

MEMORIAS DEL FORO

# MUJERES 2.0

*El mundo estará en TIC*

ORGANIZAN:

Fundación corona

**NEXT**<sup>U</sup>  
UNIVERSITY

Una empresa de  
**Open English**

APOYA:

*Telefónica*

**OPEN  
FUTURE\_**

# CONTENIDO

1	<u>Llamada de atención a las mujeres y al sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación</u>	3
2	<u>Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: panorama actual</u>	7
3	<u>Barreras por desmontar</u>	13
4	<u>Las mujeres en las TIC: beneficios para todos</u>	20
5	<u>Acciones e historias para el cambio</u>	25
	5.1 <u>Acercar las TIC a lo cotidiano</u>	26
	5.2 <u>Brindar acceso, contenido y formación</u>	29
	5.3 <u>Visibilizar mujeres que inspiran</u>	31
	5.4 <u>Romper los techos de cristal</u>	33
6	<u>Competencias y habilidades. ¿Un tema de género?</u>	40
7	<u>Para no olvidar</u>	45
8	<u>Participantes</u>	48

# AGENDA DEL EVENTO

---

**8:00 a.m. - 8:15 a.m.**

**Palabras de bienvenida**

[Ángela Escallón](#), *Directora Ejecutiva de Fundación Corona*

**8:20 a.m. - 8:50 a.m.**

**Presentación Mujer y TI**

[Lina María Taborda](#), *Directora de Políticas y Desarrollo TI del MinTIC*

**8:55 a.m. - 9:55 a.m.**

**Panel I**

**Causas de la baja participación de las mujeres en el sector TIC**

Panelistas:

[Carolina Angarita](#)

*Gerente General de Google Colombia*

[Juan Carlos Álvarez](#)

*Vicepresidente de Recursos Humanos de Telefónica Colombia*

[María del Rosario García](#)

*Gerente de Asuntos Corporativos de Intel para Colombia, Perú y Chile*

[Mónica López](#)

*Directora People de Everis Consulting*

Moderador:

[Gabriel Montoya](#)

*CEO de Next University*

**10:30 a.m. - 11:30 a.m.**

**Panel II**

**¿Cómo atraer a las mujeres hacia las carreras TIC? Casos de éxito**

Panelistas:

[Angélica Lichilín](#)

*Directora Ejecutiva de Girls4code*

[Joanna Prieto](#)

*Geek Girls*

[Johanna Harker](#)

*Gerente de Relaciones Institucionales de Wayra Colombia, Telefónica*

[Sandra Lascarro](#)

*Miembro de la Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas (ACIS)*

[Andrea Padilla](#)

*Directora de Recursos Corporativos del Grupo Celistics*

Moderadora:

[Natalia Borrero](#)

*Coordinadora de Planeación de Fundación Corona*

**11:45 a.m. - 12:00 m.**

**Palabras de cierre**

[Daniel Uribe](#)

*Sub-Director Técnico de Fundación Corona*

---

# LLAMADA DE ATENCIÓN A LAS MUJERES Y AL SECTOR DE LAS TIC

---

El año pasado el Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (MinTIC) anunció que se estima que para el 2018 habrá una brecha de talento humano en el sector de 93.400 vacantes para nuevos profesionales, la cual no estamos preparados para suplir. Pero esta situación de talento humano no es exclusiva de Colombia, en varios países también se evidencia este reto y se estima que habrá una carencia de dos millones de profesionales calificados en el sector a nivel mundial (CEPAL, 2014).

# MUJERES 2.0

*El mundo estará en TIC*

Participa en la conversación  
en redes sociales con  
**#Mujeres2\_0**



Ante estas cifras es imposible no preguntarse: ¿cómo es que habrá tantas vacantes que no se podrán llenar en un país donde el desempleo es del 9,8 % y, más aún, en un sector como el de las TIC que evidencia grandes oportunidades laborales, como las que anunció el MinTIC?

“En Colombia, solo el 39 % de las personas que trabajan en la industria TI, son mujeres; y del total de cargos estratégicos, tan solo el 38 % son ocupados por ellas” (MinTIC, 2016).

Si bien la magnitud de las vacantes debe llamar la atención de los hombres y de las mujeres por igual, es un hecho que las cifras de participación de las mujeres en este campo son excesivamente bajas. En Colombia, solo el 39 % de las personas que trabajan en la industria TI, son mujeres; y del total de cargos estratégicos, tan solo el 38% son ocupados por ellas (MinTIC, 2016).

Estos datos no plantean una preocupación feminista ni reivindicativa, sino una pregunta estructural: ¿Qué debemos hacer para aumentar la participación de las mujeres en el sector TIC? Pero primero, ¿cuáles

son sus causas? Este fue el motivo que llevó a la Fundación Corona junto con Next University a realizar el foro **Mujeres 2.0. El mundo estará en TIC.**

En el campo laboral se hacen evidentes distintas barreras que desincentivan la permanencia de las mujeres en el campo de las TIC, y que traen como una de sus consecuencias un alto abandono del sector durante el transcurso de sus carreras. Mientras en la mayoría de los campos del mercado laboral el porcentaje de mujeres que se cambia de un sector a otro es del 20 %; en el de las ingenierías, la tecnología, las ciencias y las matemáticas es del 50 % (Glass, 2013).

Según las intervenciones de los panelistas del foro **Mujeres 2.0** esto se debe a razones como que, popularmente, se cree que hay una alta incompatibilidad entre los roles tradicionales asociados a las mujeres (como la maternidad y el cuidado de la familia), y su vida laboral y profesional. Lo que afecta su decisión de estudio vocacional, o las lleva a renunciar a su carrera.

Por otro lado, las mujeres de este sector se encuentran con barreras para ascender en su vida profesional y acceder a cargos directivos,

que incluyen una baja visibilidad en las empresas, sesgos discriminatorios en los procesos de promoción y evaluación, así como en la asignación de tareas. No obstante, como se mencionó en el foro, el problema también tiene sus raíces en la educación, o incluso mucho antes. De acuerdo con datos del Observatorio Laboral del Ministerio de Educación, de los estudiantes de ingeniería de sistemas en 2013, solo el 39 % eran mujeres; y de los de ingeniería electrónica, solo el 18%.

Estas cifras, en contraste con las grandes ventajas y oportunidades que tiene el sector TIC, nos refuerzan la importancia de que el capital humano se forme y oriente hacia las necesidades del mercado laboral, sin importar estereotipos de género u otras condiciones. Más aún, si tenemos en cuenta que el índice de empleabilidad en la industria TIC en Colombia es del 98.75 %, con altas posibilidades de emprendimiento (MinTIC).

Este panorama es un llamado a que en la agenda del país se incluyan estrategias para promover una mayor participación de las mujeres en estas disciplinas. Dichas estrategias deben involucrar diferentes escenarios y etapas de la vida: desde la forma en que se orienta la educación de las niñas en edades muy



@COM1980

Wow! 98.75 % es el #índiceempleabilidad del sector TI #Mujeres2\_0 es una gran oportunidad para TODAS

@fundcorona

@Ministerio\_TIC

#inclusión

tempranas, evitando reforzar estereotipos de género y promoviendo su acercamiento a las ciencias, tecnologías y matemáticas; pasando por impartir una orientación socio ocupacional que motive a las jóvenes a estudiar este tipo de carreras, y por visibilizar mujeres líderes del sector – trabajo, aspecto en el que los medios de comunicación también tienen un rol importante. Asimismo, se requieren estrategias empresariales que contemplen políticas de balance vida y trabajo, a la vez que estimulen prácticas transparentes para la contratación, la definición salarial y los ascensos.

No sin antes olvidar uno de los factores más importantes que se mencionó en el foro: debemos trabajar por mejorar la percepción de las mujeres hacia ellas mismas. Bastaría tan sólo tres palabras para cambiar muchos paradigmas: “Tú eres capaz”. No es un secreto decir que desde la misma sociedad vamos minando la autoestima de miles de niñas y adolescentes, e inculcándoles sin motivo cuáles son o no son sus talentos.

El país necesita hacer este llamado, enviar esta alerta a las mujeres y al sector; y es precisamente esa la razón por la que nos aliamos y organizamos el foro **Mujeres 2.0**. Ya cumplimos con esta tarea, pero es tan solo el primer paso. Aún falta mucho trabajo para pasar a la acción y aumentar la participación de las mujeres en el campo de las TIC. Necesitamos un país dinámico, incluyente, con oportunidades para todos y para lograrlo debemos ser capaces de responder a los retos que se nos van presentando. Seguiremos trabajando por superarlos.

FUNDACIÓN CORONA Y NEXT UNIVERSITY

---

# LAS TIC: PANORAMA ACTUAL

---

Conocer y comprender los desafíos que enfrenta Colombia en el sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), teniendo en cuenta las tendencias mundiales, es un punto de partida esencial para diseñar acciones y plantear rutas de trabajo que nos permitan, como país, estar preparados y ser competitivos. Además, la responsabilidad es aún mayor al analizar la baja participación de las mujeres y las dificultades a las que se ven expuestas en este mercado, lo que a su vez pone en evidencia problemas de equidad, inclusión y desarrollo que necesitan ser superados.

Según informes recientes de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), en el 2018 existirán en el mundo dos millones de vacantes para nuevos profesionales del sector TIC. En Colombia, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (MinTIC) estima que, para ese mismo año, el país tendrá 93.400 vacantes.

Sin duda, un panorama que nos hacen pensar en las enormes oportunidades que se generarán en el sector, así lo plantea [Ángela Escallón](#), Directora Ejecutiva de la Fundación Corona: “En un país como Colombia en que la inclusión y el mantenimiento en el mercado laboral son temas tan retadores, contar con un sector que evidencia estas oportunidades es una posibilidad única que no podemos pasar por alto. Debemos, entonces, preguntarnos, ¿cómo puede ser que para los próximos años existan vacantes que no se puedan llenar? Necesitamos reflexionar y tomar acciones que respondan a este gran desafío”.

Dicho desafío implica, además, acercar e incorporar a las mujeres al mercado TIC, dado que las cifras de participación tanto en el sector educativo<sup>1</sup> como en el laboral son preocupantes.

Según datos recogidos por el Observatorio Laboral del Ministerio de Educación, en el 2013 solo el 39 % de los estudiantes de Ingeniería de Sistemas del país eran mujeres y solo el 18% de Ingeniería Electrónica; por su parte, en la industria, en el 2015, solo el 39 % de los empleados en TIC eran mujeres.<sup>2</sup>

Para [Escallón](#) es urgente llamar la atención sobre la situación que aquí se presenta, “esto no se trata de un tema feminista ni reivindicativo, sino de la necesidad de un cambio estructural en la educación y la formación orientada al trabajo. Desde Fundación Corona trabajamos en la promoción de una educación técnica y vocacional pertinente y de calidad que esté en sintonía con las señales del mercado laboral, con el fin de orientar el talento humano de nuestro país hacia donde se encuentren las oportunidades”. Y en las TIC hay oportunidades, por ello, debe constituirse como un espacio que facilita la inclusión de poblaciones en condiciones de inequidad y grupos específicos afectados por diversas barreras de acceso al mundo laboral, como es el caso de las mujeres.

