

endeavor

WHITEPAPER

La brecha de género en el sector de tecnología, una tarea pendiente en América Latina.

Con apoyo de:



Un dashboard interactivo con los resultados del estudio puede ser encontrado en: http://bit.ly/women_endeavor_tech



PRÓLOGO
RESUMEN EJECUTIVO

10

1. INTRODUCCIÓN

16

2. HALLAZGOS

34

3. CASOS DE ÉXITO

47

4. RECOMENDACIONES PARA EL ECOSISTEMA

64

5. CONCLUSIONES



ANEXOS
REFERENCIAS
ACERCA DE
CRÉDITOS Y AGRADECIMIENTOS

MUJERES EN TECNOLOGÍA: UN TEMA DE NEGOCIOS, NO DE GÉNERO

Nuestro mundo está lleno de posibilidades, hombres y mujeres contribuyen por igual a demostrar que el género no importa a la hora de aportar conocimiento al mundo. Estamos acostumbrados a pensar en la participación de las mujeres en distintos ámbitos económicos como un tema de género, como una oportunidad que se les da para demostrar su valor. La realidad es que no es así: la diversidad en el ambiente laboral tiene que ver con una estrategia de negocio para maximizar la rentabilidad de las empresas y fomentar la confianza hacia las mismas.

Las mujeres desempeñan un papel primordial en el avance de la tecnología y su participación, tanto en México como en el resto del mundo, está creciendo. En nuestro país, el 27% de los puestos directivos en empresas de tecnología son ocupados por ellas, según datos de LinkedIn¹, aunque todavía hay retos y barreras que debemos superar.

Bajo esta premisa, Endeavor y Mastercard realizamos el estudio “La brecha de género en el sector de tecnología, una tarea pendiente en América Latina”, que ofrece un extenso análisis sobre el papel de las mujeres en el ramo de la tecnología, lo que se convierte en el argumento ideal para reconocer su valor, promover el cambio y fortalecer su participación.

El estudio analiza la conformación de las empresas y el número de mujeres que participan de manera activa en el ramo tecnológico, con el fin de dar a conocer el panorama general de intervención femenina en el ecosistema de toda América Latina. En México, este análisis aporta información de valor sobre el cambio en la percepción de las mexicanas en torno a esta industria, al revelar su creciente interés por ser parte de la transformación.

Para Mastercard, flexibilizar el ambiente laboral es un asunto de urgencia en el mercado actual, por ello nos enorgullece ser partícipes de este estudio. La incorporación de más mujeres en puestos laborales favorece el desempeño positivo de las empresas y contribuye a una mayor comprensión de cualquier reto al que se enfrenta una compañía. Por lo tanto, a mayor diversidad de voces colaborando en el diseño de estrategias, más probabilidades de éxito.

Buscamos incrementar el porcentaje de mujeres que se desempeñan en nuestra empresa a través de iniciativas como Mujeres que lideran (Women Who Lead) que va de la mano de estrategias que aseguran la diversidad de nuestras contrataciones y candidatos.

Creemos en la diversidad no solamente a nivel interno, por ello trabajamos para promover este concepto en todos los aspectos de la vida, empezando desde la niñez. El acceso a una educación de calidad es un derecho humano y es fundamental para construir un mundo inclusivo para todos.

Datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) revelan que a pesar de que en la mayoría de los países de América Latina el registro de ingresos de mujeres a educación primaria y secundaria es ligeramente más alto que el de los hombres, en México menos del 10% de las niñas piensan en carreras STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, por sus siglas en inglés) en comparación con el 27% de los niños mexicanos.

Conscientes de esta brecha, en 2014 lanzamos el programa Girls4Tech que busca ofrecer a niñas 7 a 13 años la oportunidad de acceder a educación sobre temas como criptografía, detección de fraude entre otros relacionados al ámbito digital para incentivar su interés en las carreras tecnológicas. Para 2020, Girls4Tech llegó a más de 800,000 niñas en 27 países de seis continentes, contribuyendo así a la reducción de la brecha de género que actualmente afronta el sector.

Además de coadyuvar con su educación, es importante crear espacios de inclusión para mujeres emprendedoras. Gracias a la Red de Liderazgo de Mujeres (Women's Leadership Network) de Mastercard, hoy contamos con una comunidad que desarrolla asociaciones entre varios grupos para generar valor y crear oportunidades para colaborar, conectar y crecer. Por ejemplo en Centroamérica, junto con el INCAE (Instituto Centroamericano de Administración de Empresas), desarrollamos el programa "LEADS Mujer" a fin de fortalecer y enriquecer las capacidades y los conocimientos de las emprendedoras de la región.

Otros ejemplos de nuestra participación activa en el desarrollo de la próxima generación de mujeres líderes son nuestras alianzas con organizaciones que permiten su empoderamiento, como: el Club del 30% Capítulo México, the Financial Alliance for Women y Gavi, the Vaccine Alliance.

Como la realidad lo demuestra y los estudios lo confirman, a través de sus conocimientos, su visión y su desempeño, las mujeres se convierten en factores de progreso y crecimiento económico. No me tienen que creer a mí, sino a las compañías de Fortune 500, que han demostrado que las empresas con los niveles más elevados de diversidad de género en puestos directivos se desempeñan hasta un 35% mejor que aquellas con niveles más bajos.

Es por esto que los resultados de este estudio son tan importantes. Las mujeres en la tecnología aportan valor, innovación, nuevas perspectivas y una forma diferente de abordar un problema. Incluirlas no es un favor que se le hace al género sino una oportunidad que tiene una industria de seguir sorprendiendo al mundo.

Como empresa líder en tecnología de pagos, seguiremos impulsando una cultura diversa e incluyente con el fin de favorecer la promoción del talento femenino y maximizar el potencial humano para crear posibilidades ilimitadas para todos. Conectar a las personas con posibilidades que no tienen precio es esencial para Mastercard.



Laura Cruz

CEO en México de Mastercard

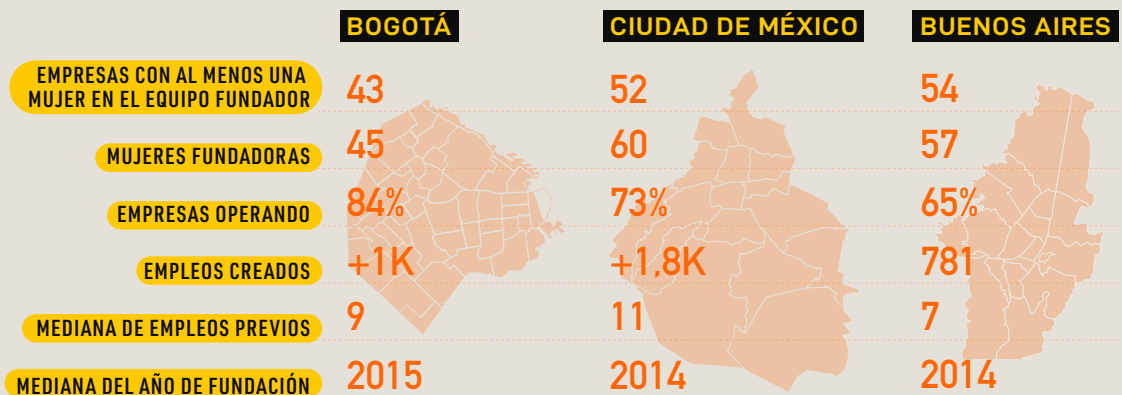
RESUMEN EJECUTIVO

El sector de la tecnología es uno de los de mayor impacto, pero no cabe duda que está dominado por hombres. Teniendo en cuenta la poca representación de las mujeres en campos STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, por sus siglas en inglés) y en el emprendimiento en general, Endeavor buscó identificar su rol, representación e importancia en la comunidad de emprendimiento tecnológico de Ciudad de México, Bogotá y Buenos Aires, dado el nivel de desarrollo, afinidad cultural y crecimiento actual de estas ciudades.

Para abordar esta problemática se partió de un mapeo en el que se identificaron más de 800 emprendimientos de este sector ubicados en las tres ciudades en estudio. En él, se encontró que sólo el 23% de las organizaciones cuenta con al menos una mujer dentro del equipo de fundador y únicamente 9% tiene una sola mujer fundadora o un equipo femenino. Esta brecha se hace aún más pronunciada cuando se observan las empresas que han alcanzado una mayor escala, logrando un tamaño igual o superior a 50 empleados o que han recibido algún tipo de financiamiento.

Este reporte busca generar mayor conciencia sobre una de las tareas pendientes que tienen los ecosistemas de emprendimiento: cerrar la brecha de género. Adicionalmente, celebra la diversidad, no sólo tomando en cuenta las diferencias culturales, geográficas y sociales, sino también la variedad de orientaciones, expresiones, identidades y trans identidades de género. Teniendo esto en cuenta, este estudio de mujeres en tecnología considera las diferencias entre hombres, mujeres y personas no binarias, y considera como mujer a cualquier persona que se identifique como tal.

IMPACTO GENERADO POR LAS EMPRENDEDORAS EN EL ECOSISTEMA



Como método principal de recopilación de información se llevó a cabo una encuesta, dirigida a las mujeres que han fundado emprendimientos en tecnología, entendiendo por emprendimientos tecnológicos a empresas que están desarrollando activamente nuevas tecnologías informáticas o que están habilitadas por internet. Se logró recolectar información de 114 emprendedoras, entre las cuales, 96 habían fundado una empresa en el sector. Quienes se sumaron a esta investigación han fundado a lo largo de su trayectoria como emprendedoras un total de 142 empresas, de las cuales 130 cuentan con oficinas en Ciudad de México, Bogotá y Buenos Aires.²

Además, se realizaron 73 entrevistas a profundidad con diversos stakeholders del ecosistema, entre los que se incluyen emprendedoras, cofundadores, organizaciones de apoyo al emprendimiento y a la mujer, e inversionistas, entre otros.

A través de estudios como éste, Endeavor construye y mantiene una base de datos de emprendedores, razón por la cual, al detallar su perfil se incluye información demográfica como la edad, el número de dependientes e hijos, y el estado civil, entre otras preguntas.

Características de la muestra analizada:

- 60% de las emprendedoras ha fundado sólo una empresa.
- La mayoría de las empresas fundadas en el sector tecnológico por las mujeres encuestadas se encuentran en etapas de desarrollo iniciales. Sólo el 38% de compañías está en una etapa avanzada (“crecimiento y expansión” y “consolidación”).
- En términos del impacto que están generando en las ciudades estudiadas, las emprendedoras son responsables de la generación de más de 2 mil 295 empleos. Específicamente, 94% de estos empleos fueron creados en el sector tecnológico.
- La productividad económica está concentrada en un pequeño grupo de emprendedoras que han alcanzado una mayor escala. Tan sólo el 15% de las empresas fundadas en el sector han alcanzado un

tamaño de 50 o más empleados y éstas generan el 72% de los empleos totales.

- 52% de las empresas se distribuyen entre los sectores de comercio electrónico/bajo demanda o plataformas de entrega, AdTech/media/content delivery/social media, FinTech y EdTech.
- A excepción de uno, todos los subsectores analizados presentaron un incremento en el número de empleados entre 2019 y 2020. Sectores como apps móviles/desarrollo móvil, HealthTech, y servicios de tecnologías de la información, resaltan por ser los de mayor crecimiento.

Principales hallazgos:

- **En el ecosistema de emprendimiento tecnológico aún se siguen cuestionando las capacidades de las mujeres para crear una empresa sólo por su género.** 84% de las mujeres encuestadas concuerda en algún grado, con la afirmación de que enfrentan más dificultades que los hombres en el proceso de emprender. Además, el 40% manifestó haber sido víctima de algún tipo de discriminación dentro del sector; el 97% de los casos corresponde a discriminación de género.
- **No obstante, este ecosistema no necesariamente es hostil o poco favorable para las emprendedoras.** Si bien existe una gran diferencia en la participación de hombres y mujeres en la comunidad de emprendimiento del sector, puesto que el 77% de las empresas han sido fundadas sólo por hombres y las mujeres perciben que presentan más dificultades al crear empresa, al realizar un análisis por género, se encontró que la proporción de emprendedores que logran escalar su empresa a 50 o más empleados es muy similar para hombres y mujeres. De igual manera, emprender en esta industria actualmente representa una gran oportunidad para las mujeres, en especial en el contexto pandémico, pues, a pesar de la crisis, los subsectores analizados incrementaron su tamaño entre 2019 y 2020.

- **Emprender con un equipo mixto puede ser clave para tener éxito en el sector.** El equipo fue el segundo factor que más veces se mencionó como uno de los aspectos más importantes para el crecimiento de las empresas. Además, aquellas compañías fundadas por un grupo mixto son las de menor proporción de compañías cerradas (13%) y, a su vez, las de mayor proporción en operación (84%).³ De igual manera, los sectores con mayor porcentaje de empresas creadas por equipos mixtos coinciden con aquellos para los que la mayoría de compañías se encuentra operando. Por último, sólo se presentan salidas en las compañías fundadas en equipo.
 - **Sin embargo, no sólo es necesario tener un equipo mixto sino también uno multidisciplinario.** Aunque contar con conocimientos STEM no es determinante para emprender en el sector, tener a alguien dentro del equipo que cuente con preparación académica en estas áreas, hace la diferencia. Contar con un equipo diverso en todos los sentidos permite que las empresas tengan un panorama más amplio del mercado y de su negocio.
 - **Es importante incentivar la participación de la mujer en carreras STEM.** En un análisis realizado a los perfiles de 160 mujeres emprendedoras en el sector se encontró que tan sólo el 27% tiene un perfil STEM, mientras que para los hombres este porcentaje equivale a 53% (1,105 emprendedores). El 30% de las encuestadas manifestó que ser profesional en campos STEM es un aspecto muy importante para tener éxito en el sector de tecnología; no obstante, sólo 5% lo considera como esencial. Si bien no contar con este tipo de conocimientos no es determinante para tener éxito en el sector, contar con preparación académica en estas áreas podría incrementar la autoconfianza de las mujeres e incentivarlas a emprender en tecnología, así como aumentar su participación en la fuerza laboral.
 - **Existe una necesidad urgente de generar un ecosistema que permita alcanzar la paridad de género entre los trabajadores y el crecimiento de la mujer al interior de las empresas.** Esto permitiría incrementar cada vez más el número de mujeres en altos cargos, lo que a su vez puede influir de manera positiva su participación en la comunidad de emprendimiento y contribuir a que más emprendedoras logren escalar sus empresas. La experiencia laboral, en especial en cargos nivel C, gerenciales, en finanzas y en el extranjero, son características comunes entre hombres y mujeres que han logrado que al menos una de sus empresas alcance un tamaño igual o superior a 50 empleados.
 - **Las redes de contactos y el acceso a mentoría son primordiales para lograr un mayor éxito.** Para las emprendedoras encuestadas, el aspecto más importante para emprender con éxito en el sector es contar una red de contactos adecuada, seguido del acceso a mentorías. El género fue el factor que más veces se calificó como “no importante en lo absoluto”.
 - **El financiamiento es el obstáculo mayor o el más severo,** seguido por el equilibrio entre la vida personal y laboral y, la falta de redes de contactos relevantes del ecosistema emprendedor. Si bien el incremento de la representación y participación de las mujeres en la comunidad de emprendimiento sigue siendo un reto, este se acentúa al tratarse de acceso a financiamiento. Entre el total de empresas tecnológicas identificadas en las ciudades objetivo que fueron fundadas sólo por hombres, el 53% ha obtenido acceso a capital, mientras que para las empresas fundadas por una mujer o por equipos con al menos una mujer entre sus fundadores, esta proporción se reduce al 43%.
- Para lograr cerrar la brecha de género es necesario que se produzcan grandes cambios culturales en el ecosistema de emprendimiento y en América Latina en general. Estos dependen de acciones individuales de los múltiples actores del ecosistema, incluyendo a las emprendedoras y a los emprendedores, a los gobiernos, a los inversionistas, a las organizaciones de apoyo, a las universidades, a las grandes empresas y demás involucrados.

Teniendo en cuenta lo anterior, además del análisis del sector, este reporte comparte recomendaciones y acciones concretas que los stakeholders tanto del sector público, como del sector privado, pueden aplicar desde su rol para contribuir a la creación de un ecosistema inclusivo.

1. Recomendaciones para el sector público:

Las políticas e iniciativas gubernamentales, o la falta de ellas, son a menudo un reflejo directo de los valores y las normas de la sociedad. El gobierno tiene la potestad de definir leyes y concentrar recursos en los programas de su elección. Esto afecta directamente a las mujeres, al definir la posibilidad de tener acceso a una buena educación, tener un salario equitativo o garantizar su participación en el mundo laboral.

Hay dos aspectos principales en los cuales se deben enfocar los stakeholders de este sector:

- **Educación:** la información recolectada en por medio de entrevistas, permitió identificar que los gobiernos nacionales y municipales en América Latina necesitan trabajar en fortalecer el currículo STEM y la infraestructura para enseñar estas disciplinas, con el fin de garantizar que las mujeres tengan acceso a ellas.
- **Emprendimiento:** más allá de la educación, es necesario que haya programas que se enfoquen en aumentar la representación de la mujer. Para lograr esto, el gobierno puede desempeñar un papel importante al incentivar a las empresas y organizaciones a formar equipos diversos, espacios inclusivos y a fomentar prácticas que luchen contra la exclusión (por ejemplo establecimiento de cupos para que más mujeres ocupen puestos directivos e igualdad en la licencia de paternidad y maternidad), así como, proporcionar oportunidades para que todos los emprendedores, independientemente del género, mejoren sus habilidades.

2. Recomendaciones para el sector privado:

- **Entidades financieras e inversionistas:** si bien algunos fondos de inversión han dado pasos en la dirección correcta al incrementar la diversidad de género en el equipo, las personas entrevistadas por Endeavor aseguraron que la mayoría todavía tiene un largo camino por recorrer. Realizar preguntas de forma objetiva y transparente durante un pitch, incluir más mujeres en sus cargos directivos y, dar visibilidad a las mujeres de su fondo y portafolio, son sólo algunas de las acciones que estos actores del ecosistema podrían tomar para disminuir la brecha de género en la comunidad de emprendimiento.
- **Emprendedores, líderes y CEOs:** para que las mujeres sobresalgan en el lugar de trabajo, los líderes de las empresas deben prestar especial atención a la cultura de la organización, las políticas internas inclusivas, las posibilidades de crecimiento y capacitación para sus empleados, así como las políticas de contratación o reclutamiento.
- **Emprendedoras:** si bien este estudio comparte consejos para abordar los factores externos que hacen que emprender sea más complejo para las mujeres, también se plantean soluciones acerca de cómo las emprendedoras pueden vencer estas barreras e inspirar a las generaciones futuras de mujeres. Trabajar en eliminar las barreras autoimpuestas como el “síndrome del impostor”, ayudar a hacer visibles los casos de éxito de otras emprendedoras, apoyar a mujeres que deseen emprender el sector tecnológico creando redes de apoyo, y tomar medidas en sus empresas para contratar más mujeres, son algunas de las acciones para promover la inclusión en el ecosistema.

Esta investigación llama a los diferentes *stakeholders* a tomar acciones para generar un ecosistema inclusivo. Generar las condiciones para cerrar la brecha de género

en el emprendimiento tecnológico es una necesidad no sólo por temas inclusión, sino porque esto puede ser una herramienta hacia el desarrollo.

Finalmente, este estudio invita a las mujeres a tomar la decisión de emprender en tecnología y a tener presente que como lo mencionan muchas emprendedoras que

hicieron parte de este estudio, si bien la sociedad y el ecosistema imponen más obstáculos a las mujeres, *las barreras más difíciles de superar son las autoimpuestas. La cultura ha normalizado la discriminación y una de las maneras para mejorar esta realidad, es empezar por sumarse a la comunidad de emprendedoras y utilizar su empresa como un vehículo de cambio.*



1. INTRODUCCIÓN



En un mundo cada vez más digitalizado, en el que todos los días se generan nuevos avances tecnológicos para dar solución a los problemas del día a día, aún el cierre de la brecha de género es una tarea pendiente. A nivel mundial la mujer cuenta con menor participación en la fuerza laboral, en la fundación de empresas, en las disciplinas STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, por sus siglas en inglés) y en el emprendimiento.^{4,5,6,7}

De acuerdo con datos del Banco Mundial, sólo el 52% de las mujeres participan en el campo laboral, mientras que para los hombres este porcentaje equivale al 80%.⁸ Esto tiene un efecto negativo significativo en el producto interno bruto de los países. Según un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), si las mujeres calificadas enfrentan más exclusión en el trabajo, el talento de los empleados disminuye y esto resulta en pérdidas significativas en la producción.⁹

Sin embargo, las mujeres no sólo están subrepresentadas de la fuerza laboral, también tienen menos presencia en los puestos de liderazgo y de toma de decisiones. Existen un conjunto de normas que se conocen como “techo de cristal” que dificultan su acceso a este tipo de cargos. Esto se traduce en que los hombres tienen cuatro veces más probabilidades de ocupar puestos de nivel C y ejecutivo, y nueve veces más probabilidades de ocupar puestos directivos que las mujeres.^{10,11}

Un estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) revela que a nivel mundial la representación femenina disminuye significativamente en los cargos más elevados y que, entre más grande sea una empresa, menos probabilidades existen de que sea liderada por una mujer. Adicionalmente, Latinoamérica resalta por ser la región con el mayor porcentaje de empresas sin mujeres en puestos ejecutivos.

Por otro lado, ellas representan sólo el 20% de los graduados terciarios en los campos de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en el mundo.¹² No obstante, esta falta de representación o “falta de interés” por las disciplinas relacionadas con ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM) permea desde etapas más tempranas a causa de la exposición a estereotipos de género a la que se enfrentan las niñas desde muy corta edad. Un estudio realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), encontró que las niñas de 15 años tienen dos veces menos probabilidades que los niños de aspirar a una carrera como ingeniera, científica o arquitecta.¹³

De igual manera, esta subrepresentación se encuentra en el emprendimiento. Aunque entre los Emprendedores Endeavor la proporción de hombres y mujeres es similar, es innegable la falta de presencia emprendedoras, puesto que menos del 20% de los aplicantes a los programas de apoyo al emprendimiento son mujeres.

Lo anterior resulta un aspecto que requiere especial atención, no sólo por el impacto que la participación de las mujeres en el emprendimiento puede tener en términos de equidad e igualdad de género, también por la importancia que tiene la diversidad en el éxito de los negocios.

Un estudio realizado por McKinsey en 2015 encontró que las empresas con diversidad de género tienen un 15% más probabilidades de obtener rendimientos financieros superiores a la media de la industria nacional de sus países.¹⁴ Adicionalmente, las compañías con mayor diversidad étnica y cultural en los equipos ejecutivos aumentan en 33% sus probabilidades de lograr una rentabilidad superior. Esta correlación entre mejor desempeño y diversidad en el equipo de liderazgo se mantiene a través del tiempo y con datos globales.¹⁵

Cabe resaltar en este punto que no sólo se presentan brechas en la participación de las mujeres como fundadoras; también se observan brechas en un aspecto fundamental para el crecimiento de las organizaciones, el financiamiento. La OCDE encontró que, en promedio, las emprendedoras reciben un monto de financiamiento 23% menor al recibido por los hombres y, adicionalmente, la probabilidad de tener una salida se reduce en un 3% para las startups fundadas por mujeres.

Debe destacarse que es probable que la falta de acceso a financiamiento provenga de sesgos inconscientes por parte de los inversionistas. Dana Kanze, una investigadora de Columbia University, encontró que hay una diferencia significativa entre el tipo de preguntas que los inversionistas realizan a las mujeres y a los hombres.

Kanze clasificó en dos categorías las preguntas y el tipo de lenguaje usado durante un pitch: lenguaje de prevención y lenguaje de promoción. El primero es utilizado para defender riesgos y prevenir pérdidas, mientras que el segundo es usado para hablar del potencial a futuro de la empresa, incluyendo métricas positivas como ganancias e impacto.



Según esta investigación, el tipo de lenguaje impacta la probabilidad de que el emprendedor obtenga fondos: los candidatos que recibieron predominantemente preguntas de promoción recaudaron siete veces más recursos que quienes recibieron preguntas de prevención. Esto es crucial, dado a que el 67% de las preguntas planteadas a los emprendedores se centraron en el lenguaje de promoción, mientras que el 66% de las que se plantearon a las emprendedoras se centraron en el lenguaje de prevención.¹⁶

En otro estudio, Kanze encontró que las empresas con liderazgo femenino que participan en industrias dominadas por hombres reciben significativamente menos fondos y valoraciones más bajas que aquellas lideradas por mujeres y que atienden a industrias dominadas por su mismo género.¹⁷

Teniendo en cuenta la poca representación de las mujeres en campos STEM y en el emprendimiento, y que la industria de la tecnología es una de las más dominadas por hombres, se hace relevante analizar la disparidad de género en este sector, así como sus posibles causas y soluciones. Para abordar esta problemática, Endeavor estudió los ecosistemas de emprendimiento tecnológico en Ciudad de México, Bogotá y Buenos Aires. Estos se eligieron dado a su nivel de desarrollo, afinidad cultural y crecimiento actual: las tres ciudades tienen a los sectores de tecnología hispanohablante más desarrollados de la región y presentan las condiciones más favorables para las startups.¹⁸

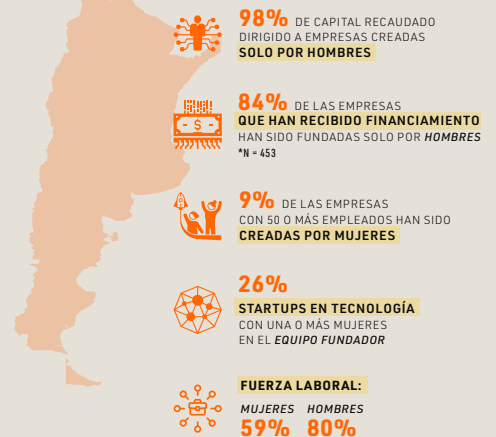
Endeavor partió de un mapeo en el que se identificaron más de 800 emprendimientos tecnológicos de estas geografías y encontró que, en total, sólo el 24% de ellos cuentan con al menos una mujer dentro del equipo fundador. La brecha de género se hace aún más evidente al observar la distribución de los fundadores entre las empresas que han alcanzado un tamaño igual o superior a 50 empleados y aquellas que han recibido algún tipo de financiación.¹⁹

Estos datos hacen evidente la necesidad de analizar al ecosistema tecnológico de la Ciudad de México, Bogotá y Buenos Aires. No sólo por la clara disparidad de

MÉXICO



ARGENTINA



COLOMBIA



género, sino porque la coyuntura social y económica ocasionada por la pandemia por el Covid-19 podría incrementar aún más la brecha para las mujeres en el emprendimiento tecnológico.

¿Por qué se podría incrementar la brecha de género? La respuesta se encuentra en una sola palabra: estereotipos. El confinamiento al que ha sido sometida la población mundial ha afectado más a las mujeres que a los hombres porque generalmente la responsabilidad del cuidado de la familia recae sobre ellas. Esto ha ocasionado que la pérdida de puestos de trabajo, y las consecuencias para los emprendimientos sean más fuertes para este género.²¹

Si a lo anterior se suma la poca representación que ya tenían las mujeres en campos STEM y en la industria de la tecnología, la situación no se ve alentadora para el emprendimiento en este sector. Con esto en mente, este estudio propone:

1. Identificar las barreras que enfrentan las mujeres que emprenden en tecnología.
2. Visibilizar a las emprendedoras de Bogotá, Ciudad de México y Buenos Aires que desafían los estereotipos y están marcando hitos en la historia.
3. Reformular los esfuerzos actuales y futuros para mejorar la representación y la experiencia de las mujeres en la industria tecnológica.

La estructura del estudio y las herramientas de recolección de datos fueron diseñadas con base en la información y opiniones generadas en una mesa de discusión de 18 emprendedoras de alto impacto en el sector tecnológico.^{22, 23}

Como método principal de recopilación, se llevó a cabo una encuesta online dirigida a mujeres que han fundado emprendimientos en tecnología en las ciudades de enfoque, entendiendo por emprendimientos tecnológicos a empresas que están desarrollando activamente nuevas tecnologías informáticas o que están habilitadas por internet.²⁴ Adicionalmente, se consideraron emprendimientos de base tecnológica, en específico,

aquellos que comercializan productos principalmente a través de medios digitales. No se consideraron empresas que fabrican hardware, brindan servicios a través de software de terceros, o comercializan tecnología de terceros.

A través de sus estudios, Endeavor construye y mantiene una base de datos de emprendedores para tener un panorama cada vez más amplio del perfil de éxito de un/a emprendedor/a y su influencia dentro del ecosistema. Por esta razón, al detallar el perfil de los emprendedores se incluye información demográfica como la edad, el número de dependientes e hijos y el estado civil, entre otras preguntas.

Para ampliar la visión de los obstáculos que enfrentan las emprendedoras y los esfuerzos que se podrían realizar para disminuir la brecha de género en el emprendimiento tecnológico, se realizaron 73 entrevistas a profundidad con diversos stakeholders del ecosistema, entre los que se incluyen emprendedoras, cofundadores, organizaciones de apoyo al emprendimiento y a la mujer e inversionistas, entre otros.

Finalmente, debe resaltarse que este es un reporte que celebra la diversidad, no sólo en cuanto a cultura, geografía y sociedad, sino también en las diferentes orientaciones, expresiones, identidades y trans identidades de género. Al ser una organización presente en más de 40 mercados a nivel mundial, las diferencias enriquecen a la red de Endeavor y por ende, a las regiones y ecosistemas donde tiene presencia. Teniendo en cuenta lo anterior, este estudio de mujeres en tecnología considera las diferencias entre hombres, mujeres y personas no binarias, y reconoce como mujer a cualquier persona que se identifique como tal.

El siguiente apartado constituye el núcleo de la investigación. Indaga las características de las empresas creadas por mujeres en el sector tecnológico, así como las barreras a las que se enfrentan las emprendedoras, haciendo énfasis en el acceso al financiamiento. Entre otros aspectos, se aborda la importancia de estimular a las niñas y jóvenes a estudiar carreras STEM, así como las cualidades de las emprendedoras que han escalado

sus empresas en el sector y las de aquellas que tienen más probabilidades de obtener acceso a capital. Posteriormente, se presentan los casos de emprendedoras y organizaciones que están haciendo la diferencia en el

ecosistema. Por último, se plantean recomendaciones para los diferentes stakeholders a fin de crear un sector tecnológico más inclusivo.



2. HALLAZGOS



HALLAZGOS GENERALES

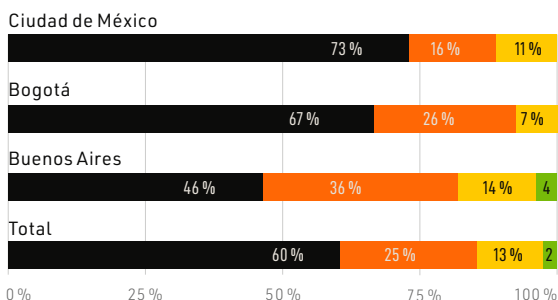
MAPEO DE EMPRESAS

Este estudio recolectó información sobre todas las empresas fundadas por las encuestadas, incluyendo aquellas fuera del sector. Las mujeres que se sumaron a esa investigación han creado a lo largo de su trayectoria emprendedora un total de 142 empresas, de las cuales 130 cuentan con oficinas en Ciudad de México, Bogotá y Buenos Aires.²⁵

En general, el 60% de las participantes ha fundado sólo una empresa. Un análisis por ciudad reveló que el mayor porcentaje de mujeres que ha creado dos o más empresas está en Buenos Aires, seguido de Bogotá y, por último, Ciudad de México.

EMPRESAS FUNDADAS

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 o más



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

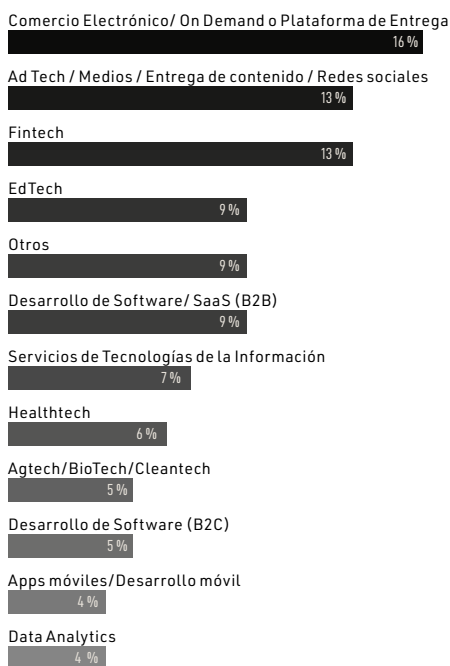
**N = 96 emprendedoras.

Otro hallazgo fue que el 52% del total de emprendedoras cuenta con al menos una empresa que se ha expandido hacia un mercado internacional. Con un porcentaje del 67%, Bogotá cuenta con la mayor proporción de mujeres que ha logrado escalar su mercado a otros países y superando a Buenos Aires por sólo tres puntos porcentuales (pp). Ciudad de México tiene el porcentaje más bajo (38%), con 29 pp por debajo de Bogotá y 14 pp por debajo del porcentaje general.

Las encuestadas han fundado 106 empresas en el sector tecnológico de las ciudades estudiadas. Al

realizar un análisis por subsectores, resaltan **Comercio Electrónico/Bajo Demanda o Plataformas de Entrega, AdTech/Media/Content** y **FinTech** como los de mayor participación de empresas.

DISTRIBUCIÓN POR SUBSECTORES DEL SECTOR TECNOLÓGICO



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**Otros (Videojuegos, Realidad aumentada y realidad virtual, Buscadores web, Machine learning, PropTech y TravelTech)

***N = 96 emprendedoras.

ANÁLISIS DEL EMPLEO GENERADO

En términos del impacto que están generando en las ciudades estudiadas, estas emprendedoras **crean más de 2 mil 295 puestos laborales**. Específicamente, 94% de estos empleos son creados en el sector tecnológico.

Entre estas empresas del sector tecnológico, 15% ha logrado un tamaño igual o superior a los 50 empleados, mientras que el total de las compañías pertenecientes a otros sectores no ha superado este umbral. También debe mencionarse que, en general, 68% de los puestos de trabajo que generan las emprendedoras

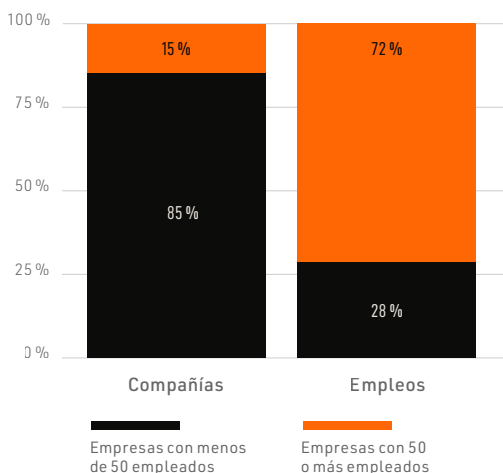
son creados en empresas que cuentan con 50 o más empleados; para el sector tecnológico, este porcentaje corresponde a 72%.

Endeavor, a través de su experiencia y tras haber estudiado a más de 50 comunidades de emprendimiento en el mundo, ha encontrado una correlación positiva entre el número de empleos creados y la productividad económica, identificando que las empresas que logran escalar a un tamaño igual o superior a 50 trabajadores tienden a continuar su crecimiento.

Con base en los resultados antes descritos, es clara la importancia de emprender en tecnología, puesto que es posible que las empresas tecnológicas tengan más posibilidades de escalar que aquellas de otras industrias.

De igual manera, se muestra la importancia de promover el emprendimiento de la mujer en el sector tecnológico, no sólo por el gran impacto en cuanto a la brecha de género en el ecosistema emprendedor en general, sino también por las consecuencias positivas a nivel de productividad económica.

ANÁLISIS DEL EMPLEO GENERADO



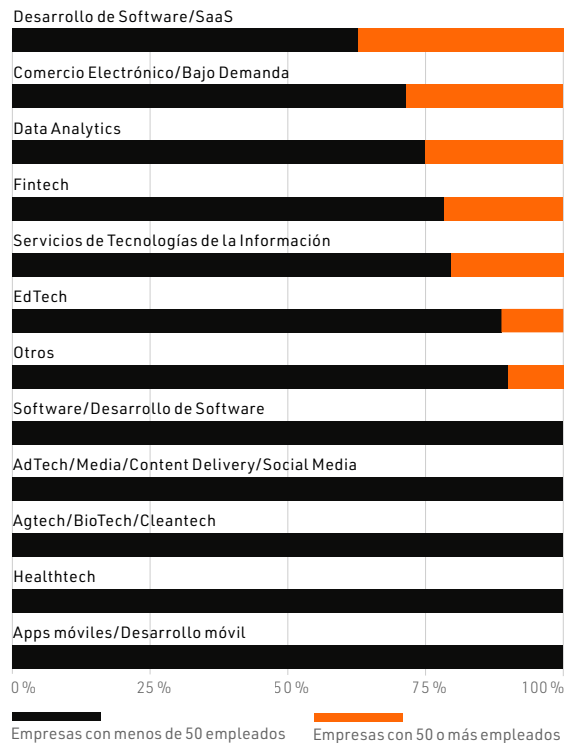
Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 92 empresas del sector tecnológico que se encuentran operando.

Resulta interesante identificar a qué subsectores tecnológicos pertenecen las empresas lideradas por mujeres que han alcanzado un tamaño de 50 o más empleados. Se observó que siete de los 13 subsectores analizados cuentan con compañías de esta escala; entre estos, los tres más destacados corresponden a Desarrollo de software/SaaS (para corporativos), Comercio Electrónico/Bajo Demanda o Plataformas de Entrega, y Data analytics, con una proporción de 38%, 29% y 25%, respectivamente.

ANÁLISIS DEL TAMAÑO DE LAS EMPRESAS POR SUBSECTOR



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 92 empresas del sector tecnológico que se encuentran operando.

ESTADO DE LAS EMPRESAS FUNDADAS POR MUJERES Y LA IMPORTANCIA DE LA COMPOSICIÓN DE LOS EQUIPOS FUNDADORES

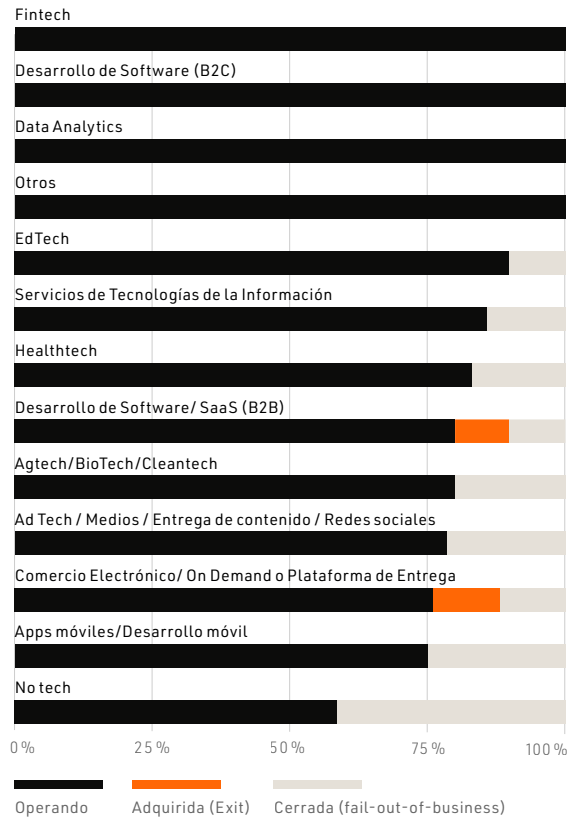
Al analizar el estado de las empresas de acuerdo al sector, se evidencia la ventaja de emprender en el sector tecnológico. Mientras que sólo 10% de los negocios de este sector ha cerrado, el porcentaje se incrementa a 40% para otras industrias.

Por subsector, se observa que la totalidad de las empresas de FinTech, Software/Desarrollo de software (para consumidores), y Data analytics continúan operando. Cabe resaltar que estos subsectores son, a la vez, los que cuentan con la mayor proporción de compañías creadas por un equipo mixto.

De manera opuesta, Apps móviles/Desarrollo móvil, AdTech/Media/Content, y AgTech/BioTech/CleanTech son los subsectores con mayor cantidad de empresas cerradas, con una proporción de 25%, 21% y 20%, respectivamente. Entre estos subsectores, Apps móviles/Desarrollo móvil y AdTech/Media/Content son el segundo y tercer sector con mayor proporción de empresas creadas de manera unipersonal, después de HealthTech.

En general, se encontró que aquellas compañías fundadas por un equipo mixto son las que tienen menor proporción de cierres y, a su vez, la mayor proporción de empresas operando.²⁶ Además, se observa que sólo se presentan exits en las organizaciones fundadas en equipo; estas pertenecen a los sectores de Desarrollo de software SaaS (para corporativos) y Comercio Electrónico/Bajo Demanda o Plataformas de Entrega.

ANÁLISIS DEL ESTADO DE LAS EMPRESAS POR SUBSECTOR



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

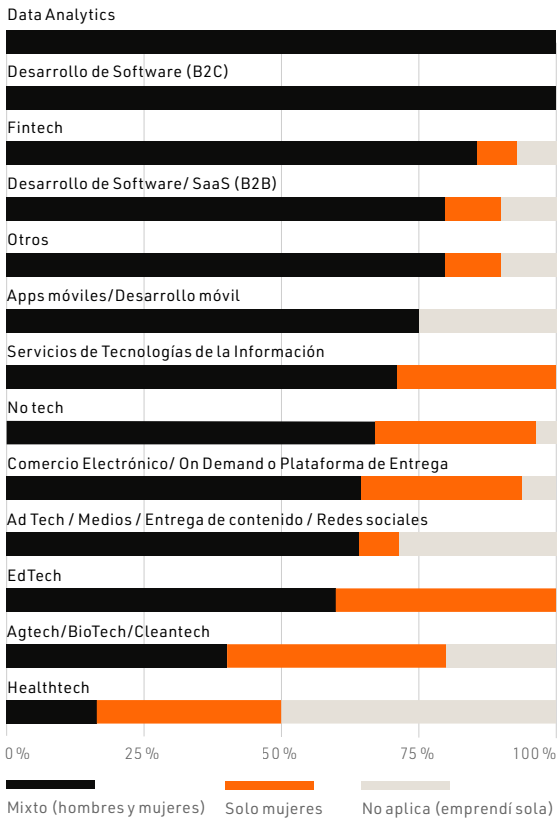
*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**Otros (Videojuegos, Realidad aumentada y realidad virtual, Buscadores web, Machine learning, PropTech y TravelTech)

***N= 130 empresas.



COMPOSICIÓN DE LOS EQUIPOS FUNDADORES POR SUBSECTOR



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**Otros (Videojuegos, Realidad aumentada y realidad virtual, Buscadores web, Machine learning, PropTech y TravelTech)

***N= 130 empresas.

Teniendo en cuenta los resultados anteriores, el estudio se suma a la larga lista de investigaciones que aportan evidencia a la importancia de emprender en equipo, y especialmente, con un equipo diverso.

Endeavor encontró que, en general, 70% de las empresas fundadas por las encuestadas fueron creadas en compañía de hombres, 18% con un equipo conformado sólo por mujeres y 12% de manera unipersonal. Cabe resaltar que en el 60% de las empresas fundadas en equipo, los cofundadores formaron parte del entorno laboral y profesional de las emprendedoras, mientras que en el 40% restante, surgieron del entorno personal.

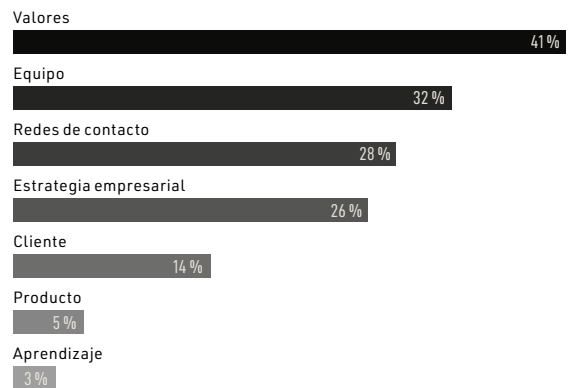
Resalta también que, entre las compañías que se encuentran operando y que fueron fundadas por un equipo mixto, 19% ha alcanzado un tamaño igual o superior a 50 empleados. Ninguna de las empresas fundadas por equipos conformados sólo por mujeres ha logrado ese tamaño. Y de las 11 fundadas de manera unipersonal, sólo una ha superado este umbral.

Las mujeres encuestadas señalaron al equipo como uno de los factores de crecimiento que más ha contribuido al crecimiento de sus empresas. Esto evidencia que emprender en equipo, específicamente con un equipo mixto, debe ser uno de los principales aspectos a considerar al iniciar una empresa.

Los fundadores con socias también expresaron a Endeavor el alto valor que aportan las mujeres y la diversidad a la perspectiva de un equipo. **Los equipos fundadores de un solo género, sean todos hombres o todas mujeres, se están perdiendo una gran parte del panorama.**

Pero no solo es importante encontrar un equipo, también lo es encontrar al correcto. Los datos evidencian que "no tener el equipo adecuado" es el segundo motivo por el cual las encuestadas han cerrado algunas de sus empresas, después de la falta de flujo y acceso a capital.

FACTORES QUE HAN CONTRIBUIDO AL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N =143 respuestas.

RAZONES PARA CERRAR LAS EMPRESAS



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**La opción "Otro" era una pregunta abierta.

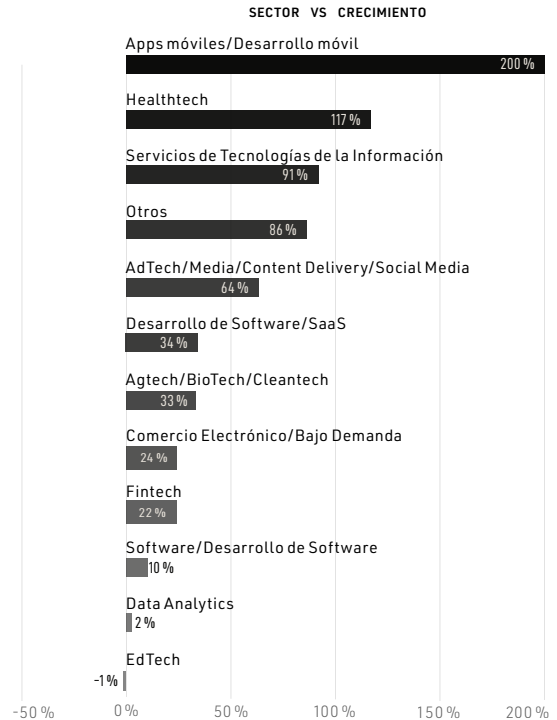
***N= 44 respuestas.

IMPACTO DE COVID-19 EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS

Endeavor también analizó el crecimiento de las empresas durante 2020, con el fin de identificar cómo se han visto afectados los diferentes subsectores del sector tecnológico por la coyuntura económica y social causada por la pandemia del COVID-19. Teniendo en cuenta que estudios recientes han evidenciado el gran impacto negativo de la crisis sanitaria sobre las mujeres y las emprendedoras, se esperaban resultados negativos de las encuestadas en cuanto al crecimiento de sus empresas.^{27,28}

Por lo contrario, se encontró que, a excepción de un subsector, todos presentaron un incremento en el número de empleados entre 2019 y 2020. Apps Móviles/Desarrollo móvil, HealthTech, y Servicios de tecnologías de la información, resaltan por ser los de mayor crecimiento.

VARIACIÓN DEL NÚMERO DE EMPLEADOS ENTRE 2019 Y 2020



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**Otros (Videojuegos, Realidad aumentada y realidad virtual, Buscadores web, Machine learning, PropTech y TravelTech)

*** N = 106 empresas.

HALLAZGOS RESPECTO A LAS EMPRENDEDORAS

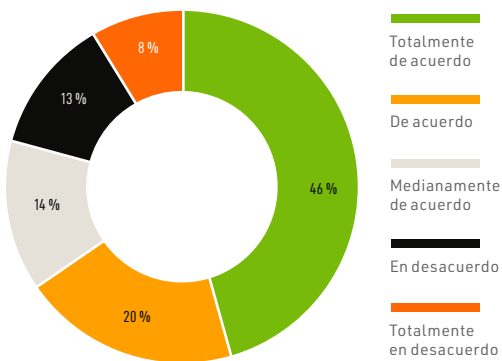
Como se ha mencionado anteriormente, al inicio de esta investigación Endeavor realizó un panel con emprendedoras exitosas del sector de tecnología para escuchar sus perspectivas sobre el ecosistema y su experiencia al participar en este ambiente tan masculino.

Los testimonios coincidieron en que existen estereotipos asociados a lo que "es o debe ser" una mujer no sólo en el hogar, sino también en lo laboral. **Estas ideas afectan de manera significativa la participación de las mujeres en el ecosistema emprendedor, y en especial en el sector tecnológico,** dado que existe el paradigma social de que la tecnología es un área para los hombres, lo cual se ve reflejado en la poca participación de mujeres en carreras de Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM por sus siglas en inglés); aspecto sobre el que se profundizará más adelante.

PERCEPCIONES DE LAS EMPRENDEDORAS Y DISCRIMINACIÓN EN EL ECOSISTEMA

Desde el punto de vista de las participantes en el panel y de las emprendedoras entrevistadas, en el ecosistema emprendedor aún se siguen cuestionando las capacidades de las mujeres para crear una empresa sólo por su género. La consecuencia de estos estereotipos y paradigmas sociales se ve reflejada en el hecho de que el 84% de las encuestadas concuerda en algún grado con la afirmación de que las emprendedoras enfrentan más dificultades que los hombres en el proceso de iniciar un negocio. Específicamente, 46% manifiesta estar totalmente de acuerdo con este enunciado.

PERCEPCIÓN SOBRE EL ECOSISTEMA: LAS MUJERES ENFRENTAN MÁS DIFICULTADES QUE LOS HOMBRES EN EL PROCESO DE EMPRENDER



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 96 emprendedoras.

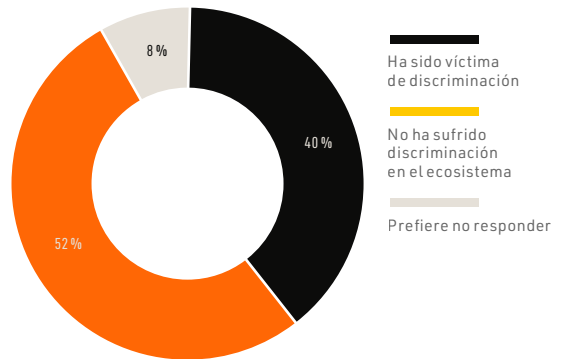
Si bien la mayoría de las emprendedoras manifestó nunca haber enfrentado una forma de discriminación en el ecosistema, sigue existiendo una tarea pendiente. **40% de manifestó haber sido víctima de algún tipo de discriminación dentro del ambiente de emprendimiento tecnológico, tratándose en el 97% de los casos, de discriminación de género.**

Es importante aclarar que es posible que, aunque la mayoría de emprendedoras no manifiesten haber sido víctimas de discriminación, eso no significa que

no hayan pasado por situaciones discriminatorias, sino que no han sufrido daños o lesiones temporales o permanentes a nivel físico, mental, emocional o financiero, derivado de estas acciones.²⁹

De igual manera, debe tenerse en cuenta que en muchas ocasiones los actos discriminatorios no son necesariamente percibidos por las mujeres. En las entrevistas realizadas, varias emprendedoras coincidieron en que la sociedad ha normalizado la discriminación de género y, por ende, los actos discriminatorios suelen pasar desapercibidos incluso por ellas.

DISCRIMINACIÓN EN EL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO TECNOLÓGICO



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

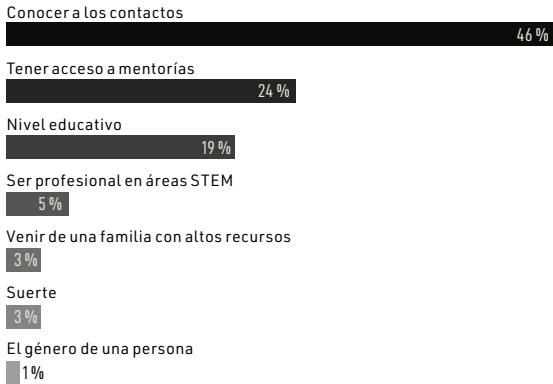
**Los datos corresponden a la respuesta dada a la pregunta:

¿Has sido víctima de algún tipo de discriminación dentro del ecosistema de emprendimiento tecnológico?

***N = 96 emprendedoras.

Por otra parte, al cuestionar sobre los factores determinantes para emprender en el sector tecnológico, se encontró que una adecuada red de contactos y acceso a mentorías fueron los aspectos más esenciales para el éxito. El género fue el factor que más veces se calificó como "no importante en lo absoluto".

ASPECTOS ESENCIALES PARA EMPRENDER CON ÉXITO EN EL SECTOR TECNOLÓGICO

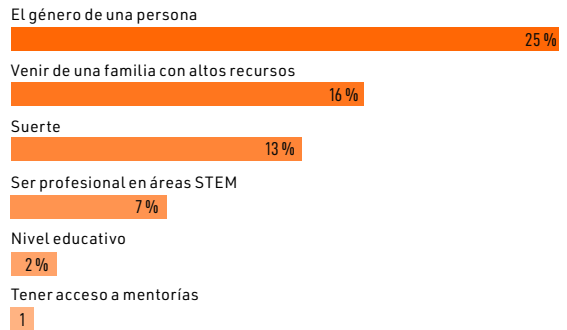


Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 101 respuestas.

ASPECTOS MÁS VECES SELECCIONADOS COMO «NO IMPORTANTES» PARA EMPRENDER CON ÉXITO EN EL SECTOR TECNOLÓGICO



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 125 respuestas.



IMPORTANCIA DE REDES DE CONTACTO

Contar con las redes de contacto adecuadas se encuentra estrechamente relacionado con el acceso a mentorías y a capital.³⁰ Este hecho es verídico para todas las industrias y emprendedores sin importar su género; sin embargo, cobra especial relevancia para las empresarias.

¿Por qué es más importante para las mujeres tener una red de contactos adecuada? Un reciente estudio de Endeavor Global muestra que las emprendedoras que tienen una fuerte red de contactos, así como círculos personales saludables, pueden tener ventajas en el crecimiento de su compañía, en comparación con aquellas que no cuentan con estas características.

El estudio de Endeavor Global también encontró que los emprendedores que han escalado sus compañías a un tamaño de 50 o más empleados tienen más posibilidades de contar con mentores que sean emprendedores exitosos. Según las entrevistas realizadas para la presente investigación, esta situación se replica en los ecosistemas estudiados y es aún más compleja si se enfoca sólo en la comunidad de mujeres en el emprendimiento tecnológico femenino, debido a la escasez de emprendedoras en el sector y a la falta de exposición de las existentes.

La industria tecnológica puede describirse como un “boy’s club” al cual es muy difícil acceder si no se tienen las relaciones interpersonales adecuadas. De hecho, algunas emprendedoras y organizaciones de apoyo revelan que existen “prácticas no escritas, pero presentes en el mundo de negocios que favorecen a los hombres, por ejemplo, cerrar negocios en un bar, durante partidos de fútbol o de golf”.³¹

Con base en lo anterior, facilitar el acceso de las emprendedoras a redes de apoyo, así como a mentorías es una labor de especial importancia para el ecosistema. En este punto, las organizaciones que brindan programas de apoyo al emprendimiento deben prestar especial importancia a aspectos como igualdad el número de hombres y mujeres entre sus participantes y la inclusión de temas respecto a la brecha de género.

Es de resaltar que, entre las encuestadas que han participado de al menos un programa de apoyo al emprendimiento, el grado de satisfacción respecto a los dos aspectos mencionados anteriormente es, en general, favorable. Sin embargo, 28% se encuentra insatisfecha o muy insatisfecha con la igualdad de género entre los participantes y 26% con la inclusión de temas de disparidad de género en estos programas.

POLÍTICAS DE GÉNERO APLICADAS POR LAS EMPRENDEDORAS

La falta de representación femenina también es una situación que se da en lo laboral. Como se ha mencionado anteriormente, la participación de las mujeres en la fuerza laboral es inferior a la de los hombres, razón por la cual aún son muy pocas las empresas que cuentan con igualdad de género en sus equipos de trabajo. Esto ha ocasionado que, en general, los espacios y las políticas de trabajo sean diseñadas “por y para hombres”, lo que trae consecuencias en el ambiente de trabajo y en el entorno social para las mujeres.

Paola Bortoluz, fundadora y CEO (Chief Executive Officer) de Her Safe Place, una empresa mexicana que certifica ambientes seguros para las mujeres y todas las personas como una herramienta para incrementar el potencial humano y de negocio de las organizaciones, indica:

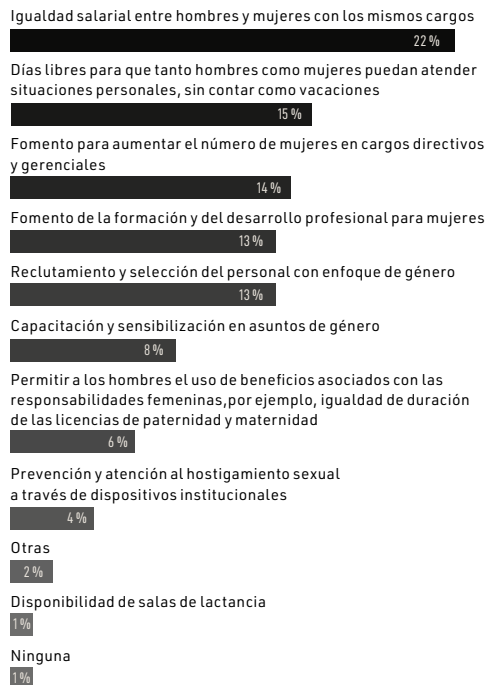
“Vivimos en espectros de vulnerabilidades pero todo está hecho bajo el supuesto de que nadie tiene vulnerabilidades. El género es un punto ciego para las empresas y para la sociedad en general”.



Paola Bortoluz
Fundadora y CEO
de Her Safe Place

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta interesante analizar si las mujeres encuestadas implementan políticas para fomentar la igualdad y la equidad de género dentro de sus compañías. Endeavor encontró que el 96% cuenta con al menos una política de género, siendo las más comunes: igualdad salarial entre hombres y mujeres con los mismos cargos; días libres para que ambos puedan atender situaciones personales, sin contar como vacaciones; y fomento para aumentar el número de mujeres en cargos directivos y gerenciales.

POLÍTICAS DE GÉNERO APLICADAS POR LAS EMPRENDEDORAS



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 336 respuestas.

Se debe resaltar que sólo 22% de las emprendedoras permiten a los hombres el uso de beneficios asociados con las responsabilidades de la mujer, como la igualdad de duración de las licencias de paternidad y maternidad. Lo anterior resulta contradictorio ya que la pronunciada diferencia entre estas licencias es uno de los ejemplos de las políticas empresariales que se han creado bajo estigmas sociales del papel de la mujer en la familia, en los que el cuidado de los hijos y, en general, del hogar, recae sobre las mujeres.

Andrés Gómez, quien junto con Maria Claudia Osorio Piedrahita y Edwin Pardo, fundó en 2016 Datawifi, que ofrece una solución de Inteligencia Artificial (IA) y marketing de proximidad de alta capacidad para autenticación, análisis y monetización en zonas Wi-Fi, resalta la necesidad de establecer la igualdad en estas licencias pues esto hace más fuertes los estigmas culturales alrededor del rol de la mujer:

“La falta de igualdad entre la licencia de paternidad y de maternidad es desventajoso para los padres y es un tema en el que se debe ir avanzando de a poco. Efectivamente hay un problema cultural porque muchos padres no quieren asumir las exigencias de los primeros meses de vida de un bebé, pero también es cierto que si no se reconocen los derechos, no va a ser posible avanzar más rápido... La igualdad en las licencias es una condición previa para romper otros paradigmas culturales y sin esa condición va a ser difícil que se entienda que la responsabilidad del padre y de la madre es igual. Siempre se entiende que la responsabilidad del hogar es de la madre, por eso les dan más permiso, y la responsabilidad del padre es traer dinero, por eso nos dan menos permiso”.

Andrés Gómez
Cofundador y CEO
en DataWifi



Adicionalmente, se encontró que la mitad de las empresas creadas por las encuestadas cuenta con una

proporción de mujeres superior al 50% entre el total de sus empleados, así como entre quienes ocupan cargos directivos. Sin embargo, 55% de las emprendedoras no realiza un reclutamiento y selección de personal con enfoque de género dentro de sus empresas, lo que se explica por dos razones:

1. La mayoría de las empresas del sector tecnológico fundadas por las mujeres encuestadas se encuentran en etapas de desarrollo iniciales. Por lo tanto, no tienen los recursos o la capacidad de redactar políticas formales pues existen otras prioridades.

Sólo el 38% de las compañías creadas por las encuestadas se encuentran en etapas avanzadas de desarrollo (“crecimiento y expansión” y “consolidación”). Esto, debido a que la participación de la mujer en el emprendimiento tecnológico es algo aún reciente y la mayoría de las empresas de la muestra han sido creadas en los últimos cinco años (56%).

Marina Ponzi, fundadora y CEO de LadiesBrunch, una plataforma y comunidad de networking y capacitación para emprendedoras en Latinoamérica fundada en 2009, coincide con esta percepción, pero hace una aclaración:

“En emprendimientos pequeños no se definen políticas de género porque las emprendedoras tienen otras prioridades. Si prefieren contratar a otras mujeres, pero no redactan políticas formales... lo hacen de manera informal”.



Marina Ponzi
Fundadora y CEO
de LadiesBrunch

2. Las opiniones de las emprendedoras acerca de la implementación de este tipo de medidas se encuentran divididas, según las entrevistas realizadas. Muchas consideran que la mejor

práctica de reclutamiento es contratar a la persona más calificada, independientemente de su género.

Cabe resaltar que, el talento para áreas relacionadas con tecnología es muy escaso y más aún, si se habla de mujeres que estén capacitadas para llevar a cabo estos cargos laborales.

Sin embargo, existe una posición opuesta a esta idea. Algunos stakeholders plantean que, dado que es un hecho que generalmente se obtienen más solicitudes de empleos por parte de hombres, para garantizar igualdad de oportunidades se debe reclutar personal con un enfoque de género.

Es importante resaltar que entre las medidas implementadas, la más común y a su vez controversial resulta ser la de “cupos” o “cuotas” para garantizar un mínimo de puestos laborales ocupados por mujeres. En la sección de recomendaciones, se amplía la información acerca de esta medida.

BARRERAS EN EL EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR TECNOLÓGICO

Endeavor indagó acerca de los obstáculos a los que se enfrentan las emprendedoras en el sector tecnológico, así como su grado de severidad, clasificándolos en los siguientes niveles: menor, moderado, mayor y severo. Al analizar los resultados, se identificó que los cinco obstáculos mayores o severos corresponden a:

1. Acceso a financiamiento a través de inversión en capital (acciones).
2. Equilibrio entre la vida personal y laboral.
3. Acceso a financiamiento a través de deuda.
4. Falta de redes de contactos relevantes del ecosistema emprendedor,
5. Falta de conocimiento financiero.

OBSTÁCULOS EN EL EMPRENDIMIENTO DEL SECTOR TECNOLÓGICO CALIFICADOS COMO MAYORES Y SEVEROS



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 336 respuestas.

Es importante resaltar que aunque los estereotipos dentro del ecosistema de emprendimiento tecnológico no se encuentran dentro de los obstáculos mayores o severos, el 25% de las encuestadas sí los ubicó entre estos niveles, y el 40% lo considera un obstáculo moderado.

Por otro lado, el equilibrio entre la vida personal y la laboral resulta una de las barreras más importantes en el emprendimiento pues crear una empresa es una labor que requiere mucho tiempo y dedicación, lo que muchas veces se traduce en niveles de estrés que afectan la vida personal. Endeavor, en su estudio sobre la salud mental de los emprendedores (2020), encontró que “más de tres cuartas partes de los emprendedores estudiados admitieron trabajar más de 50 horas a la semana, y entre ellos, el 24% admitió trabajar 70 horas o más”.³²

Esto no es diferente para las mujeres en el sector tecnológico que hicieron parte de este estudio: 90% considera lograr este equilibrio como un obstáculo en su camino emprendedor, y de ellas, 42% lo califica como un obstáculo mayor o severo. Cabe aclarar que tener hijos no se encuentra directamente relacionado con ver este aspecto como un obstáculo; de hecho, entre quienes hicieron esta selección en algún nivel, el 65% no tiene hijos, y entre aquellas que lo destacaron como un obstáculo moderado, 53% no es madre.

Resulta interesante además que la falta de conocimiento en finanzas sea una de las barreras enfrentadas por las emprendedoras. Esto se explica por la importancia de esta área en la dirección de una empresa, independientemente del sector al que pertenezca, pues del buen manejo financiero depende en gran medida su crecimiento. Adicionalmente, la información recolectada en entrevistas con inversionistas, organizaciones de apoyo y emprendedoras indica que este factor se encuentra estrechamente relacionado con el síndrome del impostor, un obstáculo psicológico muy común en el ecosistema emprendedor del cual se habla más adelante en este documento.

Finalmente, los resultados confirman que el acceso al capital, tanto en inversión como en deuda, es un factor determinante para las emprendedoras. Esto se refuerza con que la falta de flujo y acceso a capital es uno de los motivos más comunes por los que las encuestadas han cerrado algunas de sus empresas.

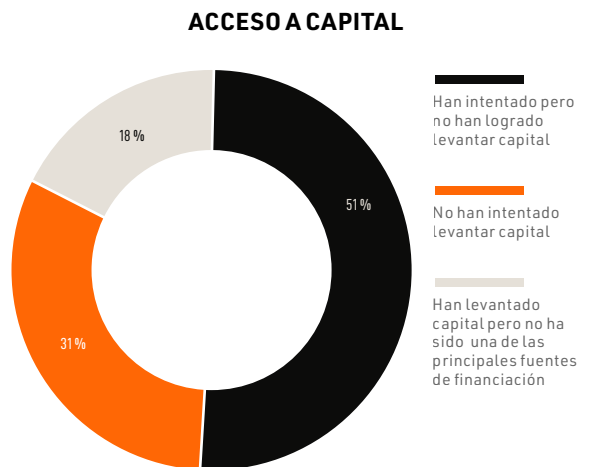
ANÁLISIS DEL ACCESO A CAPITAL.

Entre el total de empresas tecnológicas identificadas en las ciudades objetivo que fueron fundadas sólo por hombres, el 53% ha obtenido acceso a capital, mientras que para las empresas fundadas por una mujer o por equipos con al menos una mujer entre sus fundadores, esta proporción se reduce al 43%.

Al analizar el acceso a financiamiento por parte de las emprendedoras encuestadas, se encontró que 56% han levantado capital, recibiendo aproximadamente

150 millones de dólares en total. Las principales fuentes de financiación que usan las mujeres emprendedoras de los sectores tecnológicos de Bogotá, Buenos Aires y Ciudad de México son los recursos propios, la inversión ángel y los clientes.

Adicionalmente, se encontró que entre quienes seleccionaron clientes, amigos y familia, recursos propios, o banca tradicional, como su principal fuente de financiación (53% de la muestra), el 82% nunca ha levantado capital, y el 51% lo han intentado pero sin éxito. **Hay que aclarar que cuando se preguntaron las razones por las cuales no han podido levantar capital, ninguna respuesta estuvo enfocada en temas de género.**



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 51 emprendedoras cuya principal fuente de financiación corresponde a clientes, amigos y familia, recursos propios o banca tradicional.

Por último, entre quienes manifiestan como principal fuente de financiación los inversionistas ángeles, capital semilla, capital emprendedor, incubadoras o aceleradoras, el 42% ha recibido inversión por parte de al menos una mujer. De igual manera, debe mencionarse que entre aquellas que han escalado alguna de sus empresas a un tamaño superior a 50 empleados, el 69% ha levantado capital, mostrando así la importancia del acceso a capital como un vehículo de desarrollo y crecimiento de cualquier empresa.

CARACTERÍSTICAS DE QUIENES HAN ESCALADO AL MENOS UNA EMPRESA EN EL SECTOR TECNOLÓGICO

Partiendo de un análisis de 1.262 emprendedores del sector, aquellos de quienes fue posible obtener información respecto a su experiencia profesional, se encontró que, en general, la mediana de la edad a la que se fundó el primer emprendimiento corresponde a 27 años para las mujeres y 26 años para los hombres. Otro hallazgo fue que, mientras que la mediana de emprendimientos fundados es de dos para los hombres, para las mujeres es de uno.

Resulta interesante que no se encontraron diferencias en la mediana de años de experiencia laboral, siendo 14 años para ambos géneros. De igual manera, la mediana de empleos previos a emprender es de siete, tanto para hombres como para mujeres.

Teniendo en cuenta que, como se ha mencionado en apartados anteriores, las empresas que logran alcanzar un tamaño igual o superior a 50 empleados son aquellas que tienden a continuar creciendo, se analizaron las características de aquellos emprendedores que han logrado esta escala en alguna de las empresas creadas en el sector tecnológico.

Se observa que pese a la falta de representación de la mujer en el ecosistema, la proporción de emprendedoras que ha escalado al menos una de sus empresas difiere de la de los hombres sólo por un punto porcentual. Sin embargo, la brecha respecto al acceso a financiamiento es de siete puntos porcentuales. Esto se traduce en que, entre las mujeres que han logrado escalar al menos una empresa, el 68% ha podido levantar capital, mientras que este porcentaje equivale al 75% para los hombres.

Lo anterior es un indicio de que **es posible que las emprendedoras tengan las mismas posibilidades que los hombres de hacer crecer sus empresas en este sector. Sin embargo, la brecha en el acceso a financiamiento y la información recolectada sobre la percepción de las emprendedoras respecto al**

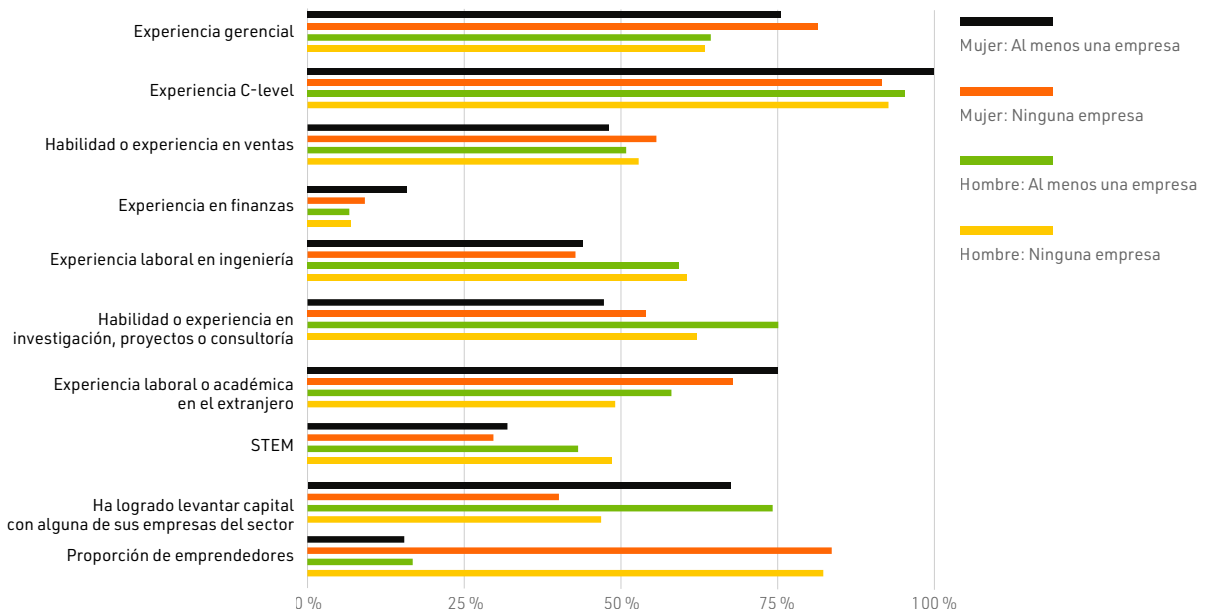
ecosistema, indican que posiblemente el proceso para llegar a este resultado es más difícil para este género.

Resulta interesante además que las proporciones de mujeres y hombres que cuentan con experiencia en cargos de nivel C y experiencia académica o profesional en el extranjero es superior en ambos géneros para quienes han escalado empresas. Para los hombres con al menos una empresa con 50 o más empleados, la proporción de habilidades o experiencia en consultoría resulta superior a los demás grupos de emprendedores, mientras que para las mujeres, resalta la proporción de aquellas con experiencia en finanzas y en cargos gerenciales.

Estos resultados son indicios de que a pesar de que aún existen condiciones que generan que la participación de la mujer en el ecosistema de emprendimiento tecnológico sea muy baja, no es necesariamente una industria hostil para ellas. De igual manera, la experiencia laboral, en especial en cargos nivel C, gerenciales, en finanzas, y la experiencia laboral o profesional en el extranjero, podrían ser características que contribuyan a cerrar la brecha de género en este sector al ser comunes entre quienes han logrado que al menos una de sus empresas alcance un tamaño igual o superior a 50 empleados.

La importancia de la experiencia directiva **hace aún más urgente la necesidad de generar un ecosistema que permita alcanzar la paridad de género entre los trabajadores y el crecimiento de la mujer al interior de las empresas. De esta manera, habrá cada vez más mujeres en altos cargos, lo que a su vez, puede influir de manera positiva en el emprendimiento.**

COMPARACIÓN DEL PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES QUE HAN ESCALADO ALGUNA EMPRESA EN EL SECTOR VERSUS AQUELLOS QUE NO LO HAN LOGRADO



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 1262 emprendedores.

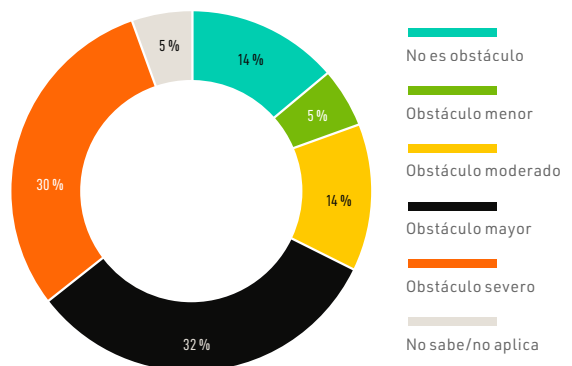
IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN EN CAMPOS STEM

Es un hecho que en los últimos años se ha generado un cambio en la sociedad que ha aumentado la educación de la mujer y su participación en la fuerza laboral, pero aún no es suficiente. Muestra de ello es la baja representación de mujeres en campos STEM, lo cual está ligado a los estereotipos culturales sobre las carreras que deben o no estudiar las mujeres.³³ Esto es un hecho muy preocupante sobre todo en un mundo que cada día depende más de la tecnología y que especialmente en el último año dio un giro trascendental a los medios digitales en casi todos los aspectos de la vida.

Para dimensionar la magnitud de este problema, se realizó un análisis a los perfiles de 160 mujeres emprendedoras en el sector y se encontró que tan sólo el 27% tiene un perfil STEM, mientras que para los hombres este porcentaje equivale a 53% (1,105 emprendedores). Además, se consultó a las encuestadas sobre su percepción acerca de la dificultad de encontrar mujeres para ocupar cargos de expertos en tecnología. El **81% de las emprendedoras consideró**

que encontrar talento femenino con conocimientos en tecnología es un obstáculo y, entre ellas, el 62% lo catalogó como un obstáculo mayor o severo. Esto se refleja en que la mitad de las compañías creadas por las encuestadas cuenta con un porcentaje de mujeres en el área tecnológica inferior al 25%.

GRADO DE SEVERIDAD EN EL QUE ENCONTRAR MUJERES EXPERTAS EN TECNOLOGÍA ES UN OBSTÁCULO



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

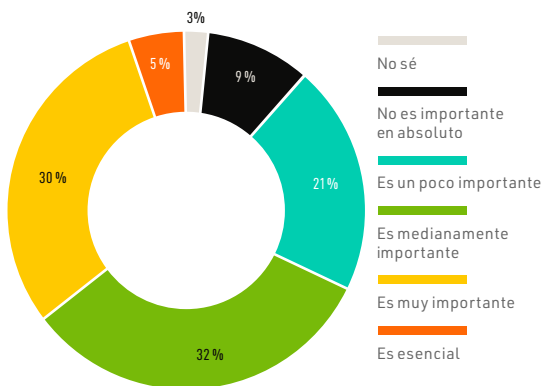
*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 96 emprendedoras.

El ecosistema emprendedor se está enfrentando a la realidad de que las áreas de tecnología dentro de las empresas son mayormente representadas por hombres e incrementar la participación femenina dentro de éstas es una tarea realmente compleja. **La escasez de talento es uno de los mayores retos en el ecosistema de emprendimiento en el sector de tecnología y al sumar el tema de género, esta barrera se hace aún más pronunciada.**

Otro de los factores que refleja la magnitud y la importancia de la participación de las mujeres en áreas STEM es la poca representación de las mujeres que emprenden usando tecnología. Es importante resaltar que, entre las emprendedoras encuestadas, 30% manifestó que ser profesional en campos STEM es un aspecto muy importante para que un emprendedor pueda tener éxito en el sector de tecnología; sin embargo sólo 5% lo consideran algo esencial.

IMPORTANCIA DE CONTAR CON UNA PROFESIÓN STEM PARA EMPRENDER CON ÉXITO EN EL SECTOR TECNOLÓGICO.



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 96 emprendedoras.

Noemí Valencia, cofundadora de Knotion, una empresa mexicana fundada en 2015 que pertenece al sector EdTech y que crea ecosistemas de aprendizaje integrados que fusionan conocimiento y concientización, es ejemplo del por qué para emprender en tecnología no es determinante una preparación STEM.

“Cuando empezamos nuestro emprendimiento, sentía que no era experta en tecnología; entré en un entorno lleno de desarrolladores y genios tech, así que aprendí mucho. Posteriormente, me di cuenta que muchas veces, cuando eres un experto tecnológico tu foco va dirigido a resolver temas muy específicos y mi preparación (Non-Stem) me daba una visión más amplia, más macro, que también era un punto crucial para la empresa...Mi trabajo es velar porque el desarrollo tecnológico sea congruente con nuestra visión, yo inspiro al equipo tecnológico, les transmito cómo visualizo el resultado final y ellos lo llevan a cabo, ha funcionado muy bien así”.



Noemí Valencia

Directora de Aprendizaje e Inspiración y Cofundadora de Knotion

Aunque no es determinante contar con conocimientos STEM para emprender en tecnología, es innegable la necesidad de contar con este tipo de conocimientos dentro de la empresa; así, una vez más, **se resalta la importancia de emprender en equipo, pero aún más, de contar con un equipo multidisciplinario.**

Finalmente, se debe mencionar que dado que las aulas académicas en áreas STEM son entornos muy masculinos³⁴, es posible que aquellas mujeres que cuenten con este tipo de preparación se desenvuelvan mejor en el entorno del emprendimiento, en especial en el tecnológico, dado que éstos también son ambientes donde predominan los hombres.

Liliana Heredia, fundadora de Apptaizer, startup colombiana fundada en 2017 enfocada en mejorar la experiencia del usuario e impulsar las ventas en restaurantes y bares, mencionó que su experiencia le ha mostrado que las mujeres con carreras STEM, como ella, tienden a ser menos inseguras.

“He participado en dos procesos de aceleración enfocados a mujeres y lo que he notado es que aquellas Non-STEM tienden a ser más inseguras que quienes tienen profesiones STEM. Al estar acostumbradas a desarrollarse en áreas donde hay más mujeres, sienten más inseguridad al entrar en campos donde la mayoría son hombres”.

Liliana Heredia

COO y socia en *Apptazer*



Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación plantea la importancia de incentivar la participación de la mujer en carreras STEM, no porque estos conocimientos sean determinantes para emprender en tecnología, sino porque lo son para incrementar su presencia en la fuerza laboral. Y, especialmente, porque corresponden a uno de los factores que ayudarían a incrementar la seguridad y la confianza de las emprendedoras en sí mismas, lo cual, como se verá en la siguiente sección, es fundamental para alcanzar el éxito en los negocios.

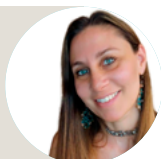
IMPACTO DE ASPECTOS PSICOLÓGICOS EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Como se ha mencionado antes, las mujeres se enfrentan a estereotipos que definen lo que es socialmente correcto para ellas. Estos modelos de lo que “deben ser y hacer” tienen un alcance cultural tan fuerte que incluso afecta su confianza en sí mismas, un factor que es fundamental en el desempeño de un/a emprendedor/a.

“En general, las mujeres tendemos a cuestionar constantemente nuestras habilidades... El entorno te puede limitar o potenciar, y en mi caso me potenció, pero sí conozco casos de mujeres a las que la familia no las ha dejado estudiar, por ejemplo, medicina, porque no tendrían tiempo para tener hijos”.

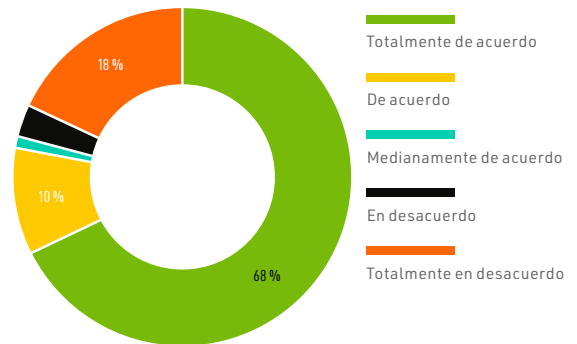
Sheila Harkatz

Fundadora de *Mujeres en Carrera*



Una muestra de esto es que, aunque el 80% de las encuestadas concuerda con la afirmación “Cuando se decide emprender, la confianza en sí mismo, la personalidad y la actitud son aspectos fundamentales para el éxito”, y específicamente, 68% manifiesta estar totalmente de acuerdo, sólo 39% está totalmente de acuerdo con la afirmación “Confío 100% en mis conocimientos y habilidades técnicas”.

CUANDO SE DECIDE EMPRENDER, LA CONFIANZA EN SÍ MISMO, LA PERSONALIDAD Y LA ACTITUD SON ASPECTOS FUNDAMENTALES PARA EL ÉXITO

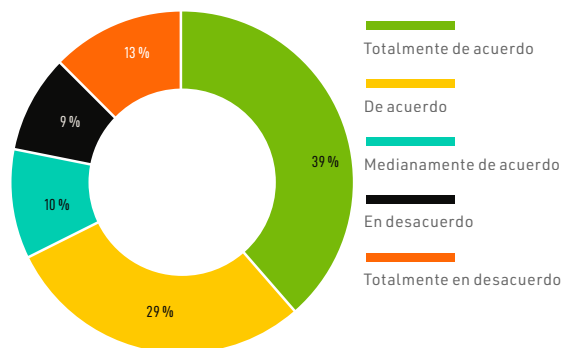


Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 96 emprendedoras.

CONFÍO 100% EN MIS CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES TÉCNICAS



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 96 emprendedoras.

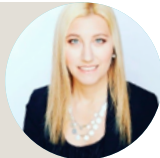
A través de la información recolectada en las entrevistas llevadas a cabo con emprendedores, organiza-

ciones de apoyo a la mujer e inversionistas, Endeavor identificó que esta inseguridad se ve avivada por tres factores que son muy comunes en el ecosistema de emprendimiento tecnológico:

- 1. A diferencia de los hombres, las mujeres se han enfrentado, en múltiples ocasiones, a situaciones en las que deben luchar por hacer oír sus opiniones, así como por mostrar su valor dentro de las empresas.** Esto hace que su participación en el ecosistema sea menor a la de los hombres y que para ser tomadas en serio, deban estar muy seguras de lo que van a decir, ya que sus errores son aún más penalizados que los de los hombres.

“Sí hay un sesgo muy fuerte en cómo se percibe una mujer liderando un proyecto... He tenido varias ocasiones en las que he tenido que demostrar mucho antes de captar la atención de la persona que tengo en frente. Trato de vivir las experiencias como desafíos para que no sean obstáculos”.

Agustina Fainguersch
Cofundadora y CEO
en Wolox



- 2. El camino del emprendimiento es generalmente una vía llena de altibajos con múltiples presiones sociales, económicas y familiares que pueden generar inseguridad o miedo al fracaso.** Sin embargo, esta inseguridad o miedo al fracaso es aún más fuerte para las mujeres al saber que constantemente son subvaloradas, que el fracaso es para ellas aún más penalizado socialmente y que existen muy pocas emprendedoras en el ecosistema en quienes puedan apoyarse.

“Hay un tema cultural y educativo que hace que las mujeres tengamos más miedo al

fracaso y más dificultad para encontrar apoyo en la familia o en el ecosistema”.



Verónica Crisafulli
Cofundadora y Chief
Strategy Officer (CSO)
de MO Technologies

- 3. La falta de conocimiento sobre finanzas.** Aunque contar con habilidades y experiencia en esta área no genera de manera directa un efecto diferencial en la probabilidad de obtener financiamiento, es posible que se encuentre relacionado con factores psicológicos que, indirectamente, afectan el acceso al capital por parte de las emprendedoras. Una muestra de lo anterior es que, como ya se mencionó, la falta de conocimiento en este campo es uno de los obstáculos más fuertes para las emprendedoras. Y dada la importancia de esta área para las organizaciones, es posible que este factor haga que las mujeres se sientan inseguras de sí mismas y de sus capacidades para llevar las riendas de una empresa y hacerla crecer.

Lo anterior trae como consecuencia que las emprendedoras suelen preocuparse demasiado por no crear expectativas en torno a los logros de su empresa, pues no están seguras de poderlas cumplir. Es decir, muchas experimentan el sentimiento de que no son lo suficientemente buenas o capaces de crear expectativas altas y cumplirlas. Esto se conoce como el síndrome del impostor.

¿Cómo afecta esto el acceso a financiamiento?

Muchas emprendedoras no buscan inversión sino hasta que están muy seguras de que pueden generar expectativas altas, lo que se traduce en un lento crecimiento que pone en riesgo la sostenibilidad de la empresa. Para quienes sí buscan inversión, la seguridad y la confianza en sí mismas afectan de manera significativa cómo presentan su empresa; el

miedo a prometer cosas a futuro (porque no es seguro que puedan cumplirse) hace que las expectativas que generan ante los inversores no sean lo suficientemente altas como para conseguir una inversión. Esto cobra relevancia porque, en realidad, lo que se vende en una ronda de inversión es la visión futura de la empresa.

Con base en lo previamente expuesto se puede inferir que las *barreras autoimpuestas* son uno de los principales impedimentos para obtener recursos, incluso en las ocasiones en las que se presentan sesgos por parte de los inversionistas. Para enfrentar con éxito estas situaciones, la seguridad en sí mismas y la claridad en el potencial de sus emprendimientos son factores clave (esto se profundizará en la sección de recomendaciones de este documento).

Andrea Sierra, cofundadora de De pelos, e-commerce colombiano fundado en 2013 especializado en productos y servicios para mascotas, concuerda con que es posible que las mujeres tengan una actitud menos temeraria en las rondas de inversión en comparación a los hombres. Y resalta la importancia de hacer un buen pitch para contrarrestar los sesgos que puedan existir entre los inversionistas:

“Es posible que psicológicamente las mujeres seamos más precavidas y medidas en los riesgos, lo que hace que, tal vez, frente a un inversionista no sonemos tan interesantes. También puede pasar que los inversionistas aborden la interacción con las mujeres de una forma diferente, pero esto

es un tema que tenemos tan impregnado que no lo notamos. En estos casos, es muy importante saber vender, saber hacer el pitch”.



Andrea Sierra
Cofundadora de *De pelos*

Por último, es importante mencionar que en las entrevistas realizadas a emprendedoras y organizaciones de apoyo **Endeavor encontró que contar con redes de apoyo es uno de los aspectos más relevantes para superar estas barreras autoimpuestas e incrementar la seguridad y la autoconfianza en las emprendedoras del sector tecnológico.** Esto se refleja por el hecho de que, entre las encuestadas, 81% concuerda en algún grado con que el acceso a una red de apoyo con mentorías, inversión ángel, espacios de networking y programas de apoyo al emprendedor, es clave para alcanzar el éxito.

A continuación se presentan las características de las emprendedoras que hicieron parte de este estudio. Posteriormente se dan a conocer algunos casos de éxito así como los perfiles de ciertas organizaciones que ayudan a las mujeres a superar los obstáculos que les impone la sociedad para ingresar al ecosistema tecnológico.

PERFIL DE LAS EMPRENDEDORAS

PROTO-EMPRENDEDORA DEL SECTOR TECNOLÓGICO

VIDA PERSONAL

43% ESTÁ CASADA

61% NO TIENE HIJOS.
(N=92, 4 ENCUESTADAS ELIGIERON LA OPCIÓN "PREFERO NO RESPONDER")

36 AÑOS ES LA EDAD PROMEDIO

49% VIENE DE UNA FAMILIA DE EMPRENDEDORES

80% CUENTA CON PADRES CUYO NIVEL EDUCATIVO ES IGUAL O SUPERIOR A UN PREGRADO O LICENCIATURA

FORMACIÓN

30% TIENE PREPARACIÓN ACADÉMICA DE PREGRADO O POSGRADO EN ÁREAS STEM

60% HA FUNDADO SÓLO UNA EMPRESA

78% HA ESTUDIADO O TRABAJADO EN EL EXTRANJERO.

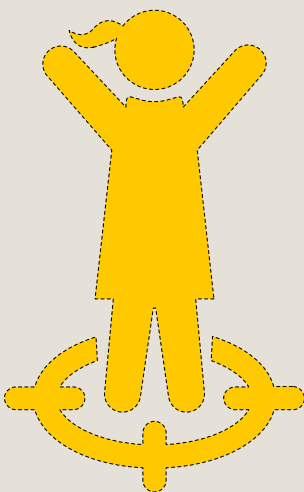
83% TIENE UN NIVEL DE INGLÉS AVANZADO O SUPERIOR

REDES

78% HA TENIDO ACCESO A MENTORÍAS

58% HA RECIBIDO MENTORÍAS POR PARTE DE UNA MUJER

54% HA PARTICIPADO EN PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO



3. CASOS DE ÉXITO



BOGOTÁ

EMPRESAS FUNDADAS POR MUJERES



Cofundadora y Chief Strategy Officer en **MO Technologies**
Verónica Crisafulli

Verónica siempre soñó con expandir el acceso a servicios financieros y dar la oportunidad de obtener pequeños préstamos a personas que carecen de un historial crediticio formal.

Después de trabajar como consultora estratégica por 10 años, ganando experiencia en telecomunicaciones y servicios financieros, incursionó en la innovación del espacio digital para cumplir su sueño de aumentar la inclusión financiera.

MO Technologies fue fundada en el 2016 por Veronica y Paolo Fianza, con el objetivo de usar la tecnología para ofrecer servicios financieros a las casi 3 mil millones de personas alrededor del mundo, sin acceso al crédito tradicional, que representan un 80% de latinoamericanos que no atiende la banca tradicional.

EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- Consultora estratégica durante más de 13 años para empresas como: Bain & Company / Delta Partners / Mastercard Advisors

Otros emprendimientos

- Co-fundadora de KEO World

Educación

- Licenciatura en Administración de Empresas (Università Commerciale Luigi Bocconi)
- Maestría en Gestión Internacional de la escuela de negocios ESADE en Barcelona y de la Copenhagen Business School.

MO ofrece un scoring crediticio, innovador y alternativo, que evalúa variables no tradicionales utilizando Inteligencia Artificial (AI) y Machine Learning (ML) para evaluar la solvencia de clientes bancarizados y no bancarizados sin acceso al crédito tradicional. La tecnología de scoring crediticio de MO se puede utilizar como scoring crediticio complementario a los modelos tradicionales para la toma de decisiones crediticias, o como calificación secundaria para la confirmación del crédito. Además de este modelo, ofrece una plataforma de gestión de crédito digital en una solución integral (end to end) que incluye: onboarding digital, módulo de Open Data, plataforma de gestión de préstamos para gestionar ofertas de crédito, desembolsos, cobros e informes, panel de inteligencia empresarial, etc.

Las tecnologías de MO se comercializan bajo un modelo de Software como Servicio y se dirigen a un mercado sin explotar, un "océano azul", que cubre todas las verticales de la industria financiera y FinTech, así como las no financieras como bienes de consumo rápido y masivo (CPG, por sus siglas en inglés), trabajadores temporales o contratistas independientes (o gig workers en inglés), tercerización de servicios (BPO, por sus siglas en inglés) y empresas de servicios. Actualmente están presentes en siete países con más de 30 partners y más de 100 mil créditos otorgados a nivel global a través de su tecnología.

MO Technologies



Veronica también cofundó KEO World, una innovadora FinTech de préstamos que se enfoca en promover la inclusión financiera, brindando a consumidores y pequeñas empresas, la posibilidad de acceder a créditos bajo con un proceso totalmente digital y con condiciones justas, independientemente de su historial crediticio (o falta de historial).

Actualmente, los resultados de MO derriban barreras financieras. Durante 2020, facilitó cerca de 65 mil créditos en Colombia, y unos 100 mil a nivel global. Para 2021 tiene previsto un crecimiento sustancial: en Colombia espera facilitar 240 mil créditos y 2.2 millones de préstamos en el mundo.³⁵

A través de MO, startup de carácter social, Verónica contribuye al ecosistema y empodera a pequeños empresarios. La empresa forma parte de los partners del programa de reactivación económica 'Despega Bogotá', de la Secretaría de Desarrollo y de la Alcaldía de Bogotá en alianza con Cívico, que tiene el objetivo de lograr la inclusión de cerca de 30 mil pequeños negocios de la capital.

Misión: Somos una fintech enfocada en soluciones de calificación crediticia y plataformas de gestión de crédito digital con el objetivo de potenciar la inclusión financiera.

Fundación: 2016

Empleados: 90 personas

Fundadores: Verónica Crisafulli y Paolo Fianza

Sector: Fintech

Mujeres en cargos directivos: 50%

Financiación total: \$5.5M

Último tipo de financiación: Series A

La trayectoria de Veronica ha estado ligada al mundo financiero, históricamente masculino; sin embargo, el ser minoría nunca ha sido una barrera para su éxito. En una entrevista hecha para Forbes, Verónica afirmó: *"Nunca me he sentido inferior, pero siempre he querido que la presencia femenina aumente... En nuestra área técnica, ocho de cada 10 candidatos son hombres; necesitamos quitar la idea de que este mundo es masculino, hay muchas mujeres que han propiciado cambios."*³⁶

Su consejo para las futuras emprendedoras es siempre tomar el primer paso. En sus palabras: *"el problema no es tanto la falta de presencia femenina, sino que las mujeres presentes sean tomadoras de decisiones. No debemos esperar a que los hombres tomen decidan todo"*.

Verónica fue nombrada por CIOlook en 2020 como una de las 10 empresarias más exitosas a seguir.³⁷



Cofundadora, COO y Miembro del Consejo en **Backstartup**
Adriana Villamizar

Adriana está absolutamente convencida de que el emprendimiento es la única forma de cambiar el mundo a escala, creando empresas orientadas a propósitos, bienestar social y mejores empleos. Ella es una emprendedora apasionada y mamá de dos hijos.

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“No creo que emprender sea un tema de género sino de habilidades, el único consejo para emprender es arriesgarse a intentarlo y dejar el alma en el día a día. Hablar con el mercado y validar siempre, no tener miedo a cambiar y pivotar cuantas veces sea necesario y nunca quedarse en la zona de confort. Seguir a otras mujeres y admirarlas no desde la barrera sino hablando con ellas pueden ser estrategias para hacerlo bien, pero lo único que diferencias a las personas que fueron exitosas de las que no es que algún día lo intentaron.”

EXPERIENCIA

Otros puestos:

- Partner / CEO en PQS de Colombia
- Inversor en Verifikar
- Controlador financiero en PQS de Colombia

Educación

- Licenciaturas en Economía e Historia del Arte (Universidad de los Andes)
- Maestría en Finanzas (Universidad de los Andes)

Backstartup



Misión: Reinventar la relación de las pequeñas empresas con su contabilidad y sus finanzas. En Backstartup simplificamos la contabilidad de las pequeñas empresas, creando el primer despacho contable 100% en línea de América Latina. Acompañamos el crecimiento de PyMES y Startups con lo mejor de un contador virtual y una plataforma, haciendo su contabilidad fácil, práctica y segura.

Fundación: 2014

Empleados: 53 personas

Fundadores: Adriana Villamizar, Cristian

Villamizar, Juana Barco, Diego Peñuela

Sector: Desarrollo de Software/SaaS (para corporativos)

Financiación total: \$2M

Último tipo de financiación: Seed



Co-fundadora y CEO en **Backstartup**
Juana Barco

De formación abogada y apasionada por el emprendimiento, ha dedicado los últimos 10 años de su carrera a desarrollar, asesorar y acompañar a startups en etapa temprana y scale ups. Ha fundado 3 compañías (una de ellas acelerada por 500 Startups, una de ellas siendo emprendimiento social) que actualmente se encuentran activas y es ángel inversionista de emprendimientos en Colombia.

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Independientemente de en qué emprendes, lo más importante es creer en tu proyecto y en ti mismo. Si no crees en ti mismo y en tus habilidades, nadie más va a apostar por ti.

Ser mujer no es un handicap, es una cualidad que nos da un punto de vista único. Es por esto que hay que explotarlo y buscar una voz propia y encontrar un estilo de liderazgo con el que te sientas cómoda.

Mantente en proceso constante de aprendizaje y fuerzate a ti misma a salir de tu zona de confort. Es la única forma de seguir adelante.

Si tienes la oportunidad, rodéate de otras mujeres a quienes admires de las que puedas aprender y con las que puedas rebotar ideas.”

EXPERIENCIA

Otros puestos:

- Abogada externa en PQS de Colombia.
- Vocera de Defendemos, Liga de Consumidores en Colombia.
- Abogada en el Despacho del Superintendente de Industria y Comercio.
- Inversora en Verifikar.

Otros emprendimientos:

- Conzoom
- Defendemos, Liga de Consumidores de Bogotá.

Educación

- Abogada de la Universidad de los Andes.



Cofundadora y COO en **UBITS**
Martha Helena Forero Sepúlveda

Marta siempre tuvo un “bichito por la educación” y ha sido amante de la innovación y de la tecnología. Su propósito actual es crear contenido educativo para transformar e inspirar a Latinoamérica.

Antes de UBITS fundó una universidad online de bajo costo para ayudar a los latinoamericanos a acceder a educación superior.

Al ser fundadora en tecnología, Marta notó muchos programas de apoyo enfocados en fundadoras de compañías tech, pero pocos programas para las mujeres que trabajaban para estas empresas. Con esto en mente, creó “Women” by UBITS. Esta iniciativa se enfoca en empoderar a las colaboradoras de UBITS con guías, mentorías y charlas de oradoras externas. Como resultado, 70% de los gerentes de UBITS son mujeres.

EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- Alumno de Y Combinator S2018
- Especialista en marketing de campo en Red Bull
- Ejecutivo de cuentas en Leo Burnett y Glue Colombia

Otros emprendimientos

- Universidad CLEA

Educación

- Licenciatura en Diseño Industrial (Pontificia Universidad Javeriana)
- MBA Maestría en Administración y Dirección de Empresas (Tecnológico de Monterrey)

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Las que tenemos que ayudar a hacer el cambio somos nosotras mismas. Traemos una herencia sexista. Hay un tema de desinformación hacia las mujeres, no se sabe que las CEOs de ciertas empresas son mujeres. Entre nosotras debemos darnos más visibilidad”.

“Ten confianza en tu conocimiento. No necesitas ser una founder en STEM ni tampoco tener una maestría del MIT para tener éxito en tecnología”.

“Debemos entender que las mujeres tenemos que prepararnos en los retos que se vienen como empresarias. No sólo con lo que ya aprendimos en la universidad. Hay que estarse formando constantemente para no quedarnos atrás”.

UBITS



Misión: UBITS es la revolución de la educación. Hemos transformado la manera cómo más de 100 mil profesionales en más de 100 empresas en Latinoamérica, se capacitan por medio de contenidos online.

A través de un modelo disruptivo, que tiene como enfoque al profesional, reducimos tiempos de entrenamiento, disminuimos costos, aumentamos cobertura y garantizamos la retención de conocimiento.

Fundación: 2013

Empleados: 109 personas

Fundadores: Julián Melo y Martha Helena Forero Sepúlveda

Sector: EdTech

Mujeres en cargos directivos: 70%

Financiación total: \$2.5M

Último tipo de financiación: Venture Road

ORGANIZACIONES DE APOYO

Dos organizaciones destacadas que apoyan a mujeres o emprendedoras en tecnología

Geek Girls LatAm



Misión: Inspirar, empoderar y conectar a niñas, jóvenes y mujeres latinoamericanas como agentes de cambio en el uso, apropiación y creación de ciencia y tecnología.

Fundación: 2016

Co-Fundadoras: *Joanna Prieto y Diana Salazar*

Geek Girls LatAm lleva más de 10 años de activismo para el cierre de brechas de género en áreas STEAM, de ciencia y tecnología, y hace 4 años fue constituida en Colombia como una organización sin ánimo de lucro (ONG) con operaciones en América Latina.

En 2017 crearon el manifiesto de la Mujer Latina en Ciencia y Tecnología, el cual es un llamado a la mesa a los actores del ecosistema para crear una visión compartida alrededor de la creación de políticas públicas y oportunidades de inclusión de más mujeres en áreas STEAM.

Trabajan con niñas, jóvenes y mujeres despertando su curiosidad y potenciando su creatividad de cara a la 4ta Revolución Industrial.

TIENEN TRES EJES DE ACCIÓN:

- Inspiración a través de visibilización de Mujeres Referentes (Role Models), Empoderamiento y Conexión.
- Empoderan fortaleciendo habilidades como liderazgo, autoestima, comunicación, resolución de conflictos, trabajo en equipo y otras, así como brindando acompañamiento para la apropiación y creación de tecnología.
- Conectan con un mundo de oportunidades y una industria en crecimiento.

Uno de sus objetivos es realizar programas enfocados en el mundo corporativo en temas de estrategias de diversidad, para mejorar sus políticas de reclutamiento, con el fin de atraer más mujeres al mercado laboral y aumentar las oportunidades para el talento femenino.

ESTAS SON ALGUNAS DE SUS INICIATIVAS:

APROPIA

Los ejercicios promueven el aprendizaje y fortalecimiento de competencias digitales desde un enfoque temático guiado para la prevención del ciberabuso, ciberacoso y la ciberdependencia. APROPIA, conecta a las niñas, jóvenes y mujeres con su propósito de vida, su talento y las oportunidades que ofrece el mundo digital de cara a la empleabilidad, el emprendimiento, la educación continua y su empoderamiento económico.

STEAM PROGRAM

Modelo de formación para la inspiración, empoderamiento y conexión de profesores y aprendices con un enfoque educativo en áreas de ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas, que impulsa el desarrollo de competencias y habilidades para la vida en niñas y adolescentes. Geek Girls LatAm ofrece diversas acciones para impulsar la curiosidad y talento de la Generación STEAM.

CÁTEDRA GEEK GIRLS LATAM LIDERAZGO Y EMPODERAMIENTO DIGITAL

Es un programa de entrenamiento que busca sensibilizar y formar a las mujeres jóvenes en las principales habilidades estratégicas para desarrollar su liderazgo diferenciado en la economía digital.

Wise Latin America



Misión: Buscamos fortalecer el ecosistema emprendedor y la innovación en mujeres de áreas STEM en América Latina. Creamos un ecosistema colaborativo que ofrece capacitación, mentorías y un concurso tanto en Argentina, Colombia, Ecuador y Perú.

Fundación: 2018

CONOCE MÁS SOBRE WISE:

El programa dirigido a favorecer el proceso de emprendimiento en mujeres STEM, tiene como objetivos:

- Promover la integración de las mujeres en áreas STEM en el ecosistema emprendedor.
- Despertar y detectar el espíritu emprendedor entre las mujeres de la comunidad universitaria.
- Crear y consolidar emprendimientos de alto impacto, con fuerte componente tecnológico.
- Propiciar acceso a financiación privada.
- Promover acciones emprendedoras al interior de las organizaciones, bajo la figura de la intrapreneur.
- Enriquecer el ecosistema emprendedor, generando diversidad, con la participación de más mujeres.

3.2. BUENOS AIRES

EMPRESAS FUNDADAS POR MUJERES

Cofundadora y CBDO en **Wolox**
Luciana Reznik



EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- CEO de Wolox (bajo su liderazgo como directora general la compañía tuvo un crecimiento anual de 100% por tres años consecutivos y se expandió a Chile, Colombia, México y Estados Unidos).
- Co-director de South American Business Forum

Educación

- Ingeniería de Software (Instituto Tecnológico de Buenos Aires)
- Maestría en la informática (Instituto Tecnológico de Buenos Aires)

Wolox



Misión: Ayudamos a las empresas a abrir camino en la era digital desarrollando una mentalidad emprendedora.

Fundación: 2012

Empleados: 300+ personas

Fundadores: *Agustina Fainguersch, Luciana Reznik, Santiago Samra, Guido Marucci Blas*

Sector: *Software Development*

Mujeres en cargos directivos: 42%

Financiación total: \$4.1 MM

Último tipo de financiación: *Seed, Serie A*

Cofundadora y CEO en **Wolox**
Agustina Fainguersch



EXPERIENCIA

Agustina cuenta con amplia experiencia en proyectos de alto impacto tecnológico.

Otros puestos:

- Miembro del Consejo en Kimple Education y Entrepreneurs' Organization
- Programa de Soluciones Globales en Singularity University
- Launchpad en los laboratorios de SU en NASA, Silicon Valley.

Otros emprendimientos

- Muzi

Educación

- Ingeniería de Software (Instituto Tecnológico de Buenos Aires)
- Maestría en la informática (Instituto Tecnológico de Buenos Aires)

Cuando era niña, Agustina comenzó a jugar mucho en la computadora, se metió en tecnología y aprendió a programar. Luciana, en la universidad, se dio cuenta que necesitaba encontrar algo más allá de lo que estaba aprendiendo en sus clases. Ambas, con la misma pasión por la resolución de problemas, y la visión de convertirse en un hub mundial de disrupción digital, fundaron Wolox en 2012.³⁸

Wolox es una empresa tecnológica especializada en proporcionar soluciones tecnológicas a empresas de todo tamaño que buscan innovar. Ofrece un proceso personalizado para cada cliente, utilizando dinámicas creativas y metodologías ágiles. Hoy en día, con ocho años en el mercado, Wolox opera en cinco países, incluyendo

Argentina, Chile, México, Colombia y Estados Unidos, tiene más de 300 empleados y 200 productos desarrollados.³⁹

La compañía tiene distintas iniciativas para retribuir a la comunidad. Por ejemplo, brinda capacitaciones en poblaciones vulnerables y contrata a nuevos talentos para que sean parte de la empresa.⁴⁰ Además las fundadoras son miembro de Voces Vitales, organización dedicada a empoderar mujeres.

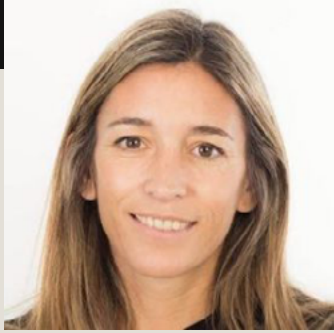
La compañía tiene distintas iniciativas para retribuir a la comunidad. Por ejemplo, brindan capacitaciones en poblaciones vulnerables y contratan a nuevos talentos para que sean parte de la empresa. Además, ambas son miembros de la Asociación Voces Vitales, organización dedicada a empoderar mujeres.

En entrevistas para Endeavor, Agustina ha destacado tres lecciones clave para las futuras emprendedoras que aprendió a lo largo de su carrera.⁴¹

1. Ser resiliente: *“Mi primer aprendizaje fue ser resiliente. Aprendí a no bajar los brazos porque la vida emprendedora siempre te tumba y uno tiene que aprender a volver a levantarse. Yo tenía el sueño de pisar Silicon Valley y de entender que podíamos ser una empresa global”.*
2. Tener equipo: *“Cada vez que algún emprendedor solitario se me acerca y me presenta una idea, le digo que lo primero que debe tener es un equipo”.*
3. Pensar en grande y disfrutar el camino: *“Debes tener capacidad de pensar en grande, pensar que puedes tener impacto en varios países y que puedes cambiar las reglas. Debes pensar en cuál es el mundo que quieres dejar. Yo lo pienso así. Soy un poco soñadora, pero lo creo en serio”.*

Luciana, al igual que Agustina, resalta la importancia de tener un buen equipo, así como la pasión por lograr un objetivo y, sobre todo, el disfrutar de la trayectoria emprendedora. “La gente con la que uno se rodea es lo más importante y disfrutar del camino es la única forma de vivir una vida plena e integrada. Cuando uno tiene una pasión, la une a un equipo de socios y amigos con los que comparte los mismos valores y tienen la misma garra y entrega, entonces los resultados que se pueden lograr son inmensos”.⁴²

En 2017 fue reconocida por el MIT entre los 35 innovadores menores de 35. Luciana, en 2018, fue seleccionada como una de las 30 promesas FORBES.



EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- Software Developer en Ford Motor Company

Otros emprendimientos

- Market-Plus
- BDF Software Factory

Educación

- Ingeniera de software (Universidad Tecnológica Nacional)
- Maestría en Administración y Gestión Empresarial (Universidad del CEMA)

Cofundadora y CEO en Zolvers

Cecilia Retegui

Cecilia ha sido emprendedora toda su vida, heredó esta pasión de su padre. Su primer proyecto fue organizar giras de hockey en Argentina para equipos extranjeros, y posteriormente, debido a su experiencia en ingeniería de sistemas, comenzó su propia empresa de software, a la cual se dedicó por 16 años antes de fundar a Zolvers.

Siendo mamá de dos hijos, notó que muchas madres buscan trabajadores domésticos confiables para cuidar a sus niños, personas mayores o para las tareas del hogar; sin embargo, sabía que muchos trabajadores del hogar no tienen acceso a un trabajo formal ni a una cuenta bancaria. La idea de solucionar estos problemas en la industria del trabajo doméstico la inspiró a fundar a Zolvers junto con sus cofundadores.

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Que no le tengan miedo al fracaso. Que se animen a emprender sabiendo que todo paso nos acerca al éxito. ¡El momento es hoy!”

Zolvers



Misión: Transformar la realidad de 17MM de trabajadoras domésticas en Latinoamérica, mejorando sus condiciones laborales e inclusión financiera.

Zolvers es una plataforma online para contratar empleadas domésticas y cuidadores de personas mayores.

Zolvers no sólo brinda mejores oportunidades laborales a millones de mujeres de la base de la pirámides sino que trabaja en su inclusión financiera a través de su bancarización y acceso a créditos a medida.

Fundación: 2014

Empleados: 20 personas

Fundadores: Cecilia Retegui, Vera Sanchez,

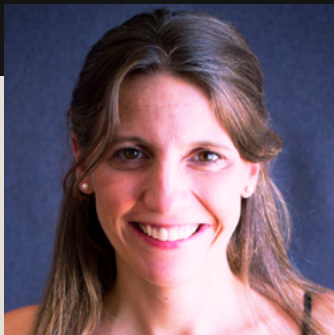
Fernando Cammarota, Mariana Sorribes

Sector: Desarrollo de Software/SaaS

(para corporativos)

Financiación total: \$2.1 MM

Último tipo de financiación: Inversión IDB



EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- Lider MET Community Argentina
- Mentor en Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Asistente de Dirección de Operaciones en British American Tobacco
- Analista de Ventas en Avon

Educación

- Licenciatura en ciencias políticas y gobierno (Universidad de Buenos Aires)
- Postgrado en relaciones internacionales (Universidad de Bologna en Buenos Aires)

Cofundadora y COO en Zolvers

Vera Sanchez

Politóloga, emprendedora, inquieta. Gran vocación por comunicar, transmitir, capacitar y el trabajo en equipo. Cree en la educación, innovación y tecnología como vías para el progreso y para combatir la desigualdad en todas sus formas. Parte del equipo fundador de Zolvers, “el Tinder de la limpieza”.

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Que se animen y que no emprendan solas. Que busquen con quien asociarse para compartir el camino que es muy largo y tiene altibajos, un buen socio o equipo es el secreto para continuar en los momentos difíciles. Y que busquen el propósito que las moviliza y apasiona porque ahí es donde nadie se cansa de intentar, aunque haya fracasos.”

Cofundadora y CEO en **Un Ensayo Para Mí**
Georgina Sposetti



Diagnosticada con Esclerosis Lateral Amiotrófica (ELA), Georgina se encontró en un posición difícil y en búsqueda de un ensayo clínico. En este proceso se dio cuenta que mucha gente desconocía o no tenía acceso fácil a ensayos médicos y esto le inspiró a crear Un Ensayo Para Mí.

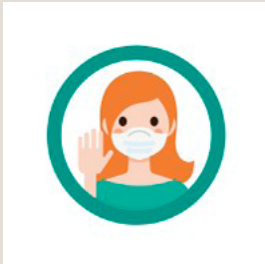
Emprender, proponer datos e incrementar información para pacientes ha sido conmovedor para Georgina por muchos años, está dedicada a la divulgación sobre la importancia de la investigación. También es oradora de TEDx y mamá de seis hijos.

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Debemos mostrarle a las mujeres que a pesar del acoso y los episodios machistas/sexistas, las mujeres pueden salir adelante, que no se echen para atrás”.

“También debemos mostrarles que se puede tener éxito profesional y hacer lo que una ama y a su vez ser madre (para las que lo desean). El mejor ejemplo para nuestros hijos es enseñarles que podemos hacer lo que nos apasiona a pesar del sacrificio que muchas veces eso significa”.

Un Ensayo Para Mí



Misión: Es el primer buscador de ensayos clínicos en español. El objetivo es poner en contacto pacientes que buscan una alternativa de tratamiento con los investigadores que están desarrollando nuevos medicamentos para sus patologías.

Fundación: 2017
Empleados: 8 personas
Fundadora: **Georgina Sposetti**
Sector: **Healthtech**
Financiación total: \$100K USD
Último tipo de financiación: **Angel**

EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- President en Fundación DiMe

Otros emprendimientos

- Co-Fundadora del Instituto de Investigaciones Clínicas Mar de Plata

Educación

- Maestría Investigación Clínica (Universidad Abierta Interamericana)
- MD en Medicina (Universidad Nacional de La Plata)

ORGANIZACIONES DE APOYO

Chicas En Tecnología (CET)

chicas en tecnología

Misión: Somos una organización de la sociedad civil argentina sin fines de lucro que desde 2015 busca reducir la brecha de género en tecnología en la región. Motivamos, formamos y acompañamos a la próxima generación de mujeres líderes en tecnología. Sus programas han visto la participación de más de 7 mil chicas y jóvenes mujeres de más de cinco países de la región.

Trabajan en el nivel de secundaria, a partir de los 12 hasta los 17 ó 18, antes de ingresar a la universidad.

Fundación: 2015

Fundadoras: *Melina Masnatta, Carolina Hadad, Sofía Contreras y Mariana Varela*

INVESTIGACIÓN

Hacemos investigaciones propias y participamos de iniciativas internacionales con el objetivo de facilitar la toma de decisiones estratégicas y acciones de innovación que desarrollen el acceso a las áreas STEAM (ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas) basadas en datos e información.

TALLERES, CHARLAS Y EVENTOS

Temáticas como innovación, género, cultura abierta, futuro del trabajo y nuevos liderazgos.

WEBINAROCET

Espacio de formación online, gratuito, sincrónico e interactivo con referentes del ecosistema tecnológico.

RECURSOS

- Guías y actividades para familias y entornos educativos.
- Campañas y visibilización a mujeres (como podcast “chicas en tec”)
- HUB CET, portal de empleos, desayunos con empresas aliadas y red de referentes

Voces Vitales Argentina

CONOCE MÁS SOBRE VOCES VITALES



Misión: Identificar, capacitar y empoderar a mujeres líderes emergentes y establecidas en todo el mundo, apoyándolas para que puedan crear un mundo mejor. Promover el desarrollo de las mujeres como motor para el progreso económico, político y social de toda la comunidad. Crear oportunidades, cultura de cambio y acelerar el progreso.

Fundación: 2009

*La red global tiene presencia en 142 países, en Latinoamérica se encuentran en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá.

“Vital Voices Global Partnership” fue fundada por Hillary Rodham Clinton, Madeleine Albright, Melanne Verbeer, Theresa Loar, Donna McLarty, Alyse Nelson y Mary Daley Yerrick en 1997.

- El capítulo regional de Voces Vitales en Argentina, Bolivia, Chile, Uruguay y Paraguay fue fundado en 2009 por Lorena Piazze, Graciela Adán y María Gabriela Hoch. La directora ejecutiva es María Harismendy.

Trabajan sobre tres ejes principales: liderazgo personal, empoderamiento económico y en la generación de redes.

Ofrecen mentorío, herramientas prácticas y conexiones.

- Ayudan a mujeres con la transición al mundo laboral y creando redes de apoyo.
- Ofrecen herramientas de inclusión financiera, modelo de negocio, fuentes de financiamiento disponibles e identificación del tipo de financiamiento requerido.

Trabajan con un modelo de liderazgo que tiene cinco pilares. Buscan crear líderes que:

- Tengan un propósito diferente, con fortaleza.
- Construyan más allá de las líneas que dividen.
- Mantengan raíces fuertes en la comunidad (mujeres con empatía para identificar problemas en la comunidad).
- Cuenten con creatividad e ideas audaces para solucionar los problemas de la comunidad.
- Reinviertan en otras mujeres. Mujeres que en puestos de decisión generan espacio para que otras mujeres emerjan.

Enseñan a realizar un buen pitch.

Apoyan a las mujeres en su autoconocimiento:

- Trabajan mucho el síndrome del impostor → ayudan a generar expectativas y objetivos reales.

Mujeres en Carrera

CONOCE MÁS SOBRE MUJERES EN CARRERA



Misión: Mejorar la vida de las mujeres y niñas para que puedan tomar decisiones poderosas a través del conocimiento financiero, negocios y empleabilidad.

Fundación: 2019
Fundadora: Sheila Harkatz

ENTREVISTAS Y WEBINARS QUE QUEDAN EN LA PLATAFORMA EDUCATIVA QUE ES TOTALMENTE GRATUITA

Historias que inspiran y hacen reflexionar sobre otras mujeres que emprenden, o que se han encontrado con desafíos a la hora de manejar su dinero y cómo hacerlo crecer. / Mujeres en roles financieros.

MICRO MÓDULOS: FINANCIERA DE NEGOCIO (ACTITUD FINANCIERA)

Temas financieros como:

- Presupuesto
- Seguimiento de gastos
- Ahorro
- Inversión (Cómo invertir en propiedades, acciones, y bonos)
- Gestión de dinero
- Las últimas tendencias en modelos de negocio y metodologías para hacerlo crecer.

Otras organizaciones en Argentina que apoyan a mujeres a emprender o capacitarse en áreas STEM identificadas por Endeavor son: [Asociación de Emprendedores de Argentina](#) (ASEA), [Clubes de Chicas Programadoras](#), [El Club De Emprendedoras](#), [Ladies Brunch](#), [Lean In Argentina Network](#), [Media Chicas](#), [Mujer Emprendedora LAC](#), [Mujeres en Fintech](#), [ProMujer Argentina](#), [WISE Latin America Argentina](#), [WWCode Buenos Aires](#).

CIUDAD DE MÉXICO

EMPRESAS FUNDADAS POR MUJERES



Cofundadora y Directora de Personas en **Kavak**
Loreanne Garcia

EXPERIENCIA

Loreanne cuenta con una vasta experiencia profesional. Ha navegado por una gran variedad de entornos comerciales en más de 10 países (desde compañías Fortune 500 hasta nuevas empresas, incluyendo compañías del sector privado hasta organizaciones del sector social).

Puestos anteriores:

- Gerente de Planificación Estratégica Corporativa en Coca-Cola
- Director Comercial en Aprecia Financiera
- Asociado y Analista de Negocios en McKinsey & Company
- Consultor de desarrollo de negocio en Procter & Gamble Venezuela

Educación

- MBA Maestría en Administración de Empresas (Stanford University Graduate School of Business)
- Ingeniería de producción (Universidad Simón Bolívar)

Kavak



Misión: Ofrecer una experiencia excepcional de compra y venta de autos usados en México, con los mejores precios del mercado y sin salir de casa. *Make car ownership amazing.*

Fundación: 2016
Empleados: 1,500 personas
Fundadores: Carlos Julio Garcia Ottati, Roger Allan Laughlin Carvallo, Loreanne Helena Garcia Ottati
Sector: E-Commerce
Mujeres en cargos directivos: 70%
Último tipo de financiación: Series C

Loreanne quiso ser emprendedora desde que ingresó a la universidad. Siempre buscó acercarse a todo lo que estuviese relacionado con el emprendimiento. Primero, durante sus estudios universitarios se unió a una asociación de jóvenes empresarios; posteriormente, en McKinsey, fue voluntaria para ayudar a emprendedores; y por último, al momento de elegir el lugar para cursar su MBA, se decidió por Stanford, debido a su fuerte enfoque en el emprendimiento.

Lori tenía la certeza de que quería ser emprendedora y solo estaba esperando la idea y el equipo correcto. En 2016, cuando Carlos Garcia, su hermano, la buscó para comenzar Kavak, no dudó en aceptar.

Kavak, cofundado por los hermanos y Roger Laughlin es una plataforma tecnológica que permite conectar a los compradores y vendedores de coches usados. Este emprendimiento se enfoca en crear tecnología y algoritmos para que el cliente pueda completar eficientemente sus transacciones de una manera 100 % online.

Cuatro años después de su fundación Kavak se ha convertido en una empresa que crea más de mil 500 empleos directos y en el primer «unicornio» o startup tecnológico valorado en más de mil millones de dólares en México.

Respecto a la diversidad de género en el equipo fundador de su empresa, Lori aseguró: "no un estábamos buscando en ese momento diversidad de sexo sino diversidad de pensamiento y la pasión por querer llevar a cabo el proyecto". Sin duda, esa pasión ha sido la clave para alcanzar el éxito con el que cuenta Kavak hoy en día.

Lori resalta además la importancia de escoger el equipo adecuado para iniciar un emprendimiento: *"necesitas un buen equipo, uno uno que se complemente entre sí, donde se tengan confianza y donde se entienda qué aporta cada quien, qué tiempos maneja cada uno y cómo van a trabajar juntos"*. En su caso, mencionó que: *"Roger es una máquina de ejecución, Carlos tiene una visión impresionante combinada con una capacidad de operación increíble, y yo tengo una mentalidad más estratégica"*.

Sin embargo, no desalienta a las mujeres a emprender por su cuenta y aconseja lo siguiente: *"puede que emprender sola sea más lento, pero no pasa nada con eso, no es una competencia"*.

Lori trabaja para crear igualdad en el ecosistema e inspirar a futuras emprendedoras. Participa en mentorías y se esfuerza por empoderar a las trabajadoras Kavak.

Finalmente, destaca que uno de los puntos más importantes para incrementar el emprendimiento femenino en sector tecnológico, y en general en todas las industrias, es derribar los estereotipos alrededor del papel de la mujer en el hogar. Lori envía un mensaje muy claro para las mujeres: *"No tienen que elegir entre ser mamá y ser emprendedora. Es cuestión de decir: sí lo podemos hacer, organizarse, trabajar con un equipo increíble y echarle ganas"*.



Cofundadora y Directora Jurídica
y de Cumplimiento en **Play Business**
Amanda Sotto

Amanda tiene experiencia en consultoría para clientes nacionales y extranjeros, incluyendo fondos de capital privado, en relación con inversiones y desinversiones en compañías del portafolio dedicadas a diferentes sectores de la industria. Su pasión siempre fue el derecho y a pesar de que no estaba en sus planes ser emprendedora, al encontrar una gran oportunidad en el mercado utilizó su conocimiento jurídico para crear Play Business junto con sus cofundadores.

EXPERIENCIA

Otros puestos:

- Abogada Senior en Basila Abogados
- Presidente del Comité de Regulación y Miembro del Comité Fiscal

Educación

- Licenciado en Derecho, Derecho Financiero (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey)
- LL.M. en Derecho Financiero (Columbia Law School)

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Buscar mentorías de mujeres que se parezcan a ti. Pero no te limites a mentorías sólo de mujeres, porque tendrías una perspectiva sesgada y hay cosas que nunca escucharías”.

“Hoy por hoy somos diferentes a causa de las ideas preconcebidas de los roles que tiene que llenar la mujer. Las mujeres deben entender que su rol dentro de la familia no es el principal”.

Play Business



Misión: Somos la única plataforma de crowdfunding que ofrece múltiples y diferentes oportunidades de inversión a las que puedes acceder desde \$5 mil pesos.

Diversifica tus inversiones por retorno, nivel de riesgo, instrumento de inversión, empresa e industria para cumplir tus objetivos personales.

Fundación: 2014

Empleados: 41 personas

Fundadores: *Maria Fernanda de Velasco, Amanda Sotto, Joan Segura, Marc Oyamburu, Diego Quevedo*

Sector: *Fintech*

Mujeres en cargos directivos: 40%

Financiación total: \$2M USD

Último tipo de financiación: *Venture*



Cofundadora y Directora de Estructuración en **Play Business**
Maria Fernanda de Velasco

Fernanda pensaba su vida de una manera tradicional: universidad, trabajo y MBA. Sin embargo, cuando conoció a los cofundadores de Play Business y empezaron a hablar sobre temas de financiación, para ella fue clara la dificultad de acceso a financiamiento que existía para las empresas y la falta de acceso a inversiones de calidad para la mayoría de las personas. Por esta razón se sumó al equipo de Play Business.

Su experiencia en banca corporativa e inversión, adquisiciones, finanzas, e interés en impacto social aportaban mucho valor a la compañía, por lo que después de terminar su MBA se dedicó a manejar toda la parte de estructuración de rondas de inversión.

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Debemos dejar de pensar que todo tiene que ser perfecto y que tenemos que saber todo... Si ves en el mundo financiero (mujeres llevan hedge funds), muchas tienen mejores resultados que los hombres pero aún así siguen dudando”.

“Es posible emprender si tratas de cambiar el pensamiento tradicional, si piensas en maneras diferentes. Si la mujer sólo se enfoca en la familia no hay manera, hay que dividir las responsabilidades. No tiene que haber un rol definido de lo que hace el hombre y la mujer”.

“Habla más fuerte y haz que te escuchen. Es importante que escuchen tus ideas, opiniones y soluciones porque seguramente tienes mucho que aportar sólo no te sientes tan cómoda diciéndolo. Atrévete a hacerlo aunque te equivoques”.

EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- Legatum Fellow at MIT
- The MasterCard Foundation Fellow
- Asociada de banca corporativa e inversión en Bank of America Merrill Lynch
- Asociada y analista de banca global en HSBC

Educación

- Licenciatura de Finanzas (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey)
- MBA Maestría en Administración y Gestión de Empresas (Massachusetts Institute of Technology - Sloan School of Management)



Fundadora y CEO de **Runa HR**
Courtney McColgan

Siendo de California, McColgan siempre ha sido emprendedora, era la niña de la esquina con el puesto de limonada y se inspiraba por la innovación que veía mientras crecía. Su pasión por el desafío de abrir nuevos caminos y crear algo nuevo le llevó a Latinoamérica, donde fue parte del equipo de fundación de Cabify. Allí, vio potencial en el tamaño del mercado de la región y la presencia de problemas concretos y verdaderos, lo cual le inspiró a fundar Runa HR.

EXPERIENCIA

Puestos anteriores:

- CMO en Cabify
- Emprendedor en residencia en Morgenthaler
- Analista de inversiones en Draper Fisher Jurvetson
- Analista de banca de inversión en Morgan Stanley

Otros emprendimientos

- Plataforma de préstamos B2B en China
- Yellowsmith (joyería)

Educación

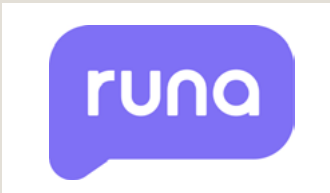
- MBA Maestría en Administración de Empresas (Stanford University Graduate School of Business)
- Ingeniera de producción (Universidad Simón Bolívar)

¿CUÁL ES SU RECOMENDACIÓN PARA OTRAS EMPRENDEDORAS?

“Si no puedes cambiar todo el mundo lo que puedes cambiar es tu propio ecosistema. Runa es mi manera de generar un cambio”.

“Haz lo que amas. Tenemos una vida en esta tierra. Haz que cuente”.

Runa HR



Misión: Un software de nómina y recursos humanos que ha sido diseñado para empresas pequeñas y medianas en Latinoamérica.

Fundación: **2017**

Empleados: **113 personas**

Fundadora: **Courtney McColgan**

Sector: **HR Tech**

Mujeres en cargos directivos: **50%**

Financiación total: **\$3.5M**

Último tipo de financiación: **Series B**

ORGANIZACIONES DE APOYO

C Minds



Misión: C Minds es un think tank liderado por mujeres que trabaja en la intersección de las nuevas tecnologías, la sociedad y el medio ambiente, con un fuerte enfoque en América Latina.

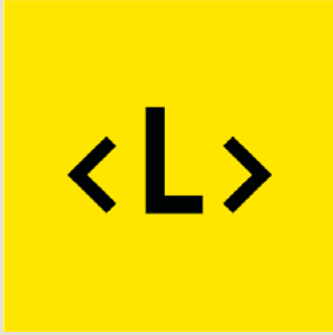
Fundación: **2009**

Fundadora: **Constanza Gomez**

CONOCE MÁS SOBRE C-MINDS

- Diseñan políticas digitales y marcos éticos, con un especial énfasis en sistemas de Inteligencia Artificial (IA)
- Buscan dar visibilidad y crear espacios de liderazgo para mujeres
- Llevan a cabo un programa de liderazgo de mujeres en el cual fortalecen soft skills como hablar en público, posicionamiento, negociar en mesas de solo hombres, como atender situaciones de riesgo como el acoso, entre otros.
- Realizan un despliegue de iniciativas que aprovechan la inteligencia artificial (IA) para avanzar en los objetivos de desarrollo sostenible (a través de proyectos sociales como la educación y cambio climático)
- Utilizan IA para crear resiliencia en países de Latinoamérica.

Laboratoria



Misión: Impulsan a mujeres a desarrollar sus habilidades para que puedan ser parte de la economía digital de la región, para construir una industria más diversa, inclusiva y competitiva.

Fundación: 2014

Fundadores: Mariana Costa, Rodolfo Prieto, Herman Marín

EL BOOTCAMP DE LABORATORIA

- Bootcamp para mujeres que quieren aprender y trabajar en tecnología para mejorar su futuro.
- Programa enfocado en empleabilidad, dirigido a mujeres mayores de edad, que deseen aprender a programar.
- Brinda herramientas para fomentar la autonomía femenina.
- Es un programa de alto impacto, debido a que se centra en desarrollar en corto tiempo habilidades técnicas y socioemocionales que respondan directamente a la demanda en el mercado laboral.
- Al finalizar el bootcamp, Laboratorio acompaña a sus egresadas en su colocación laboral con una red de empresas en México y Latinoamérica. Hasta la fecha, más del 80% de sus egresadas cuentan con un empleo en tecnología.

*También tienen presencia en Perú, Chile, Brasil y Colombia.

Mujeres Invirtiendo



Misión: Somos un grupo de mujeres profesionistas que están activamente invirtiendo capital en México a través de fondos de inversión (Private Equity, Venture Capital, Real Estate, etc) así como inversionistas ángeles.

Fundación: 2016

Fundadores: Anna Raptis, Begoña Ortiz, Christine Kenna, Daphne Salinas, Karina Odeja, Laura Vila, María Ariza, Pilar Zambrano, Sofía Garrido, Susana Espinosa de los Reyes y Tricia Treviño

OBJETIVOS

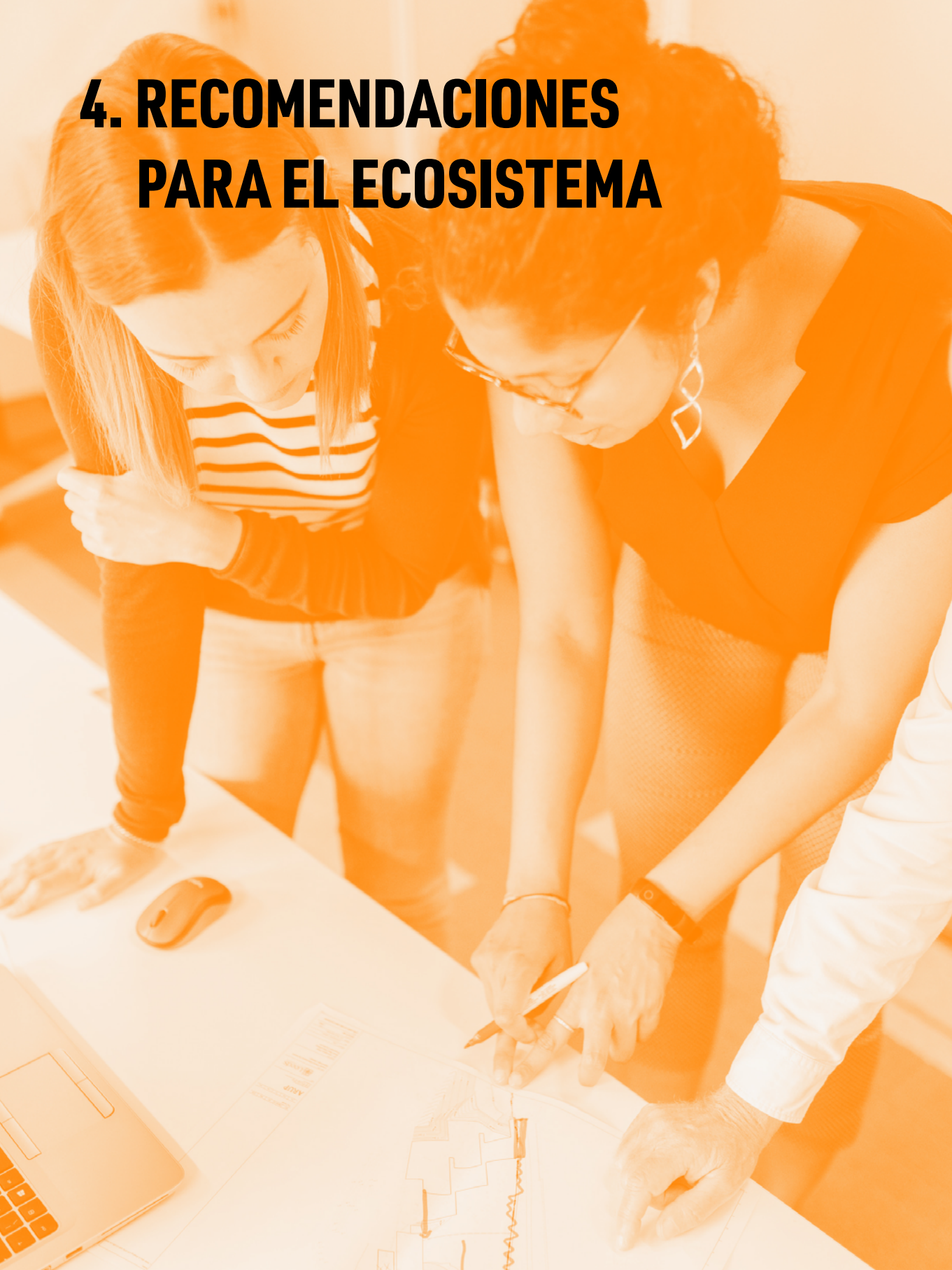
- Aumentar el número de mujeres que trabajan en el sector de la industria de Capital Privado en México
- Aumentar la participación de mujeres en los eventos de la industria.
- Aumentar la visibilidad de las mujeres inversionistas en Capital Privado en México

INICIATIVAS

- Realizan eventos para generar comunidad, entre los que se encuentran mentorías, coaching y talleres.
- Con el fin de aumentar el número de mujeres panelistas en los eventos de la industria, cuentan con una lista de mujeres interesadas en participar en paneles, incluyendo sus áreas de expertise.

Otras organizaciones en México que apoyan a mujeres a emprender o capacitarse en áreas STEM identificadas por Endeavor son: [CREA Comunidades de Emprendedoras Sociales](#), [Dalia Empower](#) (Dalia Academy), [El Garage HUB](#), [MET Community Mexico](#), [Mujer Emprende](#), [ProMujer Mexico](#), [Victoria 147](#), [Voces Vitales México](#), [Women in Technology \(Kalypso LP\)](#), [WWCode Mexico City](#), [10000 mujeres por México](#)

4. RECOMENDACIONES PARA EL ECOSISTEMA



Como se evidencia a lo largo de este estudio, existen presiones sociales que tienen efectos adversos en el rol y la representación de las emprendedoras del sector tecnológico de Bogotá, Buenos Aires y Ciudad de México. Basados en 96 respuestas a la encuesta realizada y 73 entrevistas llevadas a cabo por Endeavor a emprendedoras, cofundadores, organizaciones de apoyo e inversionistas, los siguientes apartados presentan recomendaciones para cada uno de los actores del ecosistema, que pueden ayudar no sólo a mejorar la representación de la mujer en el ecosistema emprendedor, sino a reducir la brecha de género en general.

RECOMENDACIONES PARA EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

Es necesario que se produzcan grandes cambios culturales en el mundo del emprendimiento y en América Latina. Sin embargo, estos cambios dependen de acciones individuales de los múltiples actores del ecosistema y tienen un trasfondo cultural muy fuerte.

Una causa de esta brecha en el mundo laboral es la presencia de los roles de género arraigados desde la infancia y su impacto en cómo se crían los niños. Los roles de género y el machismo siguen desempeñando un papel en América Latina, dado el pasado colonial y patriarcal de la región.⁴³

Adriana Soto, psicóloga, terapeuta ocupacional, fundadora y CEO de Progressus, empresa colombiana que inició en 2017 y que ofrece un sistema que ayuda a las empresas a aumentar su productividad en indicadores de gestión humana como ausentismo, rotación y retención de talentos, indica que la brecha de género y los estereotipos, inician desde los juguetes con los que se enseña a jugar a niños y niñas:

“La inequidad empieza desde la casa. A las niñas las ponen a jugar con muñecas y a los niños con un robot u otras cosas que emulan la ingeniería o que crean habilidades y herramientas... Empieza todo desde las experiencias manejando el cerebro”.



Adriana Soto

Psicóloga, terapeuta ocupacional y CEO de Progressus

No es sorprendente que las mujeres estén menos representadas en STEM y tecnología cuando no se les enseña a cometer errores ni a tomar riesgos de la misma manera que a los hombres. Por ejemplo, un hogar que fomenta el juego estereotípicamente femenino, como jugar con muñecas o una cocina falsa, podría poner a las niñas en una desventaja significativa en comparación con sus equivalentes masculinos que están aprendiendo a resolver problemas construyendo con Legos o fortaleciendo el trabajo en equipo jugando fútbol con otros.⁴⁴

Por otro lado, para romper el estereotipo machista se debe trabajar con los hombres desde temprana edad, incrementar el énfasis en el manejo emocional, y empujarlos a ser más empáticos y expresar mejor sus emociones. Los expertos creen que todas las personas en la sociedad pueden ayudar a disminuir los roles de género al quitar las expectativas y etiquetas de género.

La brecha de género y la exclusión en campos STEM y en el emprendimiento tecnológico son problemas estructurales que requieren de la acción, tanto del sector público como del sector privado, para ser resueltos. Si bien es imposible que este informe enumere y resuelva todos los factores que causan la brecha de género en la tecnología, áreas STEM y el mundo empresarial, a continuación se formulan recomendaciones para que los diferentes actores de los sectores mencionados promuevan la inclusión de las mujeres en estas áreas.

GOBIERNO Y SECTOR PÚBLICO

Las políticas e iniciativas gubernamentales, o la falta de ellas, son a menudo un reflejo directo de los valores y las normas de la sociedad. Aunque el gobierno no es la única entidad responsable, tiene la potestad de definir políticas y concentrar recursos en programas de su elección. Esto afecta directamente a las mujeres al definir la probabilidad de tener acceso a una buena educación, tener un salario equitativo o garantizar su participación en el mundo laboral.

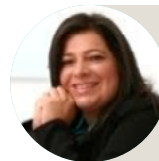
Por otro lado, las iniciativas y los valores promovidos por el gobierno muchas veces se ven reflejados en la cultura

y, de esta manera, repercuten en las experiencias de las mujeres al definir su rol en la sociedad.⁴⁵ Para lograr una verdadera igualdad entre ambos, se necesitan leyes, fortalecimiento de las instituciones y legislación dirigida al género que tome medidas en contra de la exclusión.⁴⁶

Estas son algunas recomendaciones en distintas áreas fundamentales para disminuir la brecha entre hombres y mujeres.

a. Educación

“Nos educan diciendo que las niñas son para estas cosas y los niños son para estas otras cosas y ya, el sesgo está... Hay que cambiar esos esquemas, arrancar desde kinder”.



Lilian Simbaqueba
Fundadora y CEO de LiSim

Al igual que Lilian, fundadora y CEO de LiSim, empresa de consultoría y desarrolladora de software especializado con más de 20 años en el mercado, muchos entrevistados creen que los gobiernos nacionales y municipales en América Latina necesitan realizar un cambio en el sistema educativo. Es necesario garantizar igualdad de oportunidades y acceso a la educación y evitar los sesgos de género en los currículos, así como fortalecer el currículo STEM y la infraestructura para enseñar estas disciplinas con el fin de garantizar que las mujeres tengan acceso a ellas.

Mauro Antonio Vargas Urías, director general de GENDES A.C, organización de la sociedad civil mexicana que trabaja con niños y hombres para promover procesos de reflexión, intervención, investigación y promoción desde una perspectiva de género, compartió con Endeavor que los cambios en las estructuras escolares y la enseñanza en los niveles primario y secundario deben ocurrir como primer paso para la inclusión.

“El género, la lucha contra la violencia y la igualdad también deben examinarse en el aula. Desafortunadamente, estos temas son vistos como controversiales en algunos sistemas escolares, como la Secretaría de Educación Pública de México (SEP), por ejemplo. Debemos entender que el machismo no es el destino, no tiene que ser una realidad hoy en día... hay que capacitar a las personas que trabajan con la población, [y] cambiar roles y diálogos”.

Mauro Antonio Vargas
Director General, Gendes, A.C.



Los cambios específicos en las políticas para aumentar la representación femenina en STEM y la tecnología que Vargas Urías sugiere, y que otros emprendedores y actores apoyan, incluyen:

- **Formar adecuadamente a los profesores.** A los maestros se les debe enseñar y dar recursos para que puedan alentar a más estudiantes femeninas a interesarse en carreras STEM.
- **Eliminar las actividades planificadas basadas en el género.** Si bien es difícil controlar qué juegan los estudiantes en el patio de recreo, los maestros y administradores pueden evitar separar a los estudiantes por género para las actividades del salón y fomentar la colaboración entre ambas partes.
- **Educar a los niños sobre el machismo y sus consecuencias.** Estas conversaciones y reeducación en torno al tema pueden aumentar la empatía y reducir la violencia o comportamientos agresivos de los estudiantes varones hacia las mujeres.
- **Simplificar y mejorar el acceso a disciplinas STEM.** En otras palabras, proporcionar acceso a tecnología en las escuelas, aumentar la financiación para tener programas STEM robustos y trabajar con organizaciones externas y expertos

para aumentar el conocimiento de las distintas áreas temáticas dentro de la tecnología.⁴⁷

- **Luchar contra los estereotipos de género encontrados en los libros de texto o en el aula.** Existen problemas fundamentales con la literatura en las aulas, como libros que dan ejemplos en un sólo género, o ejemplos de género estereotipados.⁴⁸
- **Desarrollar más puentes entre la educación secundaria y la terciaria para evitar el “fenómeno de abandono”.** Los estudios muestran que ligar la educación secundaria y terciaria aumenta la empleabilidad y reduce este fenómeno que se observa comúnmente entre las mujeres de carreras relacionadas con la tecnología.⁴⁹ Otras ideas incluyen:
 - Implementar exámenes de habilidades estandarizados para los estudiantes. Esto podría ayudar a los estudiantes a descubrir sus puntos fuertes en un área determinada que no habían considerado anteriormente.⁵⁰
 - En colaboración con las universidades, destacar las alumnas y exalumnas en tecnología y áreas STEM para inspirar y crear modelos a seguir para los estudiantes más jóvenes.

b. Emprendimiento

Tanto los emprendedores como las partes interesadas encuentran que hay una falta de programas gubernamentales eficaces para promover el emprendimiento femenino o la participación en STEM y tecnología. Más allