accenture a nivel global e integrante del Consejo Asesor de AI4All.



- 1932 - 2020**

**Frances Allen**  
La primera mujer en ganar el Premio Turing. Fue clave en el desarrollo de lenguajes de código y computación paralela.


- **Beena Ammanath**  
Jefa Global del Instituto de IA de la consultora Deloitte y fundadora de Humans for AI.


- 1815 -1852**

**Ada Lovelace**  
Considerada como pionera en la programación, diseñó el primer algoritmo capaz de ser procesado por una máquina.



Fuente: DPL News

### América Latina se sienta a la mesa para debatir la IA

Bajo su liderazgo en el Minciencia, Chile ha promovido un diálogo regional que enfatiza la necesidad de que América Latina y el Caribe construya una voz propia y común en la regulación de la Inteligencia Artificial.

Etcheverry advierte que, “si no se toma una postura como región (...), la posibilidad de que la brecha digital se profundice es muy grande”.

La IA puede ser una herramienta disruptiva para la humanidad, puntualiza, pero también una tecnología que genere mayor división y desigualdad en el mundo.

Por eso, aclara, los países tienen la responsabilidad de abordar en este momento los posibles riesgos de la IA y diseñar mecanismos, lineamientos y principios para evitarlos, señala.

“Hoy día, la Inteligencia Artificial es reflejo de los datos con los que se alimenta. Y por lo tanto, si tenemos territorios, poblaciones, idiomas, culturas, historias, que no están participando del mundo digital, quiere decir que no están generando datos y no se están viendo reflejados en lo que la Inteligencia Artificial entrega”.

“Y las consecuencias de eso —explica— se ven cuando utilizamos Inteligencia Artificial para tomar decisiones, para el diseño de políticas públicas, para definir cómo se construyen nuestras ciudades o cómo entregamos mejores servicios a la ciudadanía”.

Si América Latina y el Caribe no participa del debate sobre la IA y en el diseño de marcos normativos, los resultados no reflejarán las particularidades y los problemas específicos de la región.

Al igual que sucede con la subrepresentación de mujeres, sólo unos cuantos países dominan la investigación y desarrollo de la IA. Estados Unidos, China, Reino Unido y Japón, por ejemplo.

Eso genera una brecha de conocimiento y acceso a la tecnología respecto a otras naciones. Además, implica que los sistemas pueden no estar tomando en cuenta conjuntos de datos más amplios, por lo que podrían reforzar patrones de exclusión y discriminación.

Por eso, afirma la ministra, Chile ha asumido el rol de “poner la mesa y (ayudar a) que todas las voces sean escuchadas, y tratar de construir posiciones comunes” desde la diversidad de la región.

*Lan Guan:*

# IA es invisible porque está en todas partes... ¿y dónde están las mujeres?

Por Violeta Contreras





**La Inteligencia Artificial (IA) se está convirtiendo en una tecnología omnipresente y, en pocos años, será parte esencial del estilo de vida de la humanidad.** Está en los negocios, en la salud, el arte, la ciencia, la movilidad y hasta en el teléfono móvil.

A medida que su adopción avanza a pasos kilométricos, la IA se ha vuelto prácticamente invisible porque ya se encuentra en todas partes, asegura **Lan Guan**, directora global de IA de **Accenture**.

Sus potenciales beneficios, se prevé, impulsarán el crecimiento y productividad de las economías. Por eso, al menos la mitad de las empresas en todo el mundo están buscando aplicar esta tecnología.

Pero mientras la carrera tecnológica continúa hay otros problemas que se necesitan resolver. Uno de ellos es evitar que si la IA se torna poderosamente invisible eso implique que las mujeres también queden ocultas.

La IA no sólo es, de alguna forma, invisible, sino también un espejo de las sociedades. Refleja las desigualdades estructurales ya existentes, como aquellas que se basan en el género, la clase o la etnia; las reproduce y hay riesgo de que pueda profundizarlas.

Un sesgo de género es un prejuicio, estereotipo o desviación sistemática basada en el género, que surge a raíz de los datos con los que se entrena la IA y, a su vez, con la que esta tecnología genera nueva información.

El Banco Interamericano de Desarrollo define al sesgo de esta manera y advierte que, cuando los sesgos persisten, pueden exacerbar las desigualdades, dado el enorme poder multiplicador de la IA Generativa.

¿Por dónde comenzar, entonces, para erradicar los sesgos de la IA y asegurar que esta tecnología sea una fuerza positiva para la vida de las mujeres? Lan Guan considera que el punto de partida son los datos que alimentan los sistemas de IA.

“Para mitigar el riesgo, primero que nada debes comprender de dónde proviene. Al igual que nosotros, como seres humanos, también tenemos todo tipo de riesgos para la salud; si te preocupa la presión arterial alta, debes comprender cuáles son los factores de riesgo: ¿cuáles son los hábitos o la alimentación que generan un riesgo para la salud?”.

“Creo que la misma mentalidad se aplica al sesgo de la IA Generativa y a todo tipo de riesgos. En consecuencia, podemos idear, crear soluciones tecnológicas, para abordarlos. Si piensas en el sesgo, las fuentes podrían provenir de muchos lugares diferentes. Los datos podrían darte el sesgo”.

La IA muy pronto se volverá omnipresente. Y para disminuir y evitar los sesgos de género, hay que poner énfasis en aspectos como la calidad de los datos, los algoritmos y la diversidad en los equipos de desarrollo.

### Por qué importa entrenar la IA con equilibrio de género

Los sesgos, explica Guan, podrían venir de cómo se selecciona una muestra para crear modelos de cimentación, o cómo se definen los datos de origen. Así, existen sesgos de representación, de muestreo o de selección, por ejemplo.

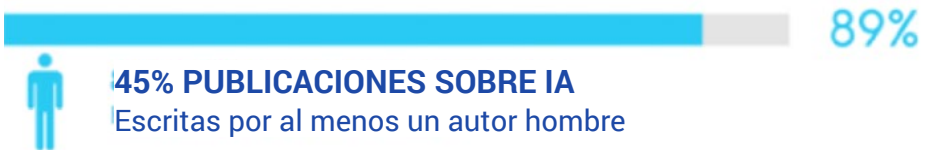
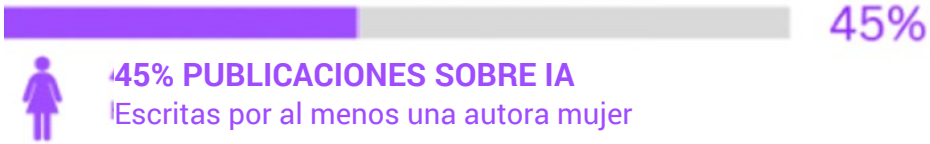
Incluso, “es posible que ni siquiera sepas de dónde proviene esta información (...). Lo que hay que hacer es implementar un tipo de calidad de datos y estándares de datos más estrictos”, sentencia la experta, quien es científica de datos y tiene más de 20 años de experiencia en el campo de la Inteligencia Artificial.

Si un sistema de IA aplicado en el ámbito de la salud, por ejemplo, se entrena en mayor medida a partir de datos de la población masculina, no podrá abarcar ni considerar las necesidades de salud de las mujeres, como los relacionados con la menstruación o la salud sexual y reproductiva.

Cuando la visión de esta tecnología es sesgada, puede pasar por alto variables como la mayor incidencia de ciertas enfermedades o la prevalencia de más riesgos para ciertos padecimientos en la población femenina. Y, por lo tanto, una solución de IA que busque mejorar la salud no cumplirá adecuadamente con su objetivo.

Los sesgos también pueden manifestarse en los algoritmos si son creados por equipos que no son lo suficientemente diversos, o que no representan a la comunidad a la que se dirige una tecnología.

“Hay que solucionar la causa fundamental de los sesgos. Introducir una mezcla de género más equilibrada en su fuerza laboral. Contratar más mujeres STEM (en los campos de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas)”.



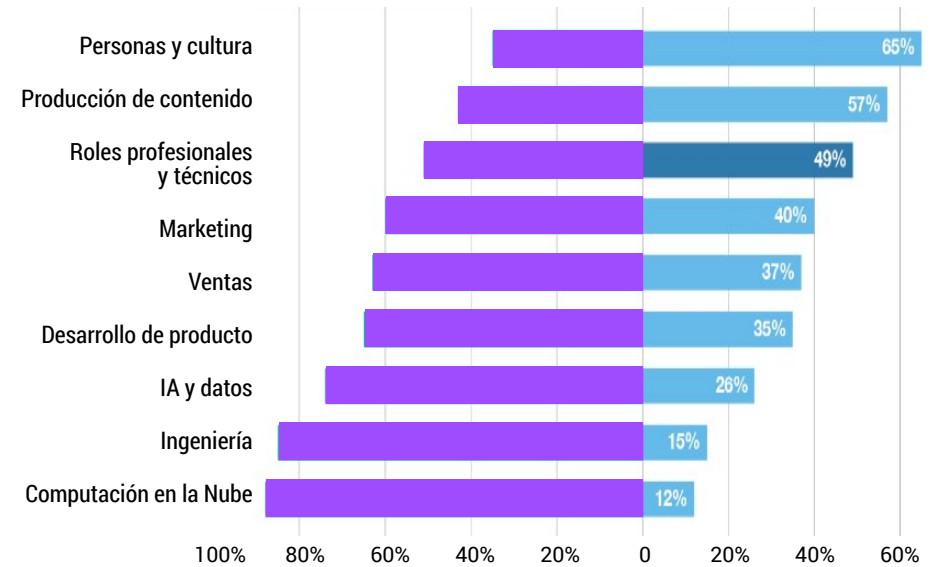
Source: OECD.AI (2023), visualisations powered by JSI using data from Elsevier (Scopus).

Proporción de investigaciones de IA publicadas por mujeres.  
Imagen: OCDE con datos de Elsevier

Por eso, “es necesario asegurarse de que en los equipos de personas encargadas del entrenamiento de IA exista equilibrio de género”, afirma Lan Guan.

En la actualidad, sólo 4 por ciento de quienes desarrollan y programan los sistemas de IA son mujeres, de acuerdo con una encuesta de la plataforma Stack Overflow.

Y, además, un estudio de Wired y Element AI estima que apenas el 12 por ciento de los investigadores de IA a nivel mundial son mujeres. Esto quiere decir que predomina una perspectiva masculina de esta tecnología que, en pocos años, será omnipresente en la vida de todas las personas.



Proporción de trabajadores y trabajadoras en grupos profesionales.  
Imagen: Foro Económico Mundial

Por eso, toda estrategia de adopción de la Inteligencia Artificial en las organizaciones debe tomar en cuenta el diseño no sólo desde un punto de vista tecnológico sino también ético y su potencial impacto, dado que la IA ya es capaz de generar múltiples contenidos, detalla la ejecutiva de Accenture.

Lan Guan es directora de Inteligencia Artificial en una multinacional que brinda consultoría estratégica y servicios tecnológicos a grandes compañías de diferentes sectores alrededor del mundo. Entre ellas, Lenovo, Prisma y Nippon Express.

En un contexto en el que la IA probablemente marcará el futuro de los negocios, propiciando un crecimiento anual del PIB global de 1.5 por ciento en los próximos 10 años, la posición de liderazgo de Guan es clave para definir cómo las organizaciones adoptan esta tecnología disruptiva.

Guan también dirige el Centro de IA Avanzada de Accenture, desde donde la compañía busca ayudar a sus clientes, a través de datos, investigación y conocimiento, a capturar el valor de la Inteligencia Artificial.

Como experta en la ciencia de datos, la ejecutiva de Accenture ha recibido más de 20 patentes en áreas relacionadas con la IA, lo cual, por sí mismo, la cataloga como un modelo a seguir en el campo de la IA para niñas y mujeres.

“Muchas mujeres pueden hacerlo (...). Espero que mi viaje pueda ser un camino a seguir para muchas mujeres en STEM”, afirma.

Las claves de su liderazgo, comenta Guan, han sido cultivar permanentemente competencias y habilidades, mantener la confianza en sí misma y en su equipo y sentir curiosidad por lo que le rodea.

De esta manera, explica, se puede ser líder en un campo como el de la Inteligencia Artificial, que es muy dinámico y está en constante movimiento.

Lan Guan aún es la excepción y no la regla en un ecosistema tecnológico todavía predominantemente masculino, pero en el que cada vez más mujeres se abren paso. Forma parte de una empresa que también está encabezada por una mujer: Julie Sweet, la presidenta y directora Ejecutiva de Accenture.

Desde su dirección de la oficina de IA de Accenture, Lan Guan es consciente de que ocupa una posición estratégica: “Cuando trabajo con mis clientes, puedo infundir gran parte de la comprensión de esta industria en las capacidades tecnológicas”.

Y eso significa ser partícipe del desarrollo de una tecnología del presente que marcará el futuro.



Agenda digital para América Latina y el Caribe



CÁMARA CHILENA DE INFRAESTRUCTURA DIGITAL

DPL Group

dpl live  
Produce

Organizan

#ChileDigital

# CLDigital

Inversión, infraestructura digital  
y fibra para liderar América Latina

Sede principal: CEPAL, Dag Hammarskjold 3477,  
Vitacura, Santiago de Chile

Fecha: **19 de marzo, 2024**

Horario: 🇨🇱 **09:00 (GMT-4)**

Registro: **digital-chile.com**



Colabora



Media Partner

Patrocinan



*Angélica Contreras:*  
**Internet seguro,  
necesario para la  
autonomía digital  
de niñas y mujeres**

Por Dinorah Navarro



**Conquistar el espacio digital es una lucha feminista, al igual que en el pasado lo fue la lucha por el derecho al voto**, o por la tipificación del feminicidio: así lo considera **Angélica Contreras**, consultora en comunicación con perspectiva de género, derechos digitales y temas sociales.

Diplomada en Gobernanza de Internet y Privacidad de Datos, Contreras es integrante del Consejo Asesor de Seguridad de TikTok para América Latina. Aconseja a la plataforma digital sobre temas como alfabetización digital, salud mental y derechos humanos. Además, colabora con la Asociación Civil Cultivando Género de Aguascalientes, México, en temas de acoso sexual y violencia digital.

Angie Contreras, como le gusta ser llamada, está convencida de que las redes de mujeres salvan. “Es importante saber que tenemos derecho a disfrutar, gozar, utilizar, compartir, crear, e innovar dentro de Internet; por lo tanto, tenemos derecho a estar seguras, ya sea colectiva o individualmente”, sostiene.

En su opinión, las plataformas digitales y el Estado tienen una deuda pendiente con las mujeres, por lo que son ellas mismas organizadas quienes cubren esas falencias. “Entre nosotras estamos construyendo espacios seguros —comenta—; nos acompañamos, nos abrazamos, nos creemos y nos recordamos que no navegamos solas”.

No podemos pensar en Internet como si fuera un espacio ajeno a nuestras vidas, tenemos que pensar que es un espacio que habitamos y es válido exigir que sea seguro, expone Contreras.

“Lamentablemente, no lo hemos logrado, seguimos en una constante lucha, de resistencia y defensa. Creo que la resistencia está en código feminista, en código de mujer, pensando desde las mujeres que se identifican como mujeres, es decir, las mujeres trans”.

### Brechas de seguridad en las redes sociales

Para la consultora en comunicación y género, una de las brechas de seguridad es la falta de conciencia acerca de que las acciones digitales son reales y tienen efectos. Al día de hoy, se sigue pensando que lo que sucede en el mundo virtual es algo aislado y se minimiza.

“Tenemos derecho a disfrutar, gozar, utilizar, compartir, crear, e innovar dentro de Internet; por lo tanto, tenemos derecho a estar seguras”.

“No solamente nosotras como principales receptoras de violencia, también el Estado ignora las exigencias de seguridad y la necesidad de acompañamiento; las empresas no tienen mecanismos de identificación y acción inmediata ante situaciones que se reportan”.

“Desde los feminismos nos hablan de las autonomías: la autonomía económica, la autonomía sobre nuestros cuerpos. Creo que tendremos que apostar y comenzar a nombrar la autonomía digital; es decir, identificar lo digital no solamente como un espacio para el consumo sino también como un espacio donde puedo crear información, descubrir y gozar”.

La experta señala que hay que pensar en Internet como un espacio de goce “que aborda temas como la sexualidad digital, habilidades y capacidades, organización, libertad de expresión y de economía; como un espacio donde se puede trabajar porque lo digital llegó para quedarse. Y no quiero decir que es obligatorio: también tenemos derecho a la desconexión, pero esa decisión la tenemos que tomar nosotras”.

Durante la pandemia, la también activista hizo una investigación sobre lo que implicó para las mujeres profesionistas trabajar desde casa y encontró que había muchas profesionistas frustradas y con ansiedad ante la preocupación de quedarse sin Internet.

“¿Cómo una profesionista se preocupa por eso? Sí, porque esas no son habilidades que se nos comparten, además de las brechas que existen, porque las mujeres, al ser las que menos ingresos percibimos, vemos Internet como un tema de brecha económica”, explica.

### Cómo construir espacios seguros

“Toda acción que tenga que realizarse en Internet debe tener un modelo de múltiples partes interesadas; es decir, para lograr que nuestra seguridad sea un espacio seguro, tenemos que pensar en las diferentes capas”, menciona Angie Contreras.

Las empresas deben verificar que sus mecanismos de reporte y bloqueo respondan realmente a la violencia digital en razón de género —considera—; es importante que se visibilice esta perspectiva y que los desarrollos tecno-

lógicos se incorporen a estos mecanismos. Mientras tanto, al Estado le toca garantizar la seguridad de las personas.

Además, resalta la necesidad de que existan fiscalías y centros especializados para mujeres y las infancias.

“En los últimos años, hemos visto reformas importantes, pero las autoridades no tienen capacitación, perspectiva, sensibilidad; siguen los casos en donde las fiscalías minimizan la situación, revictimizan y, en el peor de los casos, les dicen a las personas que no se puede hacer nada o que cierren sus cuentas. Esto es una forma de reducir sus derechos, porque estás limitando su ejercicio a participar y desarrollarse en espacios digitales”.

Desde el ámbito académico, la consultora destaca que las escuelas deben incorporar en sus protocolos el aspecto digital: “Me queda claro que Internet no tiene un código postal, pero el alumnado también pasa por violencia digital, y a las escuelas les toca garantizar su seguridad, ya sea física o digital”.

Como responsables de la crianza y el cuidado, Contreras también advierte que los adultos tienen que cambiar de mentalidad, pues siguen minimizando lo que sucede en el espacio digital o lo ven como un juego. Y en consecuencia, no actúan.

### El rol de las plataformas digitales

Desde junio de 2021, Angie Contreras forma parte del Consejo Asesor de Seguridad de TikTok para América Latina, donde busca incidir para crear espacios más seguros para las niñas, adolescentes y mujeres.

La especialista reconoce que la conformación del Consejo es un gran avance. “Hay consejos en cada región y tenemos un código de lenguaje común; nuestro contexto latinoamericano es similar y nos permite unificar temas (...), además de tener diversidad en cuanto a opiniones y perspectivas. Cada plataforma trabaja de manera diferente; sin embargo, en TikTok escuchan y eso hace la diferencia.

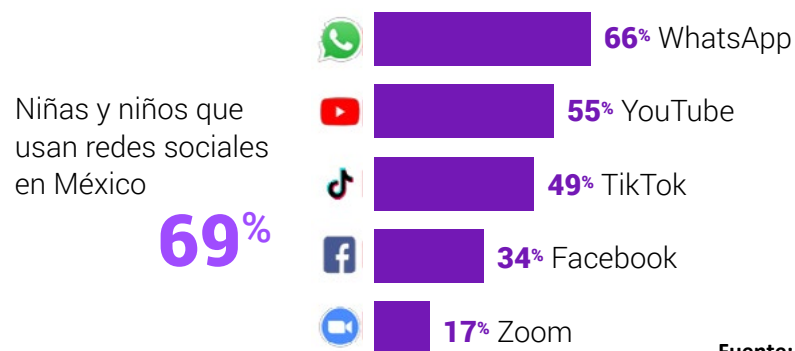
“Algo que me gusta mucho y que comparto es la creación de los manuales de TikTok: se crearon para madres, padres o personas tutoras, para que los adultos orienten a los adolescentes a tener una experiencia segura en la plataforma”, relata.

Si bien TikTok no es una plataforma dirigida a niñas y niños, la realidad es que están presentes: es algo que no se puede ignorar y, por eso, los tutores deben estar informados y familiarizados con su funcionamiento, resalta Contreras.

TikTok es una de las redes sociales más utilizadas por los niños y jóvenes, aunque está dirigida a personas de 13 años en adelante.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones de México, 82 por ciento de las niñas y niños declaran ser usuarios de Internet y 69 por ciento de ellos utiliza alguna red social.

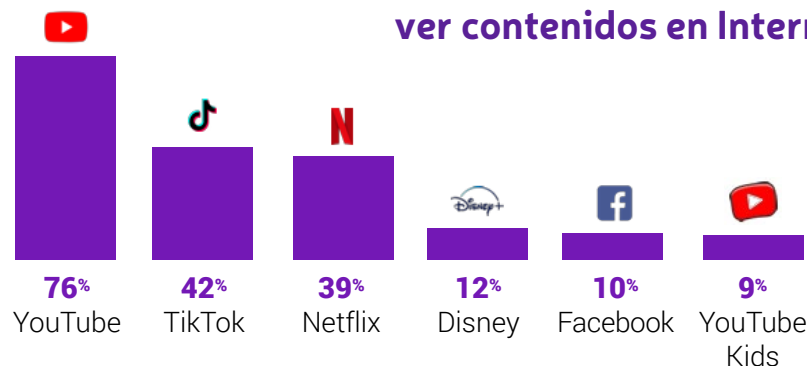
### Uso de Internet en redes sociales y mensajería en México



Fuente: IFT

Además, consumen contenidos en Internet durante un promedio de 2 horas y 26 minutos al día, siendo TikTok la segunda plataforma favorita de las infancias, sólo superada por YouTube.

### Plataformas más utilizadas para ver contenidos en Internet



Fuente: IFT

## Violencia digital en elecciones

Ante las elecciones presidenciales que se avecinan en México, Angie Contreras destaca que la violencia política en razón de género en el espacio digital ha tenido un incremento exponencial. No sólo las candidatas son blanco, también las periodistas, activistas o cualquier persona que esté activa en la conversación política.

“Quienes ejercen la violencia la justifican por fines electorales y eso no debería ser tolerable. Es preocupante el uso que hacen de la Inteligencia Artificial (IA) Generativa y de la violencia en contra de las candidatas o candidatos”.

Por eso, puntualiza que en la actualidad se tendría que desarrollar un nuevo paradigma sobre cómo construir una campaña y una agenda política, tomando como prioridad la no violencia y no utilizar el espacio digital como un lugar donde todo está justificado y tolerado.

## Retos de la IA para la seguridad

Dada la creciente evolución de la IA Generativa, Angie Contreras alerta que se debe velar por que esta tecnología no se use para producir y reproducir contenido violento, que vulnere la integridad de las niñas, adolescentes y mujeres.

No se puede evitar que las niñas y adolescentes descarguen ChatGTP, DaVinci o cualquier otra aplicación, porque se estarían limitando otros derechos, pero sí se puede lograr que estas herramientas, a partir de ciertas combinaciones de algoritmos y palabras, no permitan que se generen contenidos de violencia contra las mujeres, como las imágenes de desnudos que se han creado con los rostros de Taylor Swift y otras artistas y personas.

“La IA es digital y crea imágenes y mensajes que, combinado con las plataformas y las redes, se viralizan. Creer que no tiene efectos es como si retrocediéramos unos cinco o seis años —advirtió— y estuviéramos otra vez empezando estos debates de qué es violencia digital y qué es violencia digital con perspectiva de género: ahí está la problemática”.



*Juana Ramírez:*  
**el reto de  
emprender:  
una carrera de  
obstáculos con  
recursos propios**

Por Nicolás Larocca



### Juana Ramírez es presidenta del Consejo Directivo de la Asociación de Emprendedores de México (ASEM) y una de las responsables del informe Radiografía del Emprendimiento en México 2023 - Edición mujeres,

en la que se presentan características y dificultades que atraviesan las mujeres emprendedoras y sus empresas en el país.

Los datos del estudio reflejan problemáticas de género y son un llamado a generar acciones urgentes que cambien esta realidad.

“Soy una emprendedora del sector salud, colombiana de nacimiento y mexicana por decisión y naturalización”, afirma Ramírez.

Fundó hace 15 años una empresa que hoy es Grupo Sohin, que se dedica al acompañamiento integral para pacientes de enfermedades complejas, raras o poco frecuentes, sus cuidadores y familiares.

El informe, con foco en México, da cuenta de que 67 por ciento de las empresas tiene al menos una mujer en su equipo fundador, pero sólo 21 por ciento de ellas han sido fundadas exclusivamente por mujeres.

“Las empresas fundadas por mujeres son menos, mientras que en otros países de la región como Colombia el porcentaje es de 62 por ciento”, agrega.

Sobre los motivos de esta realidad expone, entre varios, que “los hombres tienen en general más oportunidades de inversión, el doble en el caso de México, y además cuantías mucho más representativas”.

Por otra parte, 26 por ciento de las mujeres aduce que el fracaso en su emprendimiento se debe a falta de tiempo, un motivo que es inexistente en proyectos liderados por hombres.

“Los cuidados entregados a las mujeres, entre ellos hijos, hogar o adultos mayores, hace que tengan menos tiempo para dedicarle a las actividades profesionales”, expresa. De esto también se desprende, por ejemplo, que buena parte de las mujeres desarrollan su negocio en casa, lo que le permite flexibilidad para atender otras actividades en simultáneo.

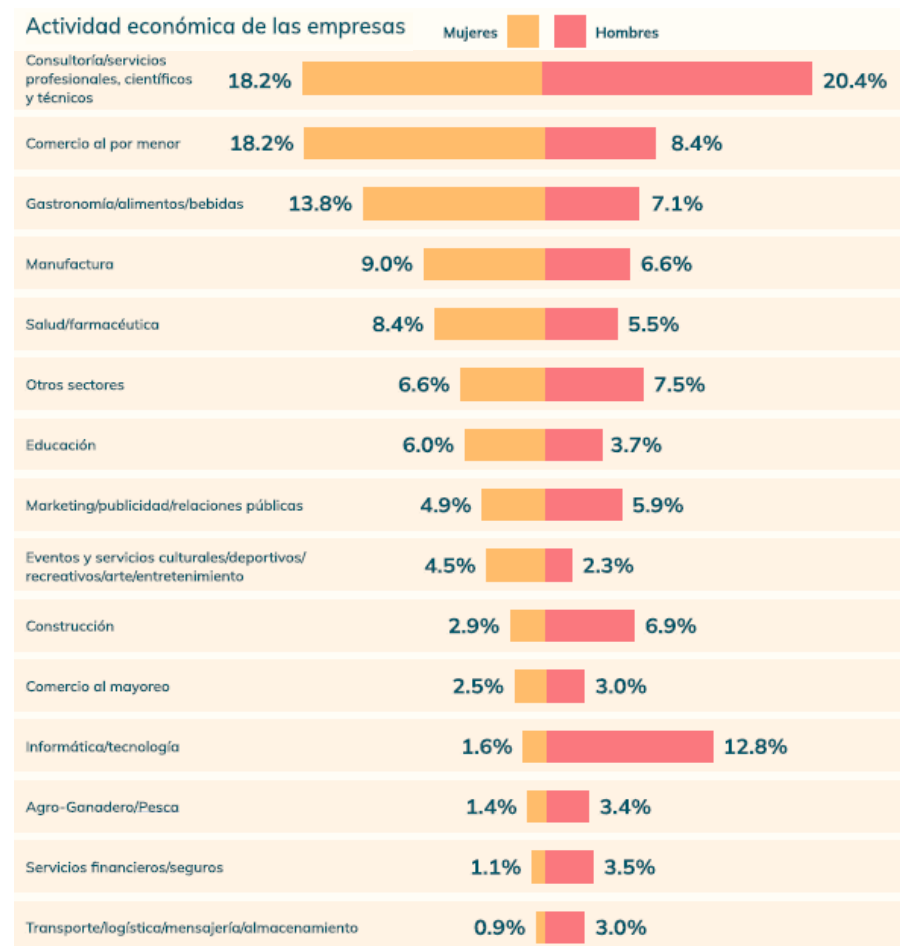
### El perfil de las emprendedoras mexicanas

Las mujeres mexicanas tienden a emprender más en solitario, situación muy distinta a lo que ocurre con la población masculina. Entre 70 y 75 por ciento de empresas fundadas por varones tiene dos o más socios iniciales.

Al mismo tiempo, ellas “tienden a emplear más mujeres: cuando el equipo fundador es femenino, 61.6 por ciento de los colaboradores son mujeres”, detalla Ramírez.

Los cuatro sectores principales en los que hay participación de mujeres en emprendimientos de México son el comercio al por menor, consultoría de servicios profesionales o técnicos, mercado de alimentos (gastronomía, bebidas y otros) y manufactura. Del otro lado, se observa menos participación en verticales como transporte y logística y servicios financieros o seguros.

Ramírez hace énfasis en que “apenas 1.6 por ciento de las empresas de mujeres participan en el mercado tecnológico”, realidad que “también responde a la brecha informática que hace que las compañías de mujeres sean —en apariencia— menos competitivas que las de los hombres”.



Además, “las compañías que involucran tecnología en sus modelos de negocios son más competitivas, con un impacto en hasta 35 por ciento en la productividad”, por lo que las brechas de acceso y uso de tecnología en mujeres afectan negativamente tanto su competitividad como capacidad de conquistar nuevos mercados.

La baja participación de mujeres en emprendimientos relacionados con la tecnología también se explica por la brecha de género existente en los campos STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas); la brecha digital en la que todavía cuatro de cada 10 mujeres no tiene acceso a Internet y a dispositivos; así como los estereotipos y roles de género que siguen vinculando la tecnología con lo masculino.

En el ADN de las emprendedoras hay, por otro lado, una mayor preocupación por componentes de responsabilidad social al punto de que “63 por ciento de las emprendedoras declaran tener prácticas de este tipo en sus proyectos”.

Algunos datos más: es menos frecuente que el emprendimiento sea la principal fuente de ingresos en el caso de proyectos de mujeres; también se registra mayor informalidad y menor tiempo de operación de las empresas.

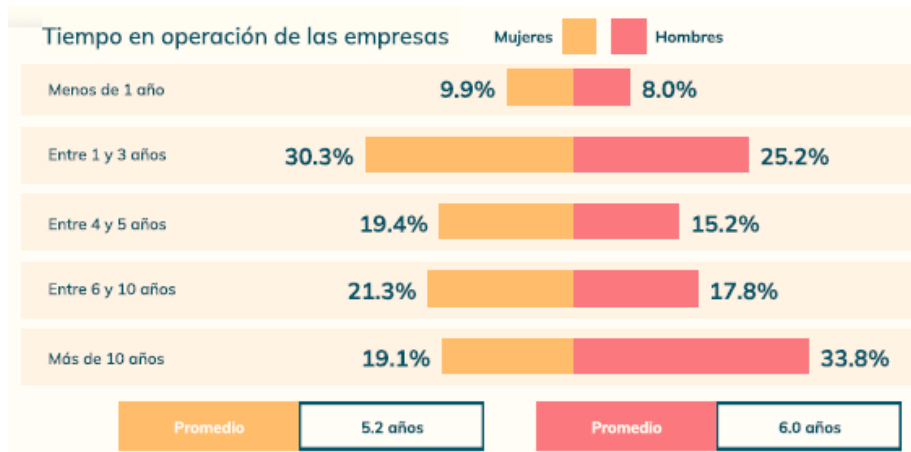


Imagen: ASEM, Radiografía del Emprendimiento en México 2023

Entre las motivaciones para emprender, la mayoría dijo que buscaba crecimiento personal y profesional. Casi 22 por ciento encontró un negocio rentable y la misma cantidad no tenía trabajo y necesitaba generar ingresos, entre otras opciones.

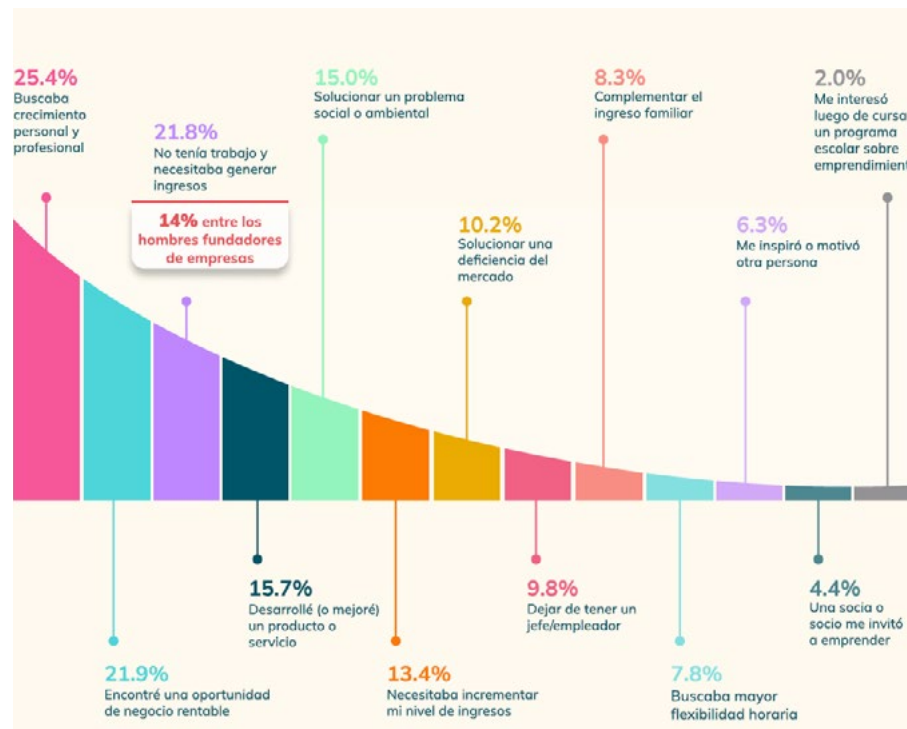


Imagen: ASEM, Radiografía del Emprendimiento en México 2023

### La realidad y el futuro emprendedor en México

“No se puede separar el ecosistema emprendedor del contexto nacional. México es un país con graves problemas en materia de género, por lo que lógicamente es más complicado emprender para mujeres”, analiza Ramirez, aunque se muestra esperanzada en que “crecerá en los próximos años la participación de las mujeres en todos los ámbitos”.

En el marco de las elecciones presidenciales que se avecinan, la presidenta del Consejo Directivo de la ASEM pide a los candidatos mayor certeza jurídica y reforzar la “seguridad, cuidado y protección de las mujeres”, además de promover su acceso a financiamiento y formación para la apertura de nuevas oportunidades.

“Hay mucho que hacer desde el Estado —concluye—, pero la iniciativa privada también tiene mucho para dar”.

*M&M:*

**líderes en  
tecnología que  
impulsan la  
independencia  
financiera**

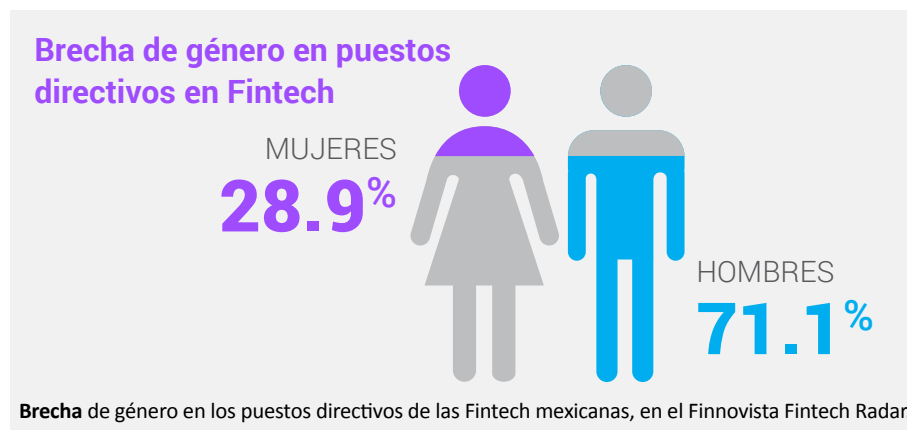
Por Raúl Parra

**8M**

### La brecha de género en el sector Fintech de América Latina puede abordarse desde dos enfoques:

en primer lugar, la menor adopción y uso de servicios financieros por parte de las mujeres y, en segundo, su menor representación laboral y en puestos de liderazgo en las empresas de tecnología financiera.

El 28.9 por ciento de los puestos directivos de las Fintech en México son ocupados por mujeres, según la VIII Edición del Finnovista Fintech Radar, publicado en enero de 2024.



### Liderazgo en sectores Fintech y de agregadores de pago

**Myriam Cosío y Marlene Garayzar** se han erigido como líderes de sus respectivos sectores: la aceptación de pagos y la originación de crédito. Ambas son promotoras de las finanzas impulsadas por tecnología y están comprometidas con la inclusión financiera, tanto de pequeños comercios como de personas.

Cosío es directora de Asuntos Externos de Clip y Garayzar la cofundadora y directora de Gobernanza de Stori.

Ambas estudiaron en el extranjero, específicamente en Europa, en Alemania y Francia, respectivamente, y su experiencia en empresas de esos países potenció su carrera y les brindó habilidades de liderazgo que usarían más adelante para dirigir compañías financieras disruptivas.

Las dos provienen del mundo financiero tradicional, de American Express y Banque PSA Finance, respectivamente, y en conjunto acumulan alrededor de cuatro décadas de experiencia, en empresas tradicionales y de base tecnológica, tanto como ejecutivas como cofundadoras o integrantes en una fase muy temprana.

Y, aunque sus antecedentes y giros específicos difieran, sus caminos a veces convergen, como la Asociación Fintech México, de las que sus empresas actuales, Clip e Stori, forman parte, o los principales eventos de la industria, como Finnosummit, Open Finance o la primera edición del Fintech México Forum, donde suelen ser algunas de las ponentes estelares.

Es a partir de esta experiencia y su liderazgo que reflexionan con *DPL News* sobre las estrategias más adecuadas para incrementar la participación de las mujeres en puestos directivos de empresas de tecnología financiera.

### Trabajo articulado: gobiernos, reguladores y empresas

“Falta mucho, apenas vamos empezando”, responde Marlene Garayzar, cuestionada por el avance que se ha hecho hasta ahora. “El Comité de Género de la Asociación Fintech México se creó apenas, lo inauguramos el año pasado [2023]. Lo está liderando Mariana Villasuso, que está en mi equipo”, cuenta.

Mariana Villasuso es gerente de Políticas Públicas de Stori y la coordinadora del Comité de Género de Fintech México.

“Tiene que ser un esfuerzo articulado entre el Estado —ahonda—, hay que hacer más trabajo de la mano con el gobierno, la administración actual y, sobre todo, la que viene, la cual además estaría sin duda encabezada por una mujer.

“Invertimos mucho tiempo trabajando de la mano del regulador para temas de género: estamos haciendo entrenamientos en colaboración con expertos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) que nos dicen qué significa diseñar productos con perspectiva de género.

“Abrimos nuestras oficinas y vinieron empresas de todo tipo, principalmente plataformas de pago, que están interesados en aprender para que después se puedan diseñar. La CNBV incluso ha solicitado que cada vez más bancos creen productos con perspectiva de género y están haciendo un esfuerzo muy valioso de entrenar a todo mundo”.

### Los 3 frentes para aumentar la participación de las mujeres en el mundo financiero

Para Myriam Cosío, quien cuenta con más de tres décadas de trayectoria profesional, de los cuales los últimos 20 ha estado en el mundo financiero, hay tres frentes en la lucha para impulsar la participación de las mujeres en el sector (ver gráfico).

## Claves para impulsar la participación de mujeres en Fintech



**La persona:** "Una se la tiene que creer, el primer gran frente es una misma, creérsela, trabajarle, ponerse objetivos y empujarse, empujarnos, nosotras, desde atrás."



**Los líderes en las empresas:** "70 por ciento son hombres: los que tendrían que estar en medio de la conversación en igual proporción son los hombres".



**Apoyo en la preparación:** Un buen método son mentorías. "Mentorías de hombres a mujeres, de mujeres a mujeres y de mujeres a hombres".

Imagen: Claves según Myriam Cosío. DPL News.

En 2022, Myriam se convirtió en mentora Endeavor y en la Gala de 2023 recibió el premio *Play it Forward*, que reconoce la labor y el compromiso para retribuir a la nueva generación de emprendedores a crecer.

### El funnel para resolver la subrepresentación

Desde su experiencia en el sector financiero, Marlene Garyzar conceptualiza la educación a partir de un modelo de marketing: "Lo que veo es que el tema educativo es un problema como de un embudo".

"Si queremos, como industria financiera tecnológica, a talento mujer, el problema es que para algunas carreras de las que necesitamos expertos o talento en general, como ingenieras o las STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), la proporción de mujeres que se gradúan *versus* hombres es menor.

"El problema del *funnel* [embudo de ventas] es: si hay poquitas mujeres que ingresan a esas carreras, poquitas mujeres se van a graduar", asevera.

Cuando Myriam Cosío ingresó a la Ingeniería Mecánica y Eléctrica en la Universidad Anáhuac en 1987, tan sólo eran tres mujeres.

"El embudo tiene que meter a más mujeres: hay que crear iniciativas con universidades, grupos académicos en general, como el Tec de Monterrey y muchísimas privadas y no privadas, más iniciativas para atraer a más mujeres que se inscriban en estas carreras".

Marlene Garayzar es licenciada en Relaciones Internacionales por el Tecnológico de Monterrey. Y posteriormente estudió una maestría en Administración en el Instituto Tecnológico Autónomo de México.

"Falta muchísimo, y es una labor que hay que hacer como sociedad, no nada más desde Fintech México y [también pensar en] cómo como gobierno podemos incentivar a que los padres le hablen más a sus hijas de ciencia y tecnología.

"Una cosa que sí podemos hacer, y eso es parte de la responsabilidad de la que estamos emprendiendo —asevera—, es que vean inspiración, que vean a Katya Echazarreta, que es astronauta; que vean muchas mujeres tan talentosas que tiene México y que están haciendo cosas padres".

Finalmente, Marlene alude a la importancia de los ejemplos a seguir (*role models*) y la narración de historias (*storytelling*): "Eso también inspira, hay que hablar más de estas historias. Esa inspiración podría ser una manera de hacer un buen *storytelling* que se vuelva atractivo para las pequeñas mexicanas y sus padres", agrega.

### El despertar

"El mundo financiero está despertando alrededor de la relevancia de la participación de la mujer; claramente las mujeres estamos despertando alrededor de nuestra contribución", señala Myriam Cosío.

Como ejemplo cita que, en la Asociación de Agregadores de Medios de Pago (Asamep), que ella preside, la mitad de los comités son dirigidos por mujeres y muchas representantes y directivas también son mujeres.

Por ejemplo, Alehira Orozco, directora de Relaciones con Gobierno de Mercado Libre; Yolanda Pérez Maciel, líder de Políticas Públicas para México de Belvo; Laura Fernanda Ramos Parra, directora global de Gestión de Entidades de PayPal; o la directora general de Asamep, Samantha Beltrán.



Foto: Marlene Garayzar (rojo) con líderes del sector Fintech. DPL News

Es por eso que, desde el Club del 30% —iniciativa en la que la cofundadora de Stori es integrante del Comité Directivo de su capítulo México—, Marlene Garayzar busca contribuir a incrementar ese porcentaje hasta que alcance casi una tercera parte.

“Ya hay mucha más participación de mujeres. Yo me siento súper orgullosa. Por lo menos, siempre hay una mujer de las organizaciones”, recalca Cosío.

“Por diferentes frentes estoy tratando de impulsar que las mujeres, primero, podamos diseñar productos para mujeres, que nos ayuden con esta cosa tan importante que es la independencia financiera y que también tengamos representatividad dentro del sector en puestos que tomen decisiones”, dice, por su parte, Garayzar.

“Nos falta muchísimo, apenas vamos empezando, pero este año vamos a hacer varias cosas, hay una disposición desde Felipe [Vallejo] que preside la Asociación; para él es importantísimo y lo está apoyando; la verdad, todos los miembros del Consejo de la Asociación Fintech, y eso me gusta. Está padre que apoyen, pero necesito que también en sus empresas, al interior de la compañía, existan esfuerzos conscientes para que haya más mujeres”.

“Vamos a ver que esto se mueva de una manera importante, y no solamente en Fintech, en toda la industria financiera. Y que más mujeres tengan puestos de liderazgo y de toma de decisión: yo no creo que estemos ni cerca del 10 por ciento de representación de mujeres en consejos de administración”, advierte Garayzar.

*Myriam Cosío:*  
**de las finanzas  
tradicionales a  
encabezar un  
gremio**

Por Raúl Parra





**La trayectoria de Myriam Cosío es una historia de saltos, desde su formación ingenieril, pasando por las telecomunicaciones, la energía y la industria farmacéutica,** hasta las finanzas tradicionales y, finalmente, el refuerzo a una *startup* en un gremio naciente que, a la postre, terminaría encabezando.

**Cosío ascendió la escalera corporativa hasta conseguir el trabajo de sus sueños y luego se lanzó al abismo,** en una apuesta tan arriesgada a nivel individual como la fundación de una *startup*.

### La influencia materna y la independencia económica

Su preocupación por la autonomía financiera surgió a partir de su propia historia familiar. Tras el divorcio de sus padres cuando tenía tres años de edad, su mamá sacó adelante a la familia: “Para mí siempre fue un ejemplo de vida y una clara meta de ‘yo tengo que poder trabajar y mantenerme a mí misma. Nunca me vi bajo el principio de depender de alguien”.

Por eso, cuenta, estudió Ingeniería la Universidad Anáhuac. Siempre con la mira puesta en conseguir un buen trabajo y ser independiente económicamente. “En mi mente pensaba: ‘Voy a estudiar una carrera que me ayude con habilidades analíticas, estratégicas, que me dé capacidades técnicas’”, rememora.

“Mi decisión fue alrededor de qué me conviene para tener la posibilidad de un desarrollo profesional más efectivo”, prosigue. Por ello, estudió Ingeniería Mecánica y Eléctrica y no industrial, porque “tenía que ser una ingeniería un poco más complicada y que me diera esas habilidades”. Entró en 1987 y tan sólo eran tres mujeres.

Posteriormente, estudió una Maestría en Administración de Negocios (MBA) en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), ya que considera que al revés sería muy difícil.

### Cumpliendo sueños

El sueño de Myriam conciliaba la realización profesional con la personal: desde los 13 años lo sabía: “Voy a ser ejecutiva de una empresa y me voy a casar y voy a tener tres hijos”, se decía. Y lo hizo. Aunque, desde luego, no fue fácil ni a la primera: en el transcurso pivotó su carrera múltiples veces y se especializó en el pago de gasolina, las telecomunicaciones y, paulatinamente, fue acumulando aprendizajes que le permitirían subir el siguiente escalón hasta conseguirlo.

### Telecomunicaciones

Myriam Cosío ha hablado largo y tendido sobre su trayectoria profesional. Sin embargo, un hecho que aún permanece inédito es que comenzó su carrera en la industria de las telecomunicaciones: su primer trabajo fue en Teléfonos de México.

“Mi primera chamba fue en Telmex, cuando tenía poco de que se había privatizado. Era 100 por ciento técnica. Yo estaba en el equipo que instalaba centrales celulares. Si bien la chamba no me disgustaba y la paga no era mala para el nivel, analista súper básico sindicalizado, la verdad es que no me gustó el ambiente laboral”, recuerda.

### El viaje de Bayer

Luego pasó a la industria farmacéutica: su novio, a quien conoció en la universidad y que a la postre se convertiría en su esposo, trabajaba en Bayer. “Él entró y me dijo: ya se está abriendo una posición, es una gran empresa. Está padrísima”.

Myriam Cosío atendió el llamado y se convirtió en la primera ingeniera mexicana en trabajar en Bayer. Siguió en el área de telecomunicaciones e instaló la red de Ethernet.

Ahí aprendió a ser eficiente con el tiempo y transparente con la comunicación. De sus jefes alemanes aprendió a ser cándida al decir las cosas y a tomarse nada personal. Bayer le pagó la Maestría en el ITAM y ahí empezó con temas más administrativos.

En Bayer también se ganó una beca junto con su esposo para estudiar en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Brandemburgo, pero tan sólo estuvieron un año en Alemania. Debido a que su hijo se enfermó, no pudieron terminar esa preparación y regresaron a México.

### La escalera corporativa

Myriam Cosío trabajó 11 años en American Express, donde ascendió la escalera corporativa. “Amex es una gran universidad: tú quieres crecer y quieres aprender, ellos tienen un *path* [ruta] que te ayuda a hacerlo. Sí están dispuestos a enseñarte a cambio de que te esfuerces y demuestres que amerita ser enseñado”, cuenta.

Cuando entró a Amex, estaba embarazada. La contrataron luego de fungir como consultora. Entró a la parte de producto; se cambió al área de gasto y

tarjetas corporativas y luego pasó a Merchants y adquisición, hasta que finalmente llegó a la Vicepresidencia de Relación con Grandes Comercios.

“Fue fácil, no sé, fue como parir cinco hijos más, y mira que tuve tres y sé de lo que estoy hablando”, reflexiona. En su travesía de más de una década por Amex, Myriam adquirió competencias de liderazgo, habilidades técnicas, operativas y estratégicas y tácticas de negociación, que le permitieron reforzar su perfil y potenciar su carrera profesional.

De la empresa destaca, sobre todo, su cultura, conformada por sus valores y principios. Y el que tengan un proceso de retroalimentación y *coaching*: “Ese es su proceso del *feedback*, que es espectacular, es un regalo y si quieres asumir el regalo, está padrísimo, pero si no, nadie te lo da, implica un proceso de autorreflexión y autoconocimiento”, filosofa.

### Clip: el salto hacia el abismo

En 2013 conoció a Adolfo Babatz, un emprendedor mexicano que, tras su salida de Paypal, había fundado Clip, una *startup* de terminales de pago.

American Express buscaba un socio estratégico: necesitaba una solución móvil para Alsea, específicamente terminales para procesar los pagos en Domino’s Pizza. En la sede de Clip, ubicada en la Zona Rosa al lado de una *sex shop*, como parte de la delegación de Amex, Cosío lo interrogó férreamente.

De todos los agregadores que entrevistó, Adolfo fue el único que le respondió las preguntas clave y, por ende, el único que pasó la prueba.

Al final, nunca hicieron ese proyecto, pero ese encuentro le traería algo mucho mayor que un contrato. En abril de 2014, Adolfo Babatz la invitó a comer y le platicó lo que estaba haciendo en Clip tras su reciente ronda de financiamiento. Myriam lo escuchó y le dijo que todo saldría bien.

—Necesito poner orden en la casa, poner más estructura y me dijeron que la persona correcta para hacerlo eres tú —le soltó.

Era una oferta laboral, una propuesta de empleo. Myriam se preguntó por qué la había elegido si tan sólo la había visto tres veces antes. Su *ángel de la guarda* —como ella llama a lo que en la bibliografía se denomina *sponsor*— había sido Lorenzo Soriano, su antiguo jefe y quien la había recomendado desde Gasoplus a Amex. Ella le dijo que lo pensaría. No demoró tanto: en agosto volvió con Adolfo y le preguntó si seguía vigente la oferta.

Más que dejar la empresa y el trabajo de sus sueños, a Myriam le preocupaba la educación de sus hijos; en aquel entonces, Iván, el mayor tenía

17 años y, tal como ella, quería que tuviera la oportunidad de acceder a una universidad privada.

—¿Mamá, tú eres feliz en Amex?— le preguntó.

—La verdad es que ya no soy tan feliz— respondió con franqueza.

—No pasa nada, yo me voy a la UNAM, es lo de menos— le reviró y disolvió cualquier duda.

“Uno se arrepiente de lo que no hace, uno no se arrepiente de lo que hace”, recordó, una vez más, la máxima de su madre.

### La mejor decisión profesional de su vida

En 2015, Myriam Cosío se unió a Clip como directora de Operaciones y, pese al riesgo latente, resultó ‘la mejor decisión profesional’ de su vida. Hoy es directora de Asuntos Externos de la compañía.

Estuvo entre las primeras 20 empleadas y, cuando ya se estableció el sistema formal de control de recursos humanos, fue la segunda: “Soy la empleada número dos, Adolfo es el uno, es decir, de esa generación, sólo quedamos él y yo”, señala.

Eso ha hecho que algunos fondos que invirtieron en Clip, como Dalus Capital, la consideren cofundadora.

“Yo no podría asumir un mérito que no me toca —acota Myriam Cosío—; no podría yo asumir ese logro, pero agradezco muchísimo porque Diego [Sebrebrisky] ya estaba desde el principio, él ya había invertido cuando yo entré y sí que vio toda la chamba que hicimos”, rememora.

“Yo nunca me vi como emprendedora pura: la angustia y el estómago que implica desde cero poner un negocio, una empresa, un emprendimiento”.

Al cambiarse a una *startup* ‘pequeñita’ —en aquel entonces— tuvo que volver a ‘ensuciarse las manos’, literal y no figuradamente, al empacar cajas y lectores; volver a hacer procesos y políticas y procedimientos de análisis que había dejado 15 años atrás e, incluso, contestar el teléfono. “Entrarle con todo y órale, sacar adelante sin arrogancia, miedo ni nada, con la voluntad de aprender y enseñar.

Myriam cuenta que, en sus primeros cinco años en Clip, aprendió lo mismo o incluso más que en sus 23 años previos de carrera profesional. En ese lustro abrió canales de venta como el *retail*, fue responsable de *back office*, *compliance* y prevención de fraude, *Business development*, relación con gobierno y hasta marketing.

Cosío atribuye ese aprendizaje a haber “tenido la humildad suficiente de aceptar que ‘sé lo que sé y que ‘no sé lo que no sé”.

Luego fue jefa de Servicios Financieros y, desde 2021, es directora de Asuntos Externos.

### **Encabezar un gremio**

En mayo de 2023, Myriam Cosío fue designada presidenta de la Asociación de Agregadores de Medios de Pago.

“He aprendido de esos errores y eso me ha permitido estar en esta posición. Ahora no solamente me represento a mí misma, por el nombre que me he ganado y que tengo que cuidar, porque creo que uno debe cuidar su reputación. Represento a Clip —concluye—, pero más importante, represento a los agregadores, que es un gremio y que hemos luchado muchísimo”.

*Marlene Garayzar:*  
“me gusta haber  
empezado esta  
revolución y que  
haya seguidores”

Por Raúl Parra



**En los últimos seis años, Marlene Garayzar se ha erigido como una de las líderes del sector Fintech en México.** Dos años después de la ronda C de Stori, se mantiene como **la única mujer mexicana que ha fundado un unicornio.**

Ahora es también miembro del Consejo Directivo de la Asociación Fintech México, a la que representó en la inauguración de la Primera Semana Fintech, el primer evento de su tipo organizado por el Gobierno de México.

También es integrante del Consejo de la Cámara Internacional de Comercio y del Comité Directivo de 30% Club México, una iniciativa cuya misión es alcanzar al menos 30 por ciento de representación femenina en las juntas directivas y cargos ejecutivos a nivel global.

En el transcurso de los últimos 17 meses, el panorama ha cambiado mucho: al igual que otros jugadores, Stori lanzó su producto de ahorro, cuando antes sólo ofrecía crédito; adquirió una Sofipo (Sociedad Financiera Popular) y transitó a convertirse en una S.A. de C.V. cuando había empezado como Sofom (Sociedad Financiera de Objeto Múltiple) e incluso hizo un *rebranding* en el que cambió sus colores y renovó su logo.

“De cierta manera, esta empresa está conformada por exbanqueros [de donde proviene el Fin] más gente de tecnología [tech] queriendo hacer las cosas diferentes y un verdadero impacto con nuestros productos”, recapitula.

“A los cinco [cofundadores] nos motiva poder usar la tecnología para ayudar a la gente, para llegar a ellos de una manera económica”, me dijo hace dos años.

“Estamos convencidos de que si las cosas se siguen haciendo igual van a tener el mismo resultado. Se pueden hacer diferente y, yo te diría, superior al pasado”, advierte.

En 2023, Stori dio el banderazo de la ‘guerra de tasas’ en México: el 18 de octubre, anunció, en alianza con la Sofipo Savvi Financieros, el lanzamiento de la lista de espera de Cuenta+, su nuevo producto con una Ganancia Anual Total (GAT) nominal de 15 por ciento, la más alta del mercado hasta entonces.

Una semana después, el 24 de octubre, la Sofipo digital FINSUS anunció un rendimiento de 15.01 por ciento anual en un plazo a 5 años. Y dos semanas más tarde, el 9 de noviembre, Nu México subió el rendimiento de la Cuenta Nu a 15 por ciento.

A la semana siguiente, el 15 de noviembre, el *neobanco* de origen argentino Ualá también subió su rendimiento al 15 por ciento. Así que, sin siquiera haber lanzado su nuevo producto aún, Stori ya había sacudido el mercado.

“A mí me encantó ver que Stori lanza esto el 18 de octubre y luego hay seguidores. Qué padre que haya seguidores. Me gusta haber empezado esta revolución y que nos sigan”, me dijo Marlene Garayzar, cofundadora & CGO de Stori, en una segunda entrevista en febrero de 2024.

“Estamos haciendo una revolución porque sí se puede: en lugar de que la empresa se quede ese dinero para sí misma, que lo distribuya a la gente, porque al final, está en el interés de Stori —y espero que de muchos— hacer que este movimiento crezca, porque la gente sí merece más. Ahora que se distribuyen las ganancias y el negocio va creciendo es bueno para todos”, sentencia.

### La gente merece más

Stori lanzó Cuenta+ el 5 de diciembre. Marlene cuenta que “ha recibido muchísimo interés”, al grado de que hoy, en total, tanto en crédito como en captación sin duplicar, la empresa tiene 2 millones y medio de clientes únicos, tras haber alcanzado el hito de los 2 millones en mayo de 2023.

Garayzar agrega que, a tres meses de lanzarlo, en febrero de 2024, el nuevo producto “va bien” y “el compromiso es que se mantenga alto” pese al vaivén de los tipos de interés.

“Sin duda las tasas van a fluctuar, seguramente van a moverse y a lo mejor nosotros no, no tengo certeza, porque un negocio bien manejado en donde los márgenes den, es muy probable que decidamos mantenerlo”, declara, y atribuye la posibilidad a una buena estrategia de tesorería que, asegura, es clave para todo; para que tú puedas seguir manteniendo una tasa tan interesante en el tiempo, y que no sea nada más una estrategia de adquisición temporal”.

### Inclusión financiera

Desde sus orígenes, en 2018, Stori nació con la mira puesta en la inclusión financiera: por eso tiene una tasa de aprobación de 99 por ciento: “Somos los únicos dándole prácticamente el sí a todo mundo, estamos con la tasa de aprobación más alta del mercado que nadie ha podido igualar y en un segmento que se ha considerado por años riesgoso”.

“Este dinero depositado por los clientes tiene que ser invertido en portafolios diversificados que te puedan salir, y prestarlo también bien con una tasa de recuperación buena, con baja amorosidad”, detalla.

“Lo que nosotros hemos demostrado a todos es que sí se puede confiar en la gente, siempre y cuando uno tenga mucha educación y el producto sea altamente valorado”.

### Trabajar con los reguladores

Marlene Garayzar destaca el papel de autoridades y reguladores para el desarrollo del ecosistema: “El regulador está haciendo su chamba. No está dejando operar a entidades sin regularlos, sin supervisarlos: existen aprobaciones para la tarjeta de crédito que, antes de dárselas, nos checaron absolutamente todo lo que tiene que ver con el crédito: controles internos, manuales. Todo esto corrió un proceso de aprobación demasiado cauteloso y largo”, explica.

No obstante, aclara que, pese a este avance, “hay que seguir trabajando con el regulador, porque queremos innovar: hay cosas que nos gustaría que se aprobaran, leyes que todavía están ahí pendientes, como la ley de las finanzas abiertas”, una regulación secundaria que la industria ha promovido desde hace años.

### Navegar la sequía de capital

Respecto al levantamiento de capital, Marlene recalca que algo que ha caracterizado a Stori desde el primer día es que siempre han “sido muy conservadores frugales en la manera de administrar la empresa”. Y detalla que la compañía invierte principalmente en dos cosas: el producto y el talento.

### Los pasos que vendrán

“Desde que la empresa existe, hemos hablado de ir a toda América Latina: queremos ir a más países”, recuerda Marlene Garayzar sobre su vocación regional. Y pronto habrá noticias, adelanta. Sin embargo, aclara, su “enfoque en los siguientes meses es profundizar en México”.

Respecto a la contratación, ahora, a inicios de 2024, Stori tiene más de un centenar de vacantes abiertas: “Hicimos un esfuerzo para que se contrataran poquitas personas, porque no está bien alocarse y contratar para luego hacer *layoffs* [despidos]; no queremos nunca hacer eso —continúa—. Hemos tomado una decisión muy cautelosa de cuántas nuevas posiciones se necesitan para lo que ambicionamos hacer por México este año”.

*Renée Rosillo:*  
**el mundo *startup*  
necesita más  
emprendedoras  
y más mujeres  
invirtiendo**

Por Violeta Contreras



**Sólo 1 por ciento de las startups en América Latina fundadas por mujeres recibió capital de riesgo o capital de expansión en 2022.** Y apenas 20 por ciento de aquellas que fueron cofundadas por una mujer consiguió financiamiento de este tipo.

A pesar de que el ecosistema *startup* en la región está creciendo y el número de inversiones alcanzó una cifra récord ese año —784 de acuerdo con Endeavor—, los emprendimientos impulsados por mujeres capturaron apenas una mínima parte del capital.

Incluso, en dicho año Endeavor identificó que la proporción de capital capturada por las *startups* en las que participan mujeres experimentó un retroceso respecto a 2021.

La presencia de las mujeres y de una mayor diversidad en las *startups* aún es muy baja no sólo en América Latina, sino en todo el mundo. Se trata de una problemática que evidencia una realidad estructural: la desigualdad de género.

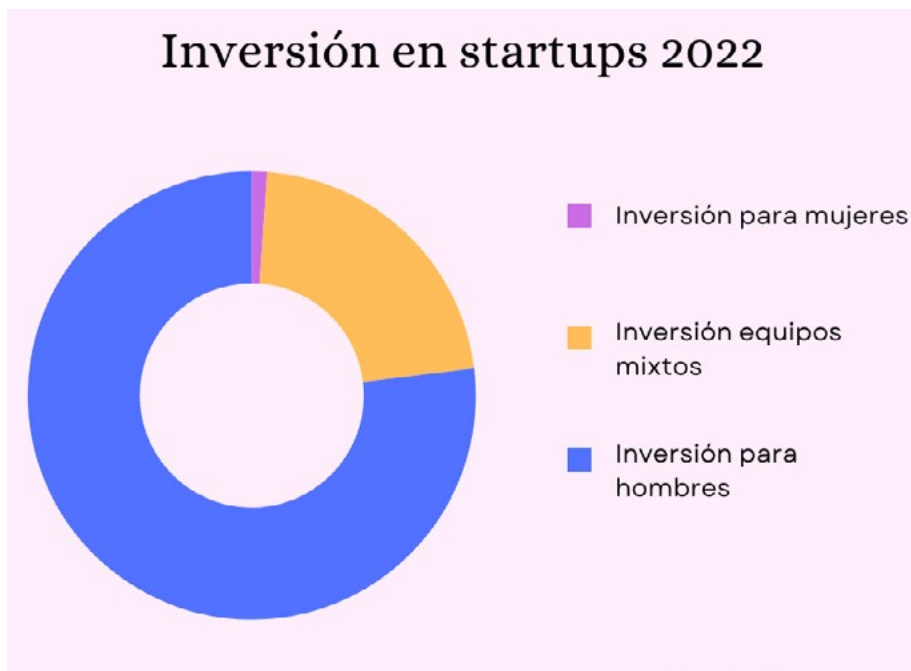


Imagen: DPL News con datos de Endeavor

En el capital de riesgo, a una mujer le preguntan cómo evitará fallar y a un hombre cómo lograrlo más rápido.

**Renée Rosillo**, inversora ángel y cofundadora de Prism, una red de fundadores *queer* que impulsa a la próxima generación de emprendedores, explica que esta disparidad en el financiamiento se debe a que el ecosistema *startup* aún es predominantemente masculino.

“Se debe a cómo el mundo se ha estructurado, al menos hasta este momento; hay muchos hombres tomando las decisiones y se debe que a veces el capital se mueve generacionalmente”.

“Los fondos de inversión terminan teniendo LPs (Limited Partners) que son hombres: esos son los inversionistas de los fondos de inversión, muchos de ellos son personas que viven en otra generación, y poco a poco se ha ido dando el cambio para que haya más mujeres invirtiendo”.

Además, señala Rosillo, “históricamente a las mujeres se nos ha enseñado a que debemos tener otro tipo de habilidades: enfocarte en tu casa, enfocarte en ser recatada, enfocarte en no tener riesgos. Y el mundo del *venture* es riesgo puro. Todo esto generacionalmente ha hecho que menos mujeres puedan invertir”.

### “Queremos hacer un cambio ya y que sea contundente”

Renée Rosillo es una mujer trans latinoamericana, que promueve los emprendimientos de mujeres y personas *queer*. Y está convencida de que construir desde la diversidad puede transformar al mundo.

Prism, donde ella es CEO, es una plataforma que conecta a fundadores, financiadores y operadores *queers*, con el objetivo de movilizar recursos, mentorías y crear comunidad a favor del desarrollo de los emprendimientos diversos.

Su experiencia en el ámbito del emprendimiento le ha dejado ver claramente la necesidad de brindar acompañamiento a las mujeres y personas *queer* para lanzar sus *startups* o conseguir capital para su crecimiento.





Imagen: DPL News con datos de Amplifica Capital

“El cambio se tiene que seguir haciendo de una forma rápida porque tampoco tenemos tiempo de esperar (...). Hemos esperado mucho tiempo, queremos hacer un cambio ya y que sea contundente”.

Para cerrar estas brechas, Renée Rosillo considera que se debe trabajar en tres factores: el primero es promover que más mujeres, con el capital disponible, inviertan en emprendimientos diversos, dado que en la actualidad la cantidad de inversoras aún es muy poca en comparación con los hombres.

El segundo punto es que “más personas sean vocales, que digan sus identidades”, de manera que aumente la representación y visibilidad de las mujeres y las personas *queer* en este sector, y así se pueda influir en la toma de decisiones.

El tercer elemento es que los fondos e inversores actuales, que dirigen su financiamiento en mayor medida a *startups* fundadas por hombres, diversifiquen su cartera y apoyen una visión más diversa del emprendimiento que sea capaz de comprender mejor las necesidades de las personas para las que están diseñados ciertos productos o servicios.

### Cómo juegan los sesgos en la inversión

Quienes han estado estrechamente involucradas en los procesos de levantamiento de capital en el mundo de las *startups*, como Renée Rosillo, saben que los sesgos de género impiden que las mujeres accedan a más y mejores oportunidades de inversión.

Estos sesgos se manifiestan desde una etapa muy temprana, que abarcan los estereotipos y roles de género que alejan a las mujeres de emprender y también la presentación de *pitches* frente a inversionistas.

Una investigación publicada en la Harvard Business Review en 2020 explora cómo los sesgos de género influyen en la toma de decisiones de los inversionistas.

Los análisis de los *pitches* muestran que los inversores prefieren propuestas lanzadas por hombres, aunque el contenido de estas sea el mismo que el presentado por mujeres.

Además, a los hombres suelen hacerles más preguntas orientadas a la promoción, como qué harán para lograr sus metas o qué ventajas tiene su idea. En tanto, a las mujeres emprendedoras se les cuestiona acerca de cómo mitigar los riesgos y qué pérdidas potenciales puede tener su negocio.

Renée Rosillo advierte que “a una mujer le dicen: ‘oye, está muy bien, pero ¿cómo no vas a fallar?’ Y a un hombre le dicen: ‘oye, ¿cómo puedes ir más rápido?’”

Así es como hablan los estereotipos en la inversión.

Sin embargo, ella considera que existen formas de combatir ese sesgo. Si te preguntan algo negativo, previendo que vas a fallar, hay que darle la vuelta y estar seguras de que tendremos éxito, explica. Esto, no obstante, requiere entrenamiento y acompañamiento al que no todas las emprendedoras tienen acceso.

Rosillo cree firmemente que, como vocal de las identidades diversas, puede empujar ese cambio que necesita urgentemente el mundo de la inversión.

“Yo creo que el camino es hacer el espacio más grande para todas las que no han llegado. Y las que ya llegaron, tomar esa responsabilidad de hacer el espacio para las que necesitan estar aquí”, afirma.

Si bien el dinero es importante para impulsar negocios, hay un recurso aun máspreciado que Renée Rosillo invierte todavía más en impulsar los emprendimientos diversos: su tiempo.

“El dinero puede escalar y puede ir infinitamente—explica—, porque a lo mejor no tienes 16 horas, pero puedes tener más dinero para invertir. Entonces, o haces que tu diferencia sea con tiempo o con dinero”.

Incluso, Renée Rosillo cree que quienes no tienen el dinero o el tiempo para impulsar los emprendimientos de mujeres y personas *queer* pueden aportar con acciones de consumo más consciente.

Esto implica comprar productos o servicios de emprendimientos de mujeres y personas *queer* en su vida cotidiana; recomendarlos y ayudarles en su promoción entre conocidos o por medio de redes sociales. Todo cuenta.

La respuesta es, asegura, “volvemos entes activos en la conversación” y apoyar a las personas que son diversas como nosotras.

*Cristiana Camarate:*  
**espectro  
radioeléctrico  
y mujeres: dos  
recursos escasos  
en telecom**

Por Mayara Figueiredo



**En el complejo universo de las telecomunicaciones brasileñas**, donde regulaciones, resoluciones, negociaciones y decenas de siglas se enredan como cables visibles en postes compartidos para desenredarse principalmente a través de decisiones de hombres, **son pocas las mujeres que ocupan posiciones destacadas.**

Una de ellas es **Cristiana Camarate**, actualmente la única mujer superintendente en la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel).

Desde 2022, Camarate lidera la Superintendencia de Relación con el Consumidor (SRC), quinta función que ejerce en sus 17 años de carrera en la Agencia, en el segundo nivel más alto de jerarquía de la autarquía.

Por encima de su cargo, sólo está el Consejo Directivo, compuesto íntegramente por hombres en la actualidad y que, entre sus atribuciones, es responsable de la nominación de los superintendentes, por criterios que involucran competencia y experiencia.

Sin embargo, más allá de estos criterios, la Anatel posee y sigue una serie de directrices jerárquicas, las cuales inevitablemente acaban favoreciendo a los hombres que trabajan en ella.

En la más reciente lista tríplice enviada a la Presidencia de la República con los superintendentes elegidos para sustituir a los miembros del Consejo Directivo, aparece dos veces el nombre de Cristiana Camarate, en un esfuerzo de la Agencia por promover una mayor equidad de género en los cargos de decisión.

Aun con su nombre en los bloques de la primera y tercera vacante, Camarate no se convertiría en la primera mujer en sustituir a cualquier consejero, ya que, dentro de cada bloque, se prioriza el tiempo de servicio en la Agencia y, siguiendo este criterio, quedan por delante de ella otros dos hombres.

Cuando se le pregunta si aspiraba a ocupar el Consejo Directivo o incluso la Presidencia de la Anatel, Camarate afirma que está más centrada en el presente y en el cargo que ocupa actualmente.

“El lugar en el que me veo es donde estoy y las cosas suceden como tienen que suceder. Llegué hasta aquí por una serie de circunstancias y oportunidades que se me presentaron y las acepté. No rehúyo de los desafíos, pero mi objetivo en la vida no es ser ‘esto o aquello’; me centro en el desafío que estoy viviendo para hacer lo mejor posible”, enfatiza.

Además de sus muchos criterios, como entidad pública, el ingreso en la Anatel se da a través de concurso y, como la mayoría de las vacantes que se abren son para los cargos técnicos, generalmente en áreas de ingeniería, estas son invariablemente más ocupadas por hombres.

Esto se debe a un problema mucho más amplio que afecta a organizaciones públicas y privadas en todo el mundo: la escasa presencia de mujeres en áreas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas).

## La Agencia Nacional de Telecomunicaciones de Brasil sólo ha tenido una mujer como presidenta en toda su historia.

Datos del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) revelan que 70 por ciento de los individuos en 34 países asocian la ciencia y las matemáticas con los niños y no con las niñas, y también que en algunos países 50 por ciento de los padres esperan que sus hijos estudien carreras STEM, frente al 20 por ciento que esperan que sus hijas sigan estas carreras. En un informe de las Naciones Unidas de 2022, se dice que la enseñanza de matemática a las niñas es descuidada por los profesores por cuestiones de estereotipos de género.

Es por razones como estas que Camarate está directamente involucrada con los programas “Meninas nas TIC” y “Americas Girls Can Code” de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en colaboración con la Anatel, los cuales promueven la capacitación de niñas en Tecnologías de la Información, así como su desarrollo en robótica y áreas STEM.

Celebrado por la UIT el 27 de abril, el Meninas nas TIC, por ejemplo, invita a las estudiantes de escuelas públicas de Brasilia a los eventos que tienen lugar en la Anatel, con programaciones y un recorrido por la Agencia que fomentan su interés en esta área, con el fin de que el futuro sea más equitativo.

“Vi una vez una charla de TED que hablaba sobre enseñar a las mujeres a ser valientes y no perfectas, que personalmente me marcó y cambió mi visión. En ella, la oradora presentó algunos datos abordando la falta de confianza de las niñas en la resolución de problemas matemáticos, aunque supieran cómo hacer los cálculos, en contraposición a la confianza absoluta de los niños que, incluso sin saber, los hacían, aunque estuvieran equivocados”, cuenta Camarate.

Para la superintendente, este es un ejemplo de las “barreras invisibles” (como ella las llama) que ve mucho en su intercambio de experiencias con otras mujeres: el no asumir en lugar de correr riesgos.

“Solía hablar sólo cuando estaba segura de lo que iba a decir y de que era una idea realmente buena o innovadora. Hoy ya no dejo de dormir si digo tonterías”, declara.

A pesar de la experiencia y la formación de quien comenzó en la Anatel

Entre los principales operadores brasileños, Claro, Vivo, TIM y Oi, pocas mujeres ocupan cargos ejecutivos. Ninguna de ellas es CEO.

directamente en el área técnica de concesiones, un currículum sólido en el área del derecho empresarial por una de las mayores universidades de Brasil, la PUC-RJ, y dos maestrías (una de ellas en Derecho de la Empresa por la Fundación CIFF - Centro Internacional de Formación Financiera de la Universidad de Alcalá, en España), Camarate tuvo que enfrentar la vacilación para exponer una idea u opinión, y la necesidad de reafirmar su lugar en la mesa en reuniones importantes.

Estos obstáculos no parecen tangibles pero son resultado de una carga de género histórica, de estereotipos y roles de género, que pesan sobre muchas mujeres.

Por eso, una de las banderas de Camarate es el aumento de la confianza de las mujeres en la vida profesional. Sin embargo, esta confianza fue algo que Camarate construyó con el tiempo, hasta llegar a hablar en la Conferencia Mundial sobre la Mujer de la ONU en 2022, precisamente sobre el mundo de las TIC.

En varias ocasiones durante la entrevista, Cristiana Camarate refuerza su posición de creencia en las asociaciones y en el trabajo en equipo, más allá de las cuestiones de género. En la Superintendencia de Relaciones con el Consumidor, lidera un equipo equilibrado entre hombres y mujeres, en el que busca promover el diálogo y el trabajo colaborativo, ya que enfatiza la

importancia de crear una cultura de apoyo y empoderamiento, donde tanto hombres como mujeres reconozcan y valoren las contribuciones únicas que cada uno puede ofrecer.

“Lo que creo es en una suma. Y la suma incluye a hombres y mujeres, independientemente de sus cargos. Y existen, sí, mujeres competentes para ocupar diversos cargos, no sólo en el sector de las telecomunicaciones; en todos los sectores hay mujeres y hombres competentes”, enfatiza.

“Los hombres también necesitan vigilarse y abrir espacio para las mujeres. Cuando esto sucede, la institución en su conjunto se beneficia, ya que la diversidad de perspectivas conduce a una mayor eficiencia”.

### ¿Quién quiere ser la próxima presidenta?

Recientemente, en cumplimiento de la Agenda 2030 de la ONU y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, la Anatel ha estado trabajando para promover una mayor participación de las mujeres en puestos de decisión.

La iniciativa surgió del consejero Alexandre Freire, al observar que en los 26 años de historia de la Anatel, sólo una vez una mujer presidió la Agencia. A pesar de los esfuerzos y de lo expuesto, este panorama parece lejano a repetirse.

Además, según un estudio realizado por el propio consejero, de los 49 cargos de comisionados de dirección en las 10 agencias reguladoras del país, sólo siete son ocupados por mujeres, lo que demuestra un fuerte retraso en cuanto a la equidad de género entre las entidades autónomas y en el sector de las telecomunicaciones, que tienen seis años para modificar esta situación si realmente desean cumplir con la Agenda 2030.

*Ana de Saracho:*  
**digitalización,  
un parteaguas  
para la autonomía**

Por Alejandro González



**Tener acceso a la conectividad, a una Internet confiable y un dispositivo de acceso, es la puerta de entrada a las oportunidades que brinda la digitalización.** Pero cuatro de cada 10 mujeres en América Latina no han dado ese salto inicial.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) y la Unesco estiman que 40 por ciento de las mujeres en la región todavía no están conectadas o no pueden costear los servicios y dispositivos, lo cual impide su participación en el mundo digital.

En una era marcada por las tecnologías, la digitalización es un parteaguas para la autonomía de las mujeres, pero la persistencia de la brecha digital de género aún es un problema que debe resolverse, considera **Ana de Saracho**, directora de Asuntos Públicos, Regulación y Negocio Mayorista de Telefónica Movistar México.

Aunque se han logrado avances en los últimos años, la brecha digital de género es un círculo vicioso urgente que debe cerrarse no sólo en México sino en América Latina, advierte la ejecutiva en vísperas del Día Internacional de la Mujer, que se conmemora el 8 de marzo.

#### DPL News ¿Cuál es la situación actual de la brecha digital de género?

**Ana de Saracho (AS):** Te voy a dar algunos datos contundentes. Primero, hay uno de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) que me parece valiosísimo, que habla sobre América Latina: dice que 40 por ciento de las mujeres no están conectadas o no pueden pagar Internet.

La brecha se divide en estos tres conceptos: el de conectividad como tal, que tengan acceso a una red o cobertura; dos, la parte de asequibilidad, que puedan cubrir la oferta e incluso adquirir dispositivos, y el tercero, que tiene que ver con el uso.

Entonces hay que empezar con lo más básico, que tengan conectividad o que tengan acceso a una red.

#### DPL: ¿Qué consecuencias trae la brecha digital de género?

**AS:** Todavía es una proporción importantísima que además te lleva a otras brechas, como la de inclusión económica o financiera. Al final tiene muchas consecuencias, dada esta falta de conexión o de equipo para utilizar Internet en general.

Y además, va dejando atrás a las mujeres en su empoderamiento, en sus habilidades, en la capacidad de relacionarse, en la capacidad de muchas otras cosas.

“Los hombres también necesitan vigilarse y abrir espacio para las mujeres. Cuando esto sucede, la institución en su conjunto se beneficia, ya que la diversidad de perspectivas conduce a una mayor eficiencia”.

#### DPL: ¿A qué se debe que siga existiendo tal número de mujeres desconectadas en la región?

**AS:** Tiene que ver con la parte de la inclusión económica, porque al final culturalmente hay otras limitantes para las mujeres. Los trabajos que tienen en muchas ocasiones no son igual de remunerados que los de los hombres. Hay un *gap* a veces de hasta 30 por ciento en un salario que obtiene una mujer y un hombre por hacer el mismo trabajo.

Y también tiene que ver con la parte del despliegue de las redes en zonas rurales. Tanto en México como en América Latina, en las zonas urbanizadas las conexiones a Internet son muy buenas y por supuesto que las mujeres están conectadas, pero conforme te mueves a la ruralidad, el número de mujeres desconectadas se hace mucho más grande.

#### DPL: ¿En México cuánto se ha avanzado?

**AS:** Cuando tú ves la diferencia entre internautas, hombres y mujeres, la verdad es que hay una diferencia como de 1.8 por ciento. No es tanto. Pero cuando haces un *zoom* en las zonas rurales sí hay una diferencia irreconciliable en ciertos lugares.

Claro que esto no sucede en Baja California, que es el estado más conectado y donde más internautas hay. Pero conforme te vas a las zonas rurales, estás hablando de un 52 por ciento de usuarias de Internet nada más. Y en las zonas urbanas tienes 77 por ciento de mujeres conectadas.

La brecha que se da ahí es casi del 25 por ciento entre mujeres en la ruralidad y mujeres en entornos urbanos.

## Sólo 52% de las mujeres en zonas rurales usan Internet.

**DPL: ¿Cómo afecta el fenómeno de la brecha de uso?**

**AS:** Otra cosa que hay que ver es la tercera capa de la brecha, que es el uso. Todos hemos hablado de que hay más mujeres usando Internet y eso está perfecto, pero, ¿qué hacen en Internet?

Aquí viene otro de estos temas. Porque los usos que les dan las mujeres en México al Internet tienen que ver con redes sociales y mensajería instantánea. No con temas relacionados, por ejemplo, con ventas en línea o comercio electrónico, con banca electrónica o con trámites gubernamentales.

Esto también te habla de que las habilidades digitales de las mujeres son pocas y, por ende, no están explotando el verdadero beneficio que da la digitalización.

Está bien que nos entretengamos. Yo no tengo ningún tema con eso. Y, por supuesto que hay quien además utiliza redes sociales para hacer algún tipo de negocio, pero, en realidad, no ves a las mujeres bancarizadas digitalmente; tampoco ves a las mujeres haciendo funciones de comercio electrónico.

**DPL: ¿Qué es lo que se ha dejado de hacer y quién lo ha dejado de hacer para reducir la brecha digital de género?**

**AS:** Lo que diría es que más bien no hemos priorizado. Sigue sin existir un entendimiento real de que el fomento y la promoción, de entrada, del despliegue de redes como tal y todo lo que implica —tener un sector de telecomunicaciones fuerte en el país— no es en beneficio del sector telecomunicaciones, es en beneficio de todo el país.

Lo segundo es un tema de educación. Como sabemos, la currícula escolar en este país aún no toma en cuenta a las mujeres en el sector. También hay una deuda educativa.

Y en tercer lugar, hay otras brechas existentes. Hay un tema de arraigo cultural respecto del acceso de las mujeres a cualquier cosa que las crezca y empodere. Y viendo que la digitalización puede ser este parteaguas en su independencia económica, por supuesto que nos han frenado.

**DPL: En México vivimos un proceso electoral ahora mismo. Hay dos mujeres candidatas a la presidencia de México. ¿Consideras que si el próximo presidente es mujer, ella debería cerrar la brecha digital de género?**

**AS:** Yo pensaría que sí. A mí me gustaría pensar que la perspectiva de género debe acompañar todas las políticas públicas que establezcan sus gobiernos, sea cual sea la candidata que quede.

Y no nada más en esta agenda de telecomunicaciones, en todas. Me parece que la sensibilización que pueda tener una mujer, que de alguna forma ha vivido o ha visto a otras vivir, sobre estas brechas existentes, podría servir para tomar decisiones con perspectiva de género.



Para zanjar la brecha digital, la mayoría de los países en la región trazan periódicamente agendas digitales, en las que se plantean las acciones que impulsarán para cumplir con sus objetivos de conectividad y transformación digital.

Algunas de estas agendas se proponen alcanzar una cobertura total hacia 2030, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, promover la alfabetización digital o mejorar la asequibilidad de los servicios.

Lo cierto es que los cambios políticos que se dan en los países también vienen acompañados de nuevos enfoques o prioridades de política digital. En México, el actual gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO) se ha puesto la meta de ampliar la cobertura de Internet al 94 por ciento de la población para marzo de 2024.

Por lo tanto, conectar al porcentaje restante y, asimismo, garantizar que la población no sólo esté cubierta sino que efectivamente use y se apropie de Internet será una tarea que necesitará continuidad.

En un año de elecciones, la eventual llegada de una mujer por primera vez a la presidencia de México puede ser una oportunidad para empujar el cierre de la brecha digital de género, opina la especialista.

Actualmente, existen dos principales candidatas en la contienda por la silla presidencial: Claudia Sheinbaum, quien sería la sucesora del Movimiento Regeneración Nacional, partido con el que AMLO llegó al poder; así como Xóchitl Gálvez, que pertenece a la coalición Fuerza y Corazón por México, compuesta por los partidos Revolucionario Institucional, Acción Nacional y de la Revolución Democrática.

Será entonces casi seguro que este 2024 una mujer se convertirá en presidenta, y no deberá olvidar conectar a quienes aún permanecen desconectadas en México.

## 4 acciones para incluir a las mujeres en un futuro digital

Es menos probable que las mujeres tengan acceso a Internet, a un teléfono móvil o a servicios digitales. No incluirlas en el uso, desarrollo y regulación de la tecnología limita el potencial transformador de la digitalización.



### Cerrar brechas de acceso y de habilidades digitales

- ¿Cómo?*
- Políticas digitales con perspectiva de género
  - Programas de alfabetización digital
  - Subvencionando smartphones y computadoras
  - Acceso a planes de datos de bajo costo

### Apoyo a la educación STEM y regulación salarial

- ¿Cómo?*
- Exponer a niñas a carreras de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas
  - Acceso universal de banda ancha en escuelas
  - Eliminando estereotipos de género
  - Regulaciones contra la discriminación salarial



### Crear tecnología por y para las mujeres

- ¿Cómo?*
- Diseño y regulación basados en los derechos humanos
  - Tomar en cuenta voces de mujeres marginadas
  - Garantizando la transparencia en el uso de datos

### Combatir la violencia de género en línea

- ¿Cómo?*
- Marcos legales coordinados con organizaciones de mujeres
  - Incluir la experiencia de las sobrevivientes
  - Educando a hombres y niños inculcando la empatía



Directora de DPL News  
**Paula Bertolini**

Editora en Jefe  
**Margarita Cruz**

Coordinación  
**Violeta Contreras García**

Diseño gráfico  
**Gis Israel Sánchez**

Comunicación digital  
**Fernanda Aguirre**

Director General de DPL Group  
**Jorge Bravo**

Presidente de DPL Group  
**Jorge Fernando Negrete P.**

[www.dplnews.com](http://www.dplnews.com)

 @dpl\_news

 DPL Group

 DPL News

 dpl\_news

 DPL News

**dpl**news

8MM