Si continuamos analizando en detalle los datos de los que disponemos, se observa que la

1. Si tomamos un ejemplo de oferta educativa como Next University, dentro de su plataforma se evidencia esta misma realidad social, del total de estudiantes interesados en las TIC solo el 4.5 son mujeres, y de los que se matriculan solo el 1.2 son mujeres. Además, la deserción en este grupo es del 35 %.

2. Cifras del Observatorio TI del MinTIC para el 2015.

“En Colombia las mujeres se gradúan, en general, más que los hombres, en especial, en la etapa universitaria y de especialización”.

Observatorio Laboral del Ministerio de Educación

participación de las mujeres en diferentes carreras universitarias, en países donde se ha identificado que las TIC cumplen un papel importante, no tiene una evolución significativa. En palabras de [Lina María Taborda](#), Directora de Políticas y Desarrollo TI del MinTIC, “lo que muestra la gráfica<sup>3</sup> es que en los siete años que tenemos de referencia, de 1998 al 2005, se han dado unos incrementos muy leves y en algunos de los casos disminuciones”.

#### PROPORCIÓN DE MUJERES EN CARRERAS UNIVERSITARIAS

País	Todos los estudios		Informática		Ingeniería	
	1998	2005	1998	2005	1998	2005
España	58	58.3	26.6	21.4	19.2	19.8
Alemania	49.4	54.1	13.1	16.4	5.8	8.5
Francia	55.8	56.1	23.4	17.2	-	16.3
Italia	56.4	-	28.6	-	14.8	-
Suecia	60.7	64.3	-	32.2	21.9	25.4
Reino Unido	53.7	58.4	27.1	23.5	-	13.3
Unión Europea	55.3	59.2	25.7	21.2	13.4	16.9
USA	56.3	58.2	32.1	25.7	15.2	17.5

Como explica [Taborda](#), en general, las cifras en diferentes países son bajas. “Según datos de la CEPAL (2012), por ejemplo, en Estados Unidos, la proporción de mujeres en las carreras de computación ha descendido: en 2002, ellas representaban el 28 % de los graduados, mientras que en 2005 este porcentaje bajó al 22 %. En Estados Unidos solo 29 de cada mil mujeres tiene estudios TIC comparado con 95 de cada mil hombres.

En universidades como MIT (*Massachusetts Institute of Technology*), según *eComputing Research Association*, las mujeres solo alcanzan un 12 %. En el Departamento de Ciencias de la Computación no superan el 10 %. En Argentina, en Ingenierías TIC, solo el 20 %. En Brasil, en

3. La información contenida en los cuadros y las gráficas del presente documento hacen parte de la presentación realizada por el MinTIC el día del Foro.



**@anita  
trimmino**

La educación  
básica debe  
fortalecer  
competencias #TIC  
#Mujeres2\_0  
@fundcorona

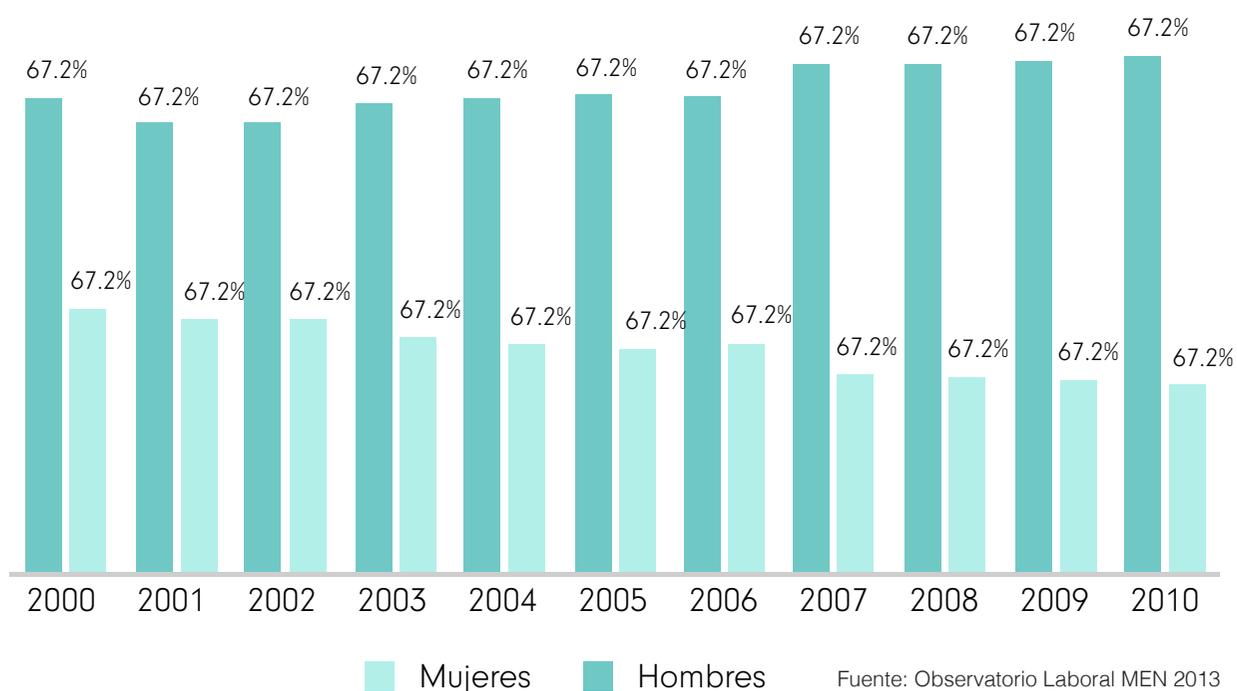
Ciencias de la Computación el 25 % eran mujeres en el 2001 y 27 % en el 2008.

En Chile, en las carreras de tecnologías las mujeres representan el 26 %. En República Dominicana en el 2005 el 32 % de las mujeres estaban en áreas de Ingeniería y Tecnología”.

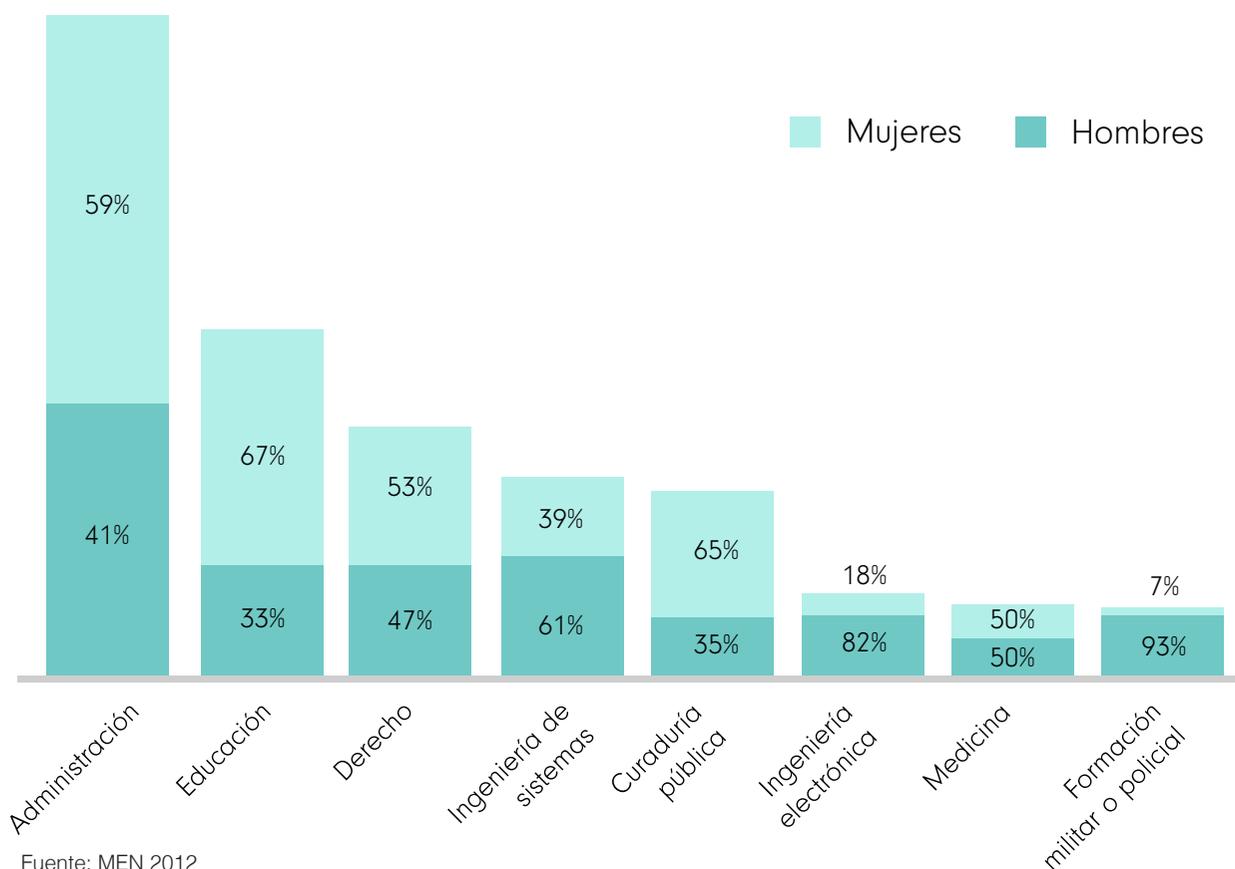
Este es el escenario o la tendencia en algunos países. Ahora, al revisar el caso de Colombia, según información del Observatorio Laboral del Ministerio de Educación, las mujeres se gradúan, en general, más que los hombres, en especial, en la etapa universitaria y de especialización: 54 % mujeres y 46 % hombres. Si nos remitimos específicamente a carreras, los datos arrojan que en Administración, Educación y Contaduría las mujeres tienen una participación superior al 60 %.

A primera vista son cifras positivas, sin embargo, para [Taborda](#) “lo preocupante es que esta tendencia cambia cuando observamos las carreras asociadas a la formación militar y a las ingenierías, como la electrónica y de sistemas, donde es mayor la participación de los hombres. El porcentaje de mujeres en programas de Ingeniería y carreras afines, entre el 2000 y el 2010, ha venido decreciendo; además, es mucho menor su participación frente a los hombres (según datos suministrados por el Ministerio de Educación Nacional)”.<sup>4</sup>

GRADUADOS POR GÉNERO Y ÁREA DE FORMACIÓN 2001 - 2010



DISTRIBUCIÓN DE ESTUDIANTES POR GÉNERO EN PROGRAMAS DE INGENIERÍA Y AFINES 2000 - 2010



4. Otra cifra importante, según información del MinTIC, se encuentra en Ser Pilo Paga, un programa del gobierno que beneficia a jóvenes de bajos recursos con alto nivel académico. Del total de beneficiarios, en el primer año, 1346 escogieron carreras TI y de estos solo 127 son mujeres, es decir, el 9.44%.



“Este escenario es un llamado, es una alerta a las mujeres y al sector. Tenemos que prepararnos juntos para afrontar y responder a los retos actuales, y así construir un país dinámico e incluyente con oportunidades para todos”.

Ángela Escallón

Al pasar del sector educativo a la industria de las TIC también se encuentran cifras muy bajas: el 61 % son hombres y el 39 % mujeres. Adicionalmente, en este mercado la participación de mujeres en cargos estratégicos y de nivel directivo es del 38 % frente al 62 % de los hombres.

Estos datos son apenas una parte de la realidad de Colombia, y del mundo, en los últimos años frente a este tema, pero no se trata solo de conocer cómo estamos comparados con otros países, sino de encontrar mecanismos, a partir de esa realidad, que permitan transformar positivamente el sector. [Ángela Escallón](#) es contundente al respecto: “Este escenario es un llamado, es una alerta a las mujeres y al sector. Tenemos que prepararnos juntos para afrontar y responder a los retos actuales, y así construir un país dinámico e incluyente con oportunidades para todos”.

---

# BARRERAS POR DESMONTAR

---

Después de conocer las cifras tan bajas de participación de las mujeres en el sector TIC, la pregunta que surge es: ¿por qué pasa esto? Para los panelistas del foro existen diferentes hipótesis sobre el origen del problema, que abarcan desde aspectos culturales hasta educativos.

La Directora de la Fundación Corona, [Ángela Escallón](#), entiende esas posibles causas como retos de inclusión que se dan en varios niveles: “Los prejuicios y las barreras culturales que hacen que las mujeres no se acerquen ni estudien temas TIC es uno de los principales factores. Desde el tradicional, silencioso y peligroso estereotipo de la compatibilidad de los hombres con las matemáticas y el pensamiento lógico, y de las mujeres con la sensibilidad y el pensamiento abstracto. Las nuevas teorías de la genética están revolucionando la Medicina y la Antropología: se ha demostrado que en nuestros 70 mil años de evolución todos los seres humanos compartimos el 89 % del ADN, por lo que creo que llegó el momento de la historia de reconocer que somos una sola raza y especie, y que las superioridades y tendencias son solo ejercicios de poder”.

En este punto coincide el MinTIC, para [Taborda](#), “las pautas de crianza en las familias con un enfoque patriarcal y una gran influencia de creencias religiosas desembocan en estereotipos culturales de género que dificultan el avance en el tema”. Este aspecto, además, está muy ligado a algunas “prácticas sexistas en la Educación Preescolar, Básica y Media, es decir, los planes de formación y las prácticas de aprendizaje encasillan tanto a hombres como a

mujeres en unos roles que generan estereotipos; por ejemplo, los hombres son impulsados a trabajar en áreas de acción donde la innovación y el liderazgo son importantes, mientras que las mujeres hacia estudios relacionados con el cuidado, las relaciones y las comunicaciones”.

En este aspecto hace énfasis [Carolina Angarita](#), Gerente General de Google Colombia, para quien el entorno social y las creencias de que hay temas, carreras y profesiones que son exclusivas de mujeres es un problema que no facilita su acceso a las TIC. “Cuando yo estudié Comunicación social esa era la carrera de las mujeres brutas pero bonitas, y las de ingeniería eran las inteligentes pero feas. Estos son los estereotipos que creamos y repetimos, en todos los escenarios descalificamos al otro. Así que la primera acción es parar este *bullying* y estas falsas creencias”.

Además, “si desde pequeñas en el colegio nos hablan de temas de tecnología, empezamos a entender que esto no es exclusivo de *nerds* ni de genios en matemáticas, sino que la tecnología la vivimos y la respiramos, pensemos que en Colombia hay más celulares que habitantes y que la penetración del wifi está creciendo; esto hace parte de nuestra vida diaria, lo que ayuda a que dejemos de percibir



@Colnodo

#Mujeres2\_0 Es importante empoderar a las mujeres del sector con perspectivas de género para que impulsen talento TI de otras mujeres.

las carreras afines a ciencia y tecnología como aburridas y durísimas. Lo importante es que nos apasione, que nos guste. En pocas palabras, necesitamos más incentivos”.

[Gabriel Montoya](#), CEO de Next University, complementa esta idea haciendo énfasis en la discriminación y exclusión que existe en el sector, fomentado por la repetición de esos estereotipos. “Conozco un caso muy claro de discriminación. Existe una plataforma llamada GitHub que es un repositorio de código, es algo así como una comunidad alrededor del desarrollo colaborativo de programación donde la gente contribuye con código abierto que luego se puede compartir libremente. Existe un panel que evalúa los códigos, los cuales, la mayoría de las veces, son subidos a la plataforma por usuarios anónimos. Luego de un estudio de comportamiento, han descubierto que en los casos en que el usuario revela el género y este es femenino hay menos aceptación, es decir, por saber que es mujer

“Bastarían solo tres palabras para cambiar muchos paradigmas: Tú eres capaz. Nos gustaría escuchar a padres de familia, maestros, tutores, compañeros, hermanos y amigos decirles esas palabras a las niñas”.

**Ángela Escallón**

tiene baja recepción o puntuación el desarrollo de su código. Es increíble que esto pase a estos niveles”.

Otro reto que menciona [Escallón](#), es “ofrecer oportunidades para todos en igualdad de condiciones, una responsabilidad de las familias, del sector educativo y de la sociedad en su conjunto. Trabajos en el sector TIC son más compatibles con horarios flexibles y con el teletrabajo, lo que abre un gran espacio a lo rural y a poblaciones excluidas. Finalmente, bastarían solo tres palabras para cambiar muchos paradigmas: Tú eres capaz. Nos gustaría escuchar a padres de familia, maestros, tutores, compañeros, hermanos y amigos decirles esas palabras a las niñas. Soy testigo de cómo poco a poco y sutilmente se va minando la autoestima de miles de niñas y adolescentes a quienes se les inculca sin ningún motivo cuáles son o no sus talentos”.

Pero el tema no termina aquí, existen otras dos hipótesis para explicar la baja participación de las mujeres en carreras y empleos TIC, como señala [Taborda](#): “Primero, la desinformación sobre el quehacer de los profesionales TIC, lo que implica romper con las barreras de acceso, contarles todos los beneficios que pueden obtener si ingresan a carreras TIC: cómo pueden construir su proyecto de vida alrededor de la tecnología, qué es ser un talento TIC, dónde aplicar ese conocimiento, etc. Y segundo, la falta de referentes y modelos significativos para relacionar a las mujeres con la ciencia y la tecnología”.

Este último punto es clave para [María del Rosario García](#), Gerente de Asuntos Corporativos de Intel para Colombia, Perú y Chile: “Las mujeres pensamos que no tenemos referentes con los que sentirnos



@Colnodo

"Debemos buscar espacios donde las niñas se sientan cómodas y empoderar desde allí con la tecnología": María del Rosario de Intel [#Mujeres2\\_0](#)

identificadas, y esa imagen debe estar presente desde la edad temprana". Es importante, entonces, que los estudiantes vean en sus profesores modelos a seguir, que la academia sea fuente de inspiración e impulse temas de emprendimiento e innovación asociados a la tecnología. Esta idea es compartida por [Joanna Prieto](#), Directora Ejecutiva de *Geek Girls*<sup>5</sup>, para quien "la historia personal de los docentes es parte vital del cambio, debe retar y despertar el interés de las niñas y jóvenes por estos temas".

[Montoya](#) comparte estas preocupaciones desde su experiencia en Next University, dado "el alto índice de hombres que se inscriben a los programas frente al de las mujeres, casi de un 95 % frente a un 5 %. Creemos que es necesario crear espacios para hablar del tema y juntar esfuerzos para darle relevancia. A comienzos de los años 60 en el auge de las tecnologías de la información solo el 10 % eran mujeres, a mediados de los 80 se llegó al pico con un 40 %, y desde allí ha venido disminuyendo. Entonces, la pregunta que necesitamos resolver es qué

5. Es una comunidad que inspira y empodera a la mujer como agente de cambio a través del uso, apropiación y creación tecnológica.

pasó. Muchos se lo atribuyen a la cultura de los *nerds*, una idea que se alimentó en Hollywood donde se creó una imagen, el *geek*, que casi siempre es un hombre, lo que definió un estereotipo de quiénes podían hacer parte de este sector”.

En este escenario todos los temas tienen cabida, incluidos aquellos que han estado asociados históricamente y culturalmente a las mujeres y que algunos podrían pensar, de manera errónea, que no tienen un lugar en el sector.

“Las mujeres necesitamos dejar nuestra huella y podemos hacerlo en el Internet de las cosas con nuestras realidades, por ejemplo, cómo desde la brocha del rubor se puede medir el PH de la piel, esas son rutas por explorar, ningún tema es menor. Otro aspecto clave es asumir la transformación de la tecnología, no solo es transferir conocimiento, sino darle valor agregado, retar las metodologías siendo activos, pasar de la queja a la acción, por ejemplo, que la Wikipedia está escrita por hombres, pues entra tú y cambia ese lenguaje. Derribemos las barreras”, es la invitación de [Joanna Prieto](#).

Los retos continúan, algunos provienen incluso de las propias mujeres y también requieren atención, así lo percibe la [Directora de Google Colombia](#), quien toca un punto fundamental que dificulta cerrar las brechas en la industria: la

autopercepción. “Varios estudios demuestran que los hombres piden ascenso apenas con el 25 % de preparación, mientras que las mujeres así estén preparadas no lo solicitan, creen que no lo merecen o que les será negado. No tenemos confianza en nosotras mismas”.

Para hablar sobre este tema se fundó un movimiento social en Estados Unidos llamado [LeanIn.org](#), creado por Sheryl Sandberg, economista y directora ejecutiva nombrada una de las 25 personas más influyentes en la web en el 2011 y una de las 50 mujeres más poderosas en los negocios en el 2008. LeanIn.org surgió a partir de su libro *Lean In*, que traduce Vayamos adelante, y de sus charlas en TED. Según Sandberg, *Lean In* trata sobre las barreras culturales que enfrentan las mujeres y cómo el primer paso es ayudarnos a nosotras mismas a entenderlas y superarlas.

Como es evidente, los desafíos y las situaciones a enfrentar son diversas y complejas, pero espacios de participación como el foro **Mujeres 2.0** son un escenario vital para poner sobre la mesa el tema y acordar acciones y alianzas efectivas. Empoderar es abrir el camino para que las mujeres asuman el protagonismo, sean líderes y diseñen un mundo en el que cabemos todos.



¿Cuáles creen que son las ventajas y las oportunidades que el sector TIC puede ofrecerle a las mujeres?

“Mayor acceso a educación a través de cursos online para mujeres cabeza de familia y en sitios con pocas vías de acceso”.

- Carolina Reyes -

---

# LAS MUJERES EN LAS TIC: BENEFICIOS PARA TODOS

---

La realidad que muestran diversos estudios y que respaldan las experiencias vividas por diferentes iniciativas tanto privadas como públicas, es que al reducir las brechas de participación de las mujeres en el sector TIC mejoran las cifras de desarrollo económico y social de un país. Por ejemplo, un estudio de McKinsey del 2015 encontró que si se alcanzara equidad entre hombres y mujeres que se desempeñan en el sector TIC el PIB de Estados Unidos se incrementaría en un 26 %; y si esto se mantiene, hacia el año 2025 será posible equiparar el incremento a la suma de las economías de Japón, Alemania y Reino Unido.

Una razón contundente, pero no la única, para promover y garantizar el desarrollo de competencias, canales educativos y educación especializada en programas acordes con la industria y el sector. Ahora bien, para lograr resultados positivos, de impacto y a mediano plazo es necesario trabajar en una política pública que garantice no solo el acceso y el uso de las TIC a las mujeres, sino su participación en la construcción de contenidos, nuevos empleos e iniciativas de emprendimiento.

Nos explica [Taborda](#) que el papel que desempeñan las mujeres en la economía digital y en el desarrollo con TIC es fundamental no “solo porque representamos el 51 % de la población mundial, sino porque nuestro talento contribuye a generar equidad, diversidad, calidad y competitividad. En el mundo TIC hay cabida para nuestra emotividad, perseverancia, organización y recursividad. El reto de las mujeres es integrar tecnologías para la vida y contribuir a dar sentido a las transformaciones de la economía digital”.

Por si esto fuera poco, existen otros motivadores para incentivar la participación de las mujeres en el sector TIC, específicamente pensando en Colombia: el índice de empleabilidad del sector es muy alto, del 98,75 %; la demanda es mayor que la oferta, lo que significa que existen vacantes por llenar; y, además, ofrece altas posibilidades de emprendimiento, ya que no requiere de grandes inversiones para lograrlo<sup>6</sup>.

Un beneficio adicional, que apunta a un tema que preocupa a las mujeres, es que la tecnología permite mantener un mejor equilibrio entre el mundo laboral y el familiar. Esto es claro para [Johanna Harker](#),



**@CELISTICS**

“Cuando se compara el salario promedio de hombres y mujeres se encuentra que existe una brecha de casi 30 %”,  
Andrea Padilla de  
**#CELISTICS**  
**#Mujeres2\_0**

6. De hecho, ya existe un ecosistema de emprendimiento importante en el país desde la política pública como APPS.co, el SENA con el Fondo emprender, INNpulsa, las cámaras de comercio, varios ministerios, entre otros.

Gerente de Relaciones Institucionales de Wayra Colombia, quien considera que “la tecnología es una oportunidad de acceso a información infinita, que nos ayuda a organizar mejor nuestro tiempo, porque no tenemos que estar todos en un mismo lugar para trabajar o socializar”.

Sumado a lo anterior, tampoco es necesario estar en el mismo lugar para estudiar, así lo afirma [Andrea Padilla](#), Directora de Recursos Corporativos del Grupo Celistics: “El sector educativo está cambiando, lo virtual nos permite tener control de nuestra educación, a qué hora, en qué momento, qué queremos aprender: qué, cómo y cuándo”. Lo que es también una enorme oportunidad para las mujeres.

Es precisamente este último punto uno de los que resalta [Taborda](#): “Sabemos que el país está necesitando profesionales en esta industria, pero esto se multiplica si pensamos que actualmente todos los sectores son demandantes de talentos y competencias relacionadas con la tecnología, por ejemplo el sector salud, gobierno, turismo, etc.; esto dado el proceso de transformación digital del mundo. También es necesario, en este escenario, ver la tecnología como un medio para aportar al desarrollo del país y empoderar a las mujeres”.

Las cifras son contundentes, de acuerdo con los datos del MinTIC, se pasó de cerca de 40 mil empleos en el 2012 a más de 70 mil en el 2015, asociados a software y TI. Asimismo, en número de empresas, se pasó de 1813 en 2012 a 4016 en 2015. La meta que se han puesto es tener a 2018, 125.000 empleados. En otras palabras, la industria TIC en Colombia crece cada vez más y desde el MinTIC se realizan acciones para el fortalecimiento de este sector productivo, lo que trae consigo enormes posibilidades para las mujeres.

[Taborda](#) explica que “desde el 2010 han aumentado las ventas, se ha pasado de facturar 2.6 billones de pesos a 9.6 billones en el 2015; y la meta para el 2018 es llegar a 17 billones de pesos. Esta industria, que representa el 1.2 % del PIB nacional (Producto Interno Bruto), es vista como de clase mundial y muy relevante para la economía del país; de hecho, está creciendo más rápido que muchos otros que tradicionalmente han tenido un papel importante en la economía colombiana. En general, es un sector que genera confianza a otros que acuden a buscar soluciones digitales, lo que permite consolidar la oferta”.

Estas son buenas noticias y argumentos poderosos para trabajar en el tema, no obstante,



“La tecnología es una oportunidad de acceso a información infinita, que nos ayuda a organizar mejor nuestro tiempo, porque no tenemos que estar todos en un mismo lugar para trabajar o socializar”.

**Johanna Harker**

los retos siguen allí, por lo que se requieren soluciones y estrategias asertivas que abran espacios para que las mujeres participen de una manera activa y sean protagonistas en el entorno de transformación digital actual. Aunque se están consolidando iniciativas importantes en diferentes sectores, aún hay mucho por hacer.



¿Cuáles creen que son las ventajas y las oportunidades que el sector TIC puede ofrecerle a las mujeres?

“Una gran ventaja es el teletrabajo, ya que hay más oportunidad para las mujeres que tienen familia, facilita su desarrollo profesional sin dejar de lado su ambiente familiar”.

- Ángela Díaz -

---

# ACCIONES E HISTORIAS PARA EL CAMBIO

---

Tanto desde el sector educativo como del productivo y social, sean públicos o privados, se deben diseñar acciones para cerrar las brechas de inequidad, aumentar las oportunidades de manera equitativa, incentivar a las jóvenes a ser parte activa de las TIC y empoderar a las mujeres. Varios proyectos, programas y políticas están encaminadas a lograrlo y son un punto de partida para motivar a otros a involucrarse responsablemente en el tema.



## 5.1 ACERCAR LAS TIC A LO COTIDIANO

Se han identificado dos factores claves que influyen en las mujeres jóvenes al momento de escoger una carrera asociada a las TIC: primero, la exposición al tema y, segundo, los estímulos escolares, familiares y sociales<sup>7</sup>, según explica [Montoya](#). Una estrategia concreta en este sentido está siendo desarrollada desde Intel; [María del Rosario García](#), Gerente de Asuntos Corporativos, explica que, además, se requiere de creatividad e innovación para que sea efectiva.

“No estoy hablando de que saquemos computadores rosados para las niñas, sino que identificamos en dónde y con qué se sienten cómodas, y desde ahí empezar a marcar una diferencia. En este momento en Intel estamos trabajando en estrategias para involucrar niñas y niños en estos temas, y nos hemos encontrado con que el espacio *maker* funciona muy bien, pero no es invitarlos a programar y darles tarjetas, es preguntarles

7. Google realizó un estudio en el 2014 llamado *Women who Choose Computer Science. What Really Matters*, para identificar y comprender los factores que influyen en las mujeres que estudian carreras asociadas a las ciencias de la computación.

con qué se sienten identificados. Por ejemplo, tenemos un grupo de niñas a quienes les encanta el *hip hop*, bailan, cantan y se filman, desde ahí las hemos involucrado con la tecnología, la invitación es: ‘qué tal si usted diseña su propio *dron* y así puede filmarse bailando desde todos los ángulos y mejorar su coreografía, perfeccionarse y mandar un muy buen video a concursos’.

[García](#) afirma que este tipo de proyectos funcionan muy bien, porque, por un lado, acerca a las jóvenes a las TIC a partir de temáticas familiares, cercanas y, por el otro, es una forma de empezar a cambiar estereotipos y crear espacios donde las mujeres sientan que pueden participar tranquilamente, porque “no podemos pretender que niñas que nunca han estado expuestas a estos temas se gradúen y de repente digan ‘¡ah, sí! voy a estudiar ingeniería’”. Es algo que vemos todos los días, por ejemplo, si se va a una tienda de regalos y se pregunta qué me recomienda para niñas sacan la muñeca, el coche... y los regalos para niños, el lego, binoculares y cosas para construir. Las niñas no están familiarizadas con objetos o juegos que las hagan pensar en las ciencias, las matemáticas y la tecnología como opciones de vida”.

Esta estrategia comparte puntos en común con [Girls4code](#)<sup>8</sup>, así lo explica su Directora Ejecutiva, [Angélica Lichilín](#): “El reto es acercar a las niñas a la tecnología desde su realidad, desde sus sueños, por ejemplo, tenemos niñas que nos dicen ‘a mí me encanta Maluma’, y nuestra tarea es decir ‘listo, ven y aprendes a diseñar el afiche por completo y te lo llevas impreso’; otras están enamoradas del universo Disney y desde allí es que hay que trabajar; algunas están inmersas en el universo Harry Potter, entonces les enseñamos a diseñar y construir un libro de principio a fin; algunas han emprendido a diseñar y montar páginas web con los temas que les interesan como grabar noticias, hacer entrevistas, videos y compartir todo. Al final de los procesos muchas dicen, ‘yo no pensé que eso fuera así’, es decir, el rechazo inicial se convierte en emoción. Ahora, no sabemos si van a ser ingenieras, pero de entrada sí sabemos que son ciudadanas digitales, y eso es un avance importante”.

La motivación es una palabra clave en las TIC, cómo inspirar a las niñas y jóvenes a encontrar su camino. Para [Lichilín](#) esto “no se trata de enseñarles a ser hombres, sino de motivarlas a descubrir los talentos que las hacen líderes, que las hacen diferentes, darle valor a lo que les



@Geek  
GirlsLatam

A través de espacios makers, las niñas interactúan con la tecnología desde lo que les llame la atención y les guste. #Mujeres2\_0

gusta desde lo digital. Siempre les decimos: ‘Tú puedes hacer lo mismo que todo el mundo, pero mejor’”.

[Mónica López](#), Directora People de Everis Consulting, está en la misma línea, pero agrega que es indispensable partir de que las personas comprendan qué es tecnología, porque “hay un desconocimiento muy alto sobre lo que implica, creemos que es solo programación y mantenimiento, pero es mucho más. Si no logramos vender esto desde primaria, cómo esperamos que las mujeres al llegar a la universidad escojan carreras afines a las TIC. Por qué una mujer sí se ve como psicóloga o como enfermera, pero no siempre como ingeniera. El gran reto es cómo educar en y con tecnología, cuántos colegios están trabajando con información en la nube, con libros digitales y computadores, se reúnen por Skype... es decir, se conectan y relacionan de otra manera con estas herramientas. Yo creo que es un porcentaje bajo, porque la realidad es que la mayoría tienen un profesor de tecnología que es también el de educación física y otras materias; entonces, la pregunta debe ser: ¿cómo se está socializando y educando con tecnología?”.

El esfuerzo y las iniciativas son diversas, otro ejemplo de acciones específicas lo encontramos en la Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas (ACIS) que organiza paneles llamados Mujeres TIC. [Sandra Lascarro](#), miembro de la asociación, comparte el objetivo de este esfuerzo: “es un mecanismo para cambiar la cifra de que solo el 39 % de los estudiantes de ingeniería son mujeres. También visitamos colegios de la mano con el MinTIC con el fin de fomentar habilidades y explicar que esta es una oportunidad para que desarrollen sus fortalezas; les hablamos de las posibilidades de la innovación y creación en este sector, así como de la importancia de ser perseverantes, porque un obstáculo a superar es que no deserten de la carrera”.

## 5.2 BRINDAR ACCESO, CONTENIDO Y FORMACIÓN

Otra estrategia, en la que hace énfasis [Mónica López](#), es la creación de espacios de acceso a tecnología con dos componentes: contenidos y formación, que involucren a todas las poblaciones para así propiciar empoderamientos, emprendimiento y desarrollo económico a escala local.

Ya existe una estrategia en esta línea desarrollada por el gobierno colombiano, a través del MinTIC, los puntos Vive Digital, ubicados en zonas apartadas o rurales; estos puntos, explica [López](#), “han abierto una oportunidad para acercar las personas a la tecnología y sus posibilidades, para empezar a crear y a trabajar en el desarrollo de la industria local, porque además son espacios de formación. Conocemos el caso de un joven que creó una app que le permitía conocer las preguntas de las personas en temas de salud, pues bien, creció tanto que ahora trabaja con el Instituto de Bienestar Familiar y Profamilia, porque su app mostró que muchas niñas creían que tomar agua de condón hervido evitaba que quedaran embarazadas. Este es un ejemplo de cómo la tecnología contribuye a mejorar espacios que en un principio no se piensan como tecnológicos. Hay otros casos de mujeres

que a través de la tecnología mejoran sus pequeñas empresas”.

El contenido también es una preocupación para [Carolina Angarita](#), quien afirma que es urgente “asociar acceso con contenido y este desde varias miradas: educación, entretenimiento, cercanía, relevancia. Hay iniciativas muy buenas enfocadas en acceso que solo requieren contenido, allí se necesitan mayores esfuerzos. Por ejemplo, se ha hecho un trabajo enorme por entregar *tablets* en el país, pero muchas están encima del televisor o de soporte para la matera porque no tienen contenido asociado”.

Para [Angélica Lichilín](#) hay mucho por mejorar en este tipo de proyectos, en especial, lo que se refiere a la conectividad, porque “a pesar del esfuerzo enorme del MinTIC desde hace varios años por conectar gran parte del territorio colombiano, la realidad es que en muchos sitios de Colombia hay fallas, porque se entregan las *tablets* y solo reciben conectividad gratis por 6 meses, entonces, luego, se quedan guardadas. El internet sirve para muchas cosas, pero debemos preguntarnos dónde está. Esto implica hacer un trabajo inspirador desde lo análogo, armar el robot con pilas y cables”.



@girls4code

"Buscamos que las niñas se enamoren de las TIC y aprendan de temas como diseño usando lo que les gusta"

#Mujeres2\_0

#SomosImparables

Las críticas ayudan a construir o mejorar iniciativas existentes, esto es lo que piensa [Lichilín](#) cuando explica que “el programa *Vive digital* es valioso, pero también es necesario que las mujeres conozcan la forma de romper las barreras digitales, enseñarles a comunicarse con otros (...) que las niñas puedan divertirse, aprender y crecer. Un informe del programa *Familias en acción* arrojó que el 95 % de las mujeres rurales no han tenido un billete en sus manos, esa es una realidad muy dura por la cual trabajar. Necesitamos cambios para romper las barreras que bloquean los beneficios de la tecnología”.

Asociado a este tema surgen tres frentes que se deben trabajar para avanzar en cerrar las brechas en el sector y que cada mujer logre gestionar sus inquietudes frente a las TIC: uso, creación y apropiación de la tecnología. Así lo afirma la [Directora Ejecutiva de Geek Girls](#), “esta es una herramienta que empodera, porque me permite comunicarle al mundo lo que pienso, lo que estoy haciendo, al tiempo que me informo y aprendo”.



## 5.3

### VISIBILIZAR MUJERES QUE INSPIRAN

Abrir espacios de participación activa y dar voz a las mujeres es una acción apremiante compartida por [Andrea Padilla](#), quien afirma que la tecnología es una herramienta que da esa voz, pero “no podemos olvidar que con ello viene una responsabilidad, porque lo que compartimos se puede volver viral, lo que implica riesgos. Por eso la responsabilidad de los mensajes que transmitimos, de lo que comunicamos es algo que viene con la tecnología. Así que empoderar a las niñas y las jóvenes es también tomar conciencia de los riesgos”.

Además, [Prieto](#) hace énfasis en la importancia de impulsar el uso de la tecnología en los lugares en los que no todos tienen fácil acceso, por ejemplo, impulsar su uso en las mujeres rurales para escucharlas, que cuenten y se conecten con el mundo y con otras mujeres, que se unan en redes de contacto y de trabajo, por intereses o deseos. “Tenemos que apoyarnos entre



nosotras mismas, que tienes tú que yo necesito y qué tengo yo, ponernos al servicio unas de otras, tanta competitividad a veces no es positiva (...) cómo nos ayudamos y crecemos juntas, en cualquier sector. Cuántas mujeres no se enteran de los foros, no reciben invitaciones a participar, la tecnología es una oportunidad de acercarnos”.

Crear responsablemente redes y espacios de conversación, de debate y de asociación es un tema pendiente, porque allí se pueden visibilizar los problemas que enfrentan las mujeres en el sector, así lo percibe [Prieto](#): “necesitamos escenarios para contarle al mundo lo que nos pasa, por ejemplo, hacer visible que muchas son removidas de su trabajo porque son mamás y no pueden trabajar 24 horas diarias, 7 días a la semana. Pero claro, también para inspirar, para contar casos de éxito”.

Precisamente inspirar, tener referentes es abrir canales de exposición a los temas TIC. *Geek Girls* ha creado encuentros de conversaciones poderosas en los que siempre participan tres mujeres de la industria, ya sea que ejerzan un rol al frente de la tecnología o detrás, en la creación. Según su directora, “esto nos ha permitido sacarlas del anonimato, que cuenten su historia, visibilizar esos roles que pueden ser

modelos e inspiración para otras mujeres, desde la dura en mercadeo digital hasta la programadora. Escuchar a la mujer que hay detrás de esa mujer exitosa: cómo rompieron el techo de cristal, cómo salieron del piso pegajoso”.

Aquí los medios de comunicación tienen una responsabilidad: “mostrar a las mujeres, contar sus historias. Tenemos claros nombres de hombres asociados a la tecnología, Bill Gates, Steve Jobs, Mark Zuckerberg; si preguntamos por mujeres, parece que no podemos nombrar ninguna, pero no porque no existan, sino porque no las conocemos, no son visibles”. Comunicar debe ser un objetivo, un mecanismo esencial para acercar a las mujeres a las TIC.

# 5.4 ROMPER LOS TECHOS DE CRISTAL

[Gabriel Montoya](#) considera cruciales este tipo de estrategias y cree que en este sentido “el esfuerzo de las organizaciones de ir rompiendo las barreras es fundamental para cambiar las tendencias, si esto no se da el esfuerzo educativo no dará sus frutos y quedamos atrapados en un círculo vicioso”.

Es precisamente desde ese enfoque laboral y empresarial al que [Juan Carlos Álvarez](#) hace referencia, desde su visión, como Vicepresidente de Recursos Humanos de Telefónica Colombia, el punto de partida para cerrar las brechas es hablar de los temas culturales que crean barreras y poner los números sobre la mesa, por ejemplo, hablar de equidad e igualdad de género en los niveles de dirección de las empresas y de índices de equidad salarial, porque sin duda hay sesgos por corregir. Un trabajo que, cuenta [Álvarez](#), ya viene realizando Telefónica en todas sus sedes, incluyendo, Colombia.

Pero nada de esto tiene sentido si no se mejoran los procesos de selección de personal de las compañías. Aquí [Álvarez](#) explica que “es apremiante cambiar dichos modelos de

selección con acciones afirmativas, es decir, paneles de mujeres para hacer la selección y mujeres en el lado de los candidatos, no por requisito formal, sino porque son elegibles e idóneas para el proceso”.

Ahora bien, en algunos puestos cuesta muchísimo trabajo encontrar candidatas mujeres, por ejemplo, en Telefónica en el caso de perfiles para redes fijas es muy difícil, por ello han decidido “involucrar en los procesos, tempranamente, jóvenes profesionales recién graduados, lo que significa cambiar los criterios de selección por experiencia a selección por potencial, y le hemos añadido búsqueda de mujeres en el proceso. En este momento tenemos una mujer en un equipo de 22 hombres, ella empezó como profesional en práctica y ya hace parte del equipo de calibración de redes”. Puede parecer un logro pequeño, pero sin duda es cambiar estructuras, paradigmas y modos de ver el sector, porque para cambiar las cifras de baja participación de las mujeres en las TIC las empresas deben trabajar en temas de equidad, paridad, liderazgo, cambio de cultura y de procesos, y en especial, en visibilizar su trabajo.

“Es un valor adicional contar con equipos de trabajo diverso, porque nos permite entender mejor a los clientes, tener varias perspectivas del mercado y de todas las áreas, y tomar mejores decisiones”.

**Juan Carlos Álvarez**

En este sentido, [Angarita](#) resalta que Google ya está manos a la obra trabajando la diversidad como un elemento indispensable para lograr más efectividad. “En la compañía las mujeres somos fundamentales, nos reciben con la frase ‘Bienvenidas a la diversidad’, en todos los paneles en que participamos siempre está la mirada de la mujer. Nuestro objetivo es trabajar en equipo y entender que nos complementamos, mujeres y hombres podemos trabajar para mejorar no solo nuestra vida, sino el desarrollo y la economía de un país”.

La diversidad también es importante para Telefónica, [Juan Carlos Álvarez](#) explica que de hecho “es una decisión de negocio, es un valor adicional contar con equipos de trabajo diverso, porque nos permite entender mejor a los clientes, tener varias perspectivas del mercado y de todas las áreas, y tomar mejores decisiones”.

Para [Álvarez](#) esta decisión trae consigo otro reto, “trabajar en liderazgo femenino tanto en el sector productivo como en la academia. Hay mujeres muy exitosas en el mundo de los negocios que ejercen un liderazgo masculino, pero creo que es el momento de apostarle al liderazgo desde la visión femenina. Adicionalmente, es fundamental en estos ambientes masculinos encontrar mecanismos para resolver conflictos que involucran a las mujeres como el acoso laboral, esto debe salir a la vista con el fin de crear mecanismos claros, de lo contrario también serán un desincentivo para que ellas opten por estos trabajos”.

Por su parte, el MinTIC lidera varias acciones para el fortalecimiento de la industria TI, de hecho cuentan con un modelo que lleva el mismo nombre, FITI, y que entre otras cosas busca empoderar a las mujeres que ya hacen parte del sector y abrir un campo de acción a aquellas

que aún no lo ven como una opción. El FITI contempla ocho dimensiones estratégicas a través de las cuales se desarrollan cada uno de los instrumentos de política pública.



La primera dimensión estratégica del FITI, talento humano, es una de las más relevantes y cuenta con un mayor presupuesto, lo que también expresó [Juan Carlos Álvarez](#) cuando habló de la necesidad de transformar los procesos de selección.



@suarez  
ospina

#Mujeres2\_0 El mundo tiene que trabajar en el liderazgo femenino auténtico. Juan Carlos Álvarez @Telefonica

[Taborda](#) explica que el MinTIC es consciente de la barrera de crecimiento que tienen los empresarios. “En ese sentido trabajamos de la mano con el Ministerio de Educación Nacional para aumentar el número de profesionales en la industria TI, y para mejorar los programas y los currículos relacionados con esta área. De más de 1100 programas que identificamos, cerca de 700 están activos y de estos tan solo 57 cuentan con acreditación de alta calidad. También es necesario trabajar con los empresarios y con los actores asociados a



“En cualquier compañía, los CEO y los directivos deben estar comprometidos con estrategias de inclusión y fomento del talento, de lo contrario no funciona”.

**Andrea Padilla**

la cadena de empleo, con el objetivo de mejorar las competencias y las cualificaciones de los profesionales que hoy hacen parte del sector, para que así no se sientan solos en su esfuerzo por lograr un mayor nivel de productividad de sus empleados”.

Precisamente, cambiar las cifras es un compromiso de Celistics, así lo explica [Andrea Padilla](#): “Somos una empresa de 2100 empleados en 16 países, el 30 % son mujeres, de ese porcentaje el 17 % está en cargos directivos, el 4 % en cargos gerenciales y el resto en cargos operativos”. Pero cómo lograr que las compañías se comprometan con los retos que demanda el sector.

“El primer gran desafío es obtener el aval y el apoyo de la alta dirección de las empresas en el desarrollo de proyectos para empoderar a las mujeres, esto es fundamental en cualquier compañía, los CEO y los directivos deben estar comprometidos con estrategias

de inclusión y fomento del talento, de lo contrario no funciona. Lo segundo, plantear programas tangibles de desarrollo de competencias que permitan mostrar resultados, el retorno, es decir, para que podamos decir claramente al final de los programas cuántas mujeres se han promovido, cuántas ascendieron a cargos directivos, etc.”, expone [Padilla](#).

En Celistics se han enfocado en dos iniciativas: un programa de entrenamiento en plataforma e-learning y foros para mujeres. “Comenzamos con aproximadamente 70 cursos en habilidades blandas (liderazgo, comunicación, etc.), y en asuntos más técnicos como herramientas de Excel. Tenemos mujeres, por un lado, en cargos administrativos donde la conversación es cómo balancear la vida personal con el trabajo, cómo negociar mi salario; y por el otro, en cargos operativos, (en las bodegas) donde la gran discusión, en países como México, es por qué debe tener una cuenta bancaria y no entregarle el pago al esposo. Son realidades y motivadores muy diferentes, pero igual de importantes. Llevamos más de un año con este programa y ya vemos avances en ascensos y en aprender a decir no, porque las mujeres creemos que si decimos no, nos van a percibir como poco competentes y comprometidas”.

Para la [Directora de Asuntos Corporativos de Celistics](#) este es un proceso de mejora continua que debe evaluarse constantemente y cuyos resultados necesitan ser reportados hacia arriba, que los directivos y los inversionistas conozcan y entiendan las razones de los cambios y cómo estos repercuten en los resultados económicos y organizacionales de la compañía.

Pero no es suficiente con garantizar las oportunidades de llegar a cargos directivos o ascender, la permanencia es también un tema por resolver, y esta es una alerta que hace [Natalia Borrero](#), Coordinadora de Planeación de la Fundación Corona. “Hemos visto la baja participación de las mujeres en la educación y en la industria, pero a este se suma otro problema: cuando logran llegar a cargos directivos que implican toma de decisiones el 50 % de las mujeres del sector TIC se retira, porque aparecen los techos de cristal y no logran avanzar al siguiente nivel, mientras que en otros sectores esa cifra es del 20 %”. Romper, traspasar esa superficie invisible que no deja que las mujeres avancen y que limitan su campo de acción es hoy un tema urgente. Ahora bien, no todo es empleabilidad, el sector TIC también es una oportunidad para el emprendimiento femenino. En este aspecto está



@Telefonica  
\_Col

Uno de los retos del mundo de las nuevas tecnologías es la atracción y retención del talento femenino: Johanna Harker @WayraCo #Mujeres2\_0

trabajando Open Future Telefónica<sup>9</sup>, una aceleradora de negocios de base tecnológica del grupo Telefónica, que ha invertido en 681 *startups* (iniciativas emprendedoras con grandes oportunidades de crecimiento). Sin embargo, de ese total solo, 142<sup>10</sup> son fundadas por mujeres o los CEO son mujeres, y de estas, menos del 10 % tienen la parte tecnológica a su cargo, generalmente, son las de negocios, comunicación o mercadeo. Esta realidad ha sido una alerta para diseñar estrategias que equilibren las cifras, además, porque de todo el universo, el 24 % son *startups* fallidos, pero si se toman solo las de mujeres, la tasa es del 15 %.

En palabras de [Johanna Harker](#), “con estos resultados de éxito podemos decir que las mujeres son mejores emprendedoras y trabajan en todos los temas: estilo de vida, transporte, plataformas de

9. Nace con la inquietud de retener el talento en la región en el ecosistema tecnológico.

10. Si tomamos el tema geográfico, de esos 142 emprendimientos femeninos, el 27 % están en Reino Unido, el 19 % en España, el 8% en Latinoamérica. Lo que nos llevaría a suponer que la mujer europea es más emprendedora que la latinoamericana, pero aparece Alemania con el 4 % de participación, entonces no es clara la tendencia.



pago y productividad. Nuestro desafío es cambiar paradigmas e impulsar el emprendimiento femenino, lo hemos hecho a través de la inspiración, es decir, contando los casos de éxito, visibilizando el trabajo de las mujeres, para que nos sintamos identificadas. Concretamente, estamos trabajando una iniciativa llamada *WomensAge*, que busca aumentar la participación de las mujeres en emprendimiento tecnológico así como el monto de inversión (hasta el momento hemos invertido aproximadamente 138 millones de euros, de los cuales solo el 28 % se ha ido a emprendimientos femeninos)”.

Efectivamente, hay mucho por hacer y por conocer sobre las realidades de este problema, así lo expresa [Natalia Borrero](#): “En la declaración del día de la mujer emprendedora de América Latina y el Caribe se mencionó que, aunque las mujeres son el 51 % de la población mundial, solo el 40 % llega al mercado laboral y de ese 40 % solo el 15 % se atreven a montar emprendimientos y no es claro de ese porcentaje cuántos logran alto impacto”.

Sin embargo, el futuro es prometedor gracias a todas las experiencias y esfuerzos por revertir las tendencias. [Lascarro](#) es positiva al respecto porque cree que “con la tecnología se caen las jerarquías, se abren nuevas oportunidades de

informarnos y de analizar información de manera directa, además podemos ser creativas, solucionar problemas y ayudar a la sociedad”. Es clave comprender que esto debe darse en entornos de equidad, con el esfuerzo de las empresas para romper los ciclos negativos; es un trabajo colectivo que comienza en la familia y con la educación temprana: romper los estereotipos, diseñar estrategias y crear nuevos paradigmas.

---

# COMPETENCIAS Y HABILIDADES.

## ¿UN TEMA DE GÉNERO?

---

Frente al tema de qué competencias y habilidades se requieren para entrar en el sector TIC hay diversas opiniones, para algunos panelistas existen unas propias de las mujeres, mientras que otros creen que es una equivocación diferenciarlas por género. Lo que sí es claro es que se necesita trabajar en su desarrollo en cualquier perfil: las básicas, las blandas o transversales, las ciudadanas y las laborales.

[María del Rosario García](#) cree que “las mujeres en los equipos de trabajo le aportan mucho al análisis de datos, al diseño de estrategias, al relato, a la narrativa, esta es una característica muy femenina. Ahora, no quiero decir que no la tengan los hombres, pero sí es una competencia importante asociada a lo femenino. Además, cuando nos aproximamos a temas de tecnología debemos hacerlo de manera integral, no solo es ser fuerte en desarrollo y software, las llamadas competencias duras, sino en resolución de problemas, liderazgo y emprendimiento, es abordar las TIC con un enfoque holístico donde las habilidades blandas y las duras tienen un papel importante”.

Sin embargo, [Mónica López](#), no lo percibe de la misma manera, para ella es primordial entender que “se tienen aún muchos mitos sobre las capacidades de una mujer frente a las capacidades de un hombre. En mi trabajo nunca me han pedido un perfil que especifique que sea mujer u hombre, es decir, me piden unas competencias que no están definidas por el género. La capacidad y el interés personal, el gusto y el disfrute por la tecnología es lo que interesa y la persona con ese perfil es más atractiva para una empresa”.

Como ya se ha mencionado, cualquier sector necesita profesionales en tecnología, lo que

significa que el campo de acción y empleabilidad es mucho más amplio, sin importar si es hombre o mujer. Vale la pena aclarar que no son solo profesionales, sino técnicos y tecnólogos los que se requieren para cumplir con las vacantes de las TIC, por ello, es una prioridad romper con la creencia de que los profesionales son los únicos que tienen una oportunidad; de hecho, lo importante es que los programas de formación estén en sintonía con lo que requiere el mercado laboral y tengan como eje central el desarrollo de competencias.

Y si a esto sumamos el esfuerzo que se está haciendo por desmontar la falsa idea de que una empresa tiene mayores niveles de productividad si trabaja con hombres, el sector es aún más interesante. Por ello, [López](#) insiste en hablar de las capacidades, las competencias, tanto las transversales como las blandas y las técnicas, sin importar el género, porque son las que contribuyen a mejorar la productividad de un sector. Por ejemplo, flexibilidad de pensamiento, análisis de datos, creatividad, liderazgo, etc.

Aquí retomamos el reclutamiento y la evaluación al momento de buscar un perfil. Es necesario que no se den ventajas o desventajas entre hombres y mujeres y esto se logra si los perfiles se enfocan en competencias (encontrar la



“No son solo profesionales, sino técnicos y tecnólogos los que se requieren para cumplir con las vacantes de las TIC, por ello, es una prioridad romper con la creencia de que los profesionales son los únicos que tienen una oportunidad”.

**Mónica López**

persona indicada para el puesto indicado). Lo mismo aplica al interior de las compañías en el caso de los ascensos, se deben brindar oportunidades de crecimiento independientemente del género. “Como este es un tema cultural es preciso hacer un análisis de equidad, es decir, que si tengo un entorno que brinda oportunidades de desarrollo y participación de manera equitativa, el reconocimiento está dado por las habilidades sin importar el género, por el perfil productivo”, aclara [Mónica López](#).

En un punto intermedio del debate está [Angélica Lichilín](#), quien suma una competencia adicional, el liderazgo femenino: “No se trata de empoderar a las mujeres en roles masculinos, debemos aceptar que somos diferentes, pero sí existen unas cualidades asociadas a las mujeres que podemos potencializar en lugar de que nos encasillen o limiten, por ejemplo, somos más organizadas, multitarea, charladoras, emocionales, soñadoras, usamos tacones y nos pintamos las uñas...”



**@everis  
colombia**

"Las competencias transversales profesionales no se deben dividir por género":

**@Monik594**,  
nuestra directora  
de People  
**#mujeres2\_0**

tenemos un mundo lleno de colores y de sueños. Y allí es que hay que trabajar, en los talentos y las habilidades que tenemos nosotras y que pueden ser volcados hacia la tecnología”.

En una línea similar está [Harker](#), quien observa unas cualidades específicas en el emprendimiento. “Hemos descubierto que la calidad del trabajo de las mujeres en temas de emprendimiento es alto, además son líderes, competitivas, trabajan por objetivos y enfrentan retos. También hay cosas por mejorar, por ejemplo el miedo al riesgo, lo que está asociado a romper aspectos culturales como el machismo”.

[Andrea Padilla](#) ve aquí un trabajo por hacer: “Es necesario internalizar en las compañías la cultura de brindar oportunidades de crecimiento, es decir, no traer profesionales de afuera, sino fomentar el ascenso y el desarrollo de competencias en las mujeres para ganar mayor representatividad. Ese es uno de los mayores retos: “Dejar de ver el desarrollo de las competencias blandas como un gasto cuando en realidad son una inversión, el desafío es crear los mecanismos para medir el retorno de manera tangible y desvirtuar así esta creencia”.

Finalmente, ya sean competencias, habilidades o cualidades lo importante es enfocarnos en cómo las mujeres pueden contribuir de manera diferencial en los equipos de trabajo, ya sea desde su aporte a estrategias de comunicación, herramientas de programación e investigación o brindando una mirada más estética o práctica en lo que hace uso de la tecnología se refiere. El valor diferencial que pueden aportar las mujeres al sector y a la sociedad.



¿Cuáles creen que son las ventajas y las oportunidades que el sector TIC puede ofrecerle a las mujeres?

“Permite que seamos partícipes del cambio y el desarrollo de nuevas alternativas como Apps que faciliten la vida de las personas”.

- Ruth Gómez -

---

# PARA NO OLVIDAR

---

Conclusiones por Daniel Uribe,  
Subdirector Técnico de Fundación Corona

Son múltiples los desafíos, así como las oportunidades y el trabajo por realizar. Entender que el mundo está en TIC y que las mujeres tienen un papel protagónico en el mismo es el gran tema al que están llamados todos los sectores. Para cerrar retomemos varios puntos fundamentales tratados en el Foro.



**@fundcorona**

La inclusión equitativa de las mujeres al sector TIC y en cualquiera tiene un impacto positivo: genera desarrollo

**#Mujeres2\_0**

**@danieluribep**

Las TIC conforman un sector lleno de oportunidades que incluye a las mujeres. Colombia está avanzando en el tema, a pesar de que hay grandes retos existe un interés, tanto del sector público como del privado, por trabajar en mejorar las cifras de la participación de las mujeres en el mundo TIC. Para lograrlo, es importante entender que la tecnología es más que redes, programación o software, es una herramienta para la vida; el cambio de la información, la evolución de los datos y de la tecnología misma es clave para el desarrollo de cualquier economía de cualquier país. Un ejemplo claro es Wikimujeres, una comunidad que nació como una red de apoyo entre mujeres que se ha convertido en una oportunidad de tener un canal comercial, todo a través de la tecnología como una herramienta.

Las barreras que causan la baja participación de las mujeres en las TIC son posibles de superar. Los estereotipos, la falta de estímulos académicos y familiares, la autopercepción, la prevalencia de la experiencia frente a las competencias en los perfiles laborales, el tiempo, entre otras, son barreras que se pueden trabajar. La Fundación Corona ya lo está haciendo a través de dos componentes: primero, la orientación socio ocupacional, enseñarles a los niños y a las niñas que la tecnología es un mundo, no es solo un sector o una carrera. Para lograrlo hay tres mecanismos: a) autoconocimiento, qué queremos, en qué soy bueno, cuál es mi sueño, cuáles son mis competencias; b) conocimiento de la oferta educativa, qué me ofrece el colegio, qué hay afuera, qué hay online; y c) conocimiento del mundo laboral, qué necesita el mercado. Estos tres elementos conectados facilitan la construcción de un proyecto de vida, ya sea hacia el empleo o hacia el emprendimiento.

Lo segundo es el desarrollo de las habilidades socioemocionales como resolución de problemas, comunicación, trabajo en equipo, competitividad, etc., las cuales deben fortalecerse sin importar el género, con el fin de contar con perfiles más integrales para cualquier campo y empleo.

El empoderamiento de género debe desarrollarse de forma común, la tecnología, el empleo y el emprendimiento es un mundo para todos, por lo tanto, se deben dar oportunidades de forma equitativa y así cerrar brechas. Esto implica fomentar más el tema desde la educación y la orientación, no esperar a llegar al mercado laboral. Además, estas oportunidades de equidad de género deben ser vistas desde un enfoque de desarrollo económico y social, cuando se trabaja por el empleo inclusivo se mejora el PIB, es decir, al crear estrategias para que las mujeres participen en el mundo de las TIC ya sea como canal, como producto o como empleo se están creando espacios de desarrollo.

Finalmente, es necesario trabajar unidos para que el mundo en TIC sea un referente en igualdad de género, que brinda oportunidades para todos con equidad y de manera democrática, con el fin de generar cambios estructurales que lleven a la construcción de un mejor país.

---

# PARTICIPANTES

---

## ÁNGELA ESCALLÓN

Directora Ejecutiva de  
Fundación Corona



## GABRIEL MONTOYA

CEO de Next University



## CAROLINA ANGARITA

Gerente General de  
Google Colombia



## JUAN CARLOS ÁLVAREZ

Vicepresidente de Recursos  
Humanos de Telefónica



## MARÍA DEL ROSARIO GARCÍA

Gerente de Asuntos  
Corporativos de Intel



## MÓNICA LÓPEZ

Directora People de Everis  
Consulting Colombia



## ANGÉLICA LICHILÍN

Directora Ejecutiva de  
Girls4Code



## JOANNA PRIETO

Cofundadora y Directora  
Ejecutiva de Geek Girls



## JOHANNA HARKER

Gerente de Relaciones  
Institucionales de Wayra



## LINA MARÍA TABORDA

Directora de Políticas y  
Desarrollo TI del MinTIC



## SANDRA LASCARRO

Miembro de la Asociación  
Colombiana de Ingenieros de  
Sistemas



## ANDREA PADILLA

Directora de Recursos  
Corporativos de Celistics



## NATALIA BORRERO

Coordinadora de Planeación  
de Fundación Corona



## DANIEL URIBE

Subdirector Técnico de  
Fundación Corona





## ÁNGELA ESCALLÓN

Directora Ejecutiva de Fundación Corona

Directora Ejecutiva de la Fundación Corona. Es una reconocida líder y gestora de temas sociales, con una experiencia de casi treinta años en los sectores público, privado y de cooperación internacional. Es egresada de la Universidad de los Andes, y cuenta con una especialización en Psicología Clínica. Ha trabajado para la Presidencia de la República, la Alcaldía Mayor de Bogotá y el Ministerio de Educación Nacional, entre otros, al tiempo que ha sido consultora en la oficina regional de Unicef para América Latina. Ha desempeñado labores de gerencia de proyectos para África y Asia desde Italia, país donde residió por siete años.

---

### CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

2. [Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: panorama actual](#)
3. [Barreras por desmontar](#)



**GABRIEL MONTOYA**  
CEO de Next University

Ingeniero de sistemas de la Universidad Metropolitana de Caracas con una Maestría en Administración de Empresas del Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) en Caracas.

Actualmente, es el Director de desarrollo de negocios de Open Education Inc, el holding dueño de Open English y Next University, plataformas de educación en línea.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

3. Barreras por desmontar

5. Acciones e historias para el cambio

5.1 Acercar las TIC a lo cotidiano

5.4 Romper los techos de cristal



**CAROLINA ANGARITA**  
Gerente General de Google Colombia

Ha trabajado por más de 23 años en el área de periodismo, comunicaciones y mercadeo digital. Antes de unirse a Google, trabajó durante tres años como presidente del Grupo Zyyei, que comprende 12 compañías de innovación a nivel mundial, incluida Ennova, una de las principales agencias digitales de Colombia, que ella fundó y dirigió durante cinco años. Asimismo, fue Vicepresidente de Programación y Mercadeo de RCN Televisión durante seis años, tiempo en el que logró posicionar el canal como el primero en *rating* en el país.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

3. Barreras por desmontar

5. Acciones e historias para el cambio

5.2 Brindar acceso, contenido y formación

5.4 Romper los techos de cristal



## JUAN CARLOS ÁLVAREZ

Vicepresidente de Recursos Humanos de Telefónica

Es abogado de la Pontificia Universidad Javeriana, con Postgrado en Derecho Laboral de la misma universidad y Postgrado en Derecho Comercial en la Universidad de los Andes. Desde hace 14 años está vinculado con la gestión de talento humano en el sector de la tecnología y las telecomunicaciones. En el año 2002, trabajó en la Empresa Nacional de Telecomunicaciones TELECOM, en el cargo de Vicepresidente de Recursos Humanos diseñando las estrategias jurídicas organizacionales y de Recursos Humanos que permitieron poner en marcha la nueva empresa. Es Miembro de la Junta Directiva de la Fundación Telefónica y miembro de juntas directivas de otras empresas del sector como Tele-Bucaramanga y Metrotel.

---

### CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

5. Acciones e historias para el cambio

5.4 Romper los techos de cristal



## MARÍA DEL ROSARIO GARCÍA

Gerente de Asuntos Corporativos de Intel para Colombia, Perú y Chile

Tiene bajo su responsabilidad el direccionamiento de las estrategias de educación, responsabilidad social y promoción de estrategias de innovación en la región; también, está a cargo del manejo de las relaciones de Intel con gobierno. Cuenta con una amplia experiencia en el diseño de estrategias de habilitación del ecosistema para avanzar en temas de innovación, así como en el diseño, ejecución y gestión de proyectos sociales, tanto en el sector público como privado. Tiene un título de la Universidad Externado de Colombia en Gobierno y Relaciones Internacionales, y una maestría en Gerencia de las Telecomunicaciones de la Universidad de Strathclyde, en Escocia.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

3. Barreras por desmontar

5. Acciones e historias para el cambio

5.1 Acercar las TIC a lo cotidiano

6. Competencias y habilidades. ¿Un tema de género?



## MÓNICA LÓPEZ

Directora People de Everis Consulting Colombia

Psicóloga, Especialista en Gerencia del Talento Humano, con 23 años de experiencia laboral, asociada a gestión y gerenciamiento de población TIC. Fue gerente de la subsidiaria de Recursos Humanos de IBM durante seis años, Ejecutiva de Educación y Talento en la misma compañía por cuatro años. Actualmente es Directora People en la compañía Everis Consulting Colombia. Es presidenta de la Mesa Sectorial TIC que trabaja sobre las diferentes tendencias y vanguardias en tecnología, con una visión de servicios y soluciones de manera interdisciplinaria, dando así respuesta al mercado laboral para cualquier sector productivo, desde las TIC.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

### 5. Acciones e historias para el cambio

#### 5.1 Acercar las TIC a lo cotidiano

#### 5.2 Brindar acceso, contenido y formación

### 6. Competencias y habilidades. ¿Un tema de género?



**ANGÉLICA LICHILÍN**  
Directora Ejecutiva de Girls4Code

Su iniciativa que trabaja por la inclusión de niñas y jóvenes en la economía mundial dándoles herramientas para que tengan la capacidad de programar y desarrollar proyectos a través de código. Lleva más de 10 años liderando iniciativas que vinculan a los jóvenes y la tecnología, para hacer de ésta última una parte importante de su vida. Fue fundadora y gerente de la empresa Q-antica Ltda, y gerente general de Campus Party Colombia, evento de ocio y cultura digital más grande del mundo.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

### 5. Acciones e historias para el cambio

#### 5.1 Acercar las TIC a lo cotidiano

#### 5.2 Brindar acceso, contenido y formación

### 6. Competencias y habilidades. ¿Un tema de género?



## JOANNA PRIETO

Cofundadora y Directora Ejecutiva de  
Geek Girls

Cofundadora y Directora Ejecutiva de Geek Girls Latam, organización que lidera procesos de empoderamiento de mujeres en América Latina con y a través de tecnología. Es consultora, docente y conferencista internacional en temas de comunicación, educación y emprendimiento. Reconocida bloguera, referente en liderazgo femenino y en ecosistema digital.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

3. Barreras por desmontar

5. Acciones e historias para el cambio

5.2 Brindar acceso, contenido y formación

5.3 Visibilizar mujeres que inspiran



## JOHANNA HARKER

Gerente de Relaciones Institucionales de Wayra

Gerente de Relaciones Institucionales de Wayra, la aceleradora de empresas del grupo Telefónica que impulsa emprendimientos de base tecnológica, luego de evaluar la viabilidad de sus proyectos y el potencial que tienen en el mercado. Es abogada de la Universidad Javeriana con diplomado en Gerencia Estratégica de ventas de la Universidad de los Andes. Adelantó estudios de Historia del Arte en el museo del Louvre, Historia Moderna de Europa y Civilización Francesa en el Instituto Católico de París. Su trayectoria suma más de 20 años de experiencia en el área comercial y de relaciones públicas de empresas del sector financiero, industrial y de telecomunicaciones.

---

### CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

4. [Las mujeres en las TIC: beneficios para todos](#)

5. [Acciones e historias para el cambio](#)

5.4 [Romper los techos de cristal](#)

6. [Competencias y habilidades. ¿Un tema de género?](#)



## SANDRA LASCARRO

Miembro de la Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas

Ingeniera de Sistemas de la Universidad de los Andes con una maestría en Administración de Empresas de la Universidad Autónoma de Manizales y el ITESM. Tiene más de 20 años de experiencia en tecnología como gerente de proyectos de TI y gestión de cambio; asimismo ha sido proveedora en Colombia y el norte de América Latina para Advantis, Compaq, Novell y Microsoft. Actualmente, realiza consultorías para ciudades inteligentes basada en gestión pública y lidera proyectos de transformación en educación y cultura organizacional con su empresa Equipo Perseo.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

5. Acciones e historias para el cambio

5.1 Acercar las TIC a lo cotidiano

5.4 Romper los techos de cristal



## ANDREA PADILLA

Directora de Recursos Corporativos del Grupo Celistics

Directora de Recursos Corporativos del Grupo Celistics, empresa líder en soluciones de logística y distribución inteligente para la industria de la tecnología de consumo en América Latina. Cuenta con una gran experiencia en el sector tecnológico y es reconocida como una de las principales expertas de mercadeo en América Latina: ha dirigido cuentas empresariales claves como SAP, Visa, Cisco Systems y Qualcomm; en Burson Marsteller Brasil supervisó varias cuentas de consumo, incluyendo a Walmart y Natura. Ha sido líder y mentora de más de cien profesionales a los que ha supervisado a lo largo de su carrera. Es Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Internacional de Florida, Estados Unidos.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

4. [Las mujeres en las TIC: beneficios para todos](#)

5. [Acciones e historias para el cambio](#)

5.3 [Visibilizar mujeres que inspiran](#)

5.4 [Romper los techos de cristal](#)

6. [Competencias y habilidades. ¿Un tema de género?](#)



## LINA MARÍA TABORDA

Directora de políticas y desarrollo TI,  
del MinTIC

Es Ingeniería Telemática de la Universidad Católica de Manizales, con estudios de postgrado en Gerencia de Proyectos en Telecomunicaciones de la Universidad del Rosario. Actualmente, es Directora de Políticas y Desarrollo TI, en el MinTIC. Cuenta con una experiencia de más de 16 años en el ejercicio profesional, asumiendo cargos como: ingeniera, asesora, consultora, directora, representante sectorial y servidora pública. Lidera estrategias de especialización inteligente, calidad, internacionalización, talento humano, emprendimiento, entre otras. Es delegada del MinTIC en el Consejo Nacional de Beneficios Tributarios y lidera el relacionamiento con los gremios productivos de la Industria TI, Clúster TIC regionales y gremios TI académicos.

---

### CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

2. [Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: panorama actual](#)
3. [Barreras por desmontar](#)
4. [Las mujeres en las TIC: beneficios para todos](#)
5. [Acciones e historias para el cambio](#)
  - 5.4 [Romper los techos de cristal](#)



## NATALIA BORRERO

Coordinadora de Planeación de  
Fundación Corona

Politóloga de la Pontificia Universidad Javeriana y Magister en Gerencia y Práctica del Desarrollo de la Universidad de los Andes. Actualmente, es Coordinadora de Planeación de la Fundación Corona y cuenta con seis años de experiencia en el sector social.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

5. Acciones e historias para el cambio

5.4 Romper los techos de cristal



## DANIEL URIBE

Subdirector Técnico de Fundación Corona

Daniel Uribe es Subdirector Técnico de la Fundación Corona. Es ingeniero industrial de profesión con énfasis en organizaciones y finanzas corporativas. Ha trabajado en Betainvest – Banca de Inversión, como analista de banca de inversión social, donde fue Gerente de un proyecto de inversión social enfocado en educación. Trabajó como Asociado en Endeavor Colombia entre el 2010 hasta el 2013, donde diseñó y ejecutó planes estratégicos para el crecimiento de Emprendedores de Alto Impacto en industrias como: educación, telecomunicaciones, mercadeo y biotecnología. Actualmente se desempeña como Subdirector Técnico de la Fundación Corona.

---

## CITAS DENTRO DEL DOCUMENTO

---

7. [Para no olvidar](#)

# MEMORIAS: FORO MUJERES 2.0 EL MUNDO ESTARÁ EN TIC

**Fundación Corona**  
Ángela Escallón Emiliani  
*Directora Ejecutiva*

Daniel Uribe Parra  
*Subdirector Técnico*

Natalia Borrero  
*Coordinadora de Planeación*

Catalina Botello  
*Coordinadora de Comunicaciones*

Valeria De La Vega  
*Practicante de comunicaciones*

**Next University Inc.**  
Gabriel Montoya  
*CEO Next University*

**Lamari Diseño & Contenidos**  
Jacqueline Colmenares Rodríguez  
Marina Valencia Mejía  
*Coordinación editorial*

**Fotografía**  
Cine Posible

**Diagramación**  
Valeria De La Vega

“Todos los derechos reservados para Fundación Corona y Next University 2016 ©”. “Todos los materiales contenidos en la presente publicación/sitio de Internet se encuentran protegidos por las normas de propiedad intelectual y derechos de autor y su contenido no podrá ser reproducido, distribuido, divulgado, transmitido, publicado o puesto de alguna otra forma en el mercado sin autorización previa y por escrito de Fundación Corona. Adicionalmente, está prohibida la alteración y/o modificación de las marcas, demás signos distintivos y cualquier otro disclaimer o mención relacionada con los derechos de propiedad intelectual en el sitio”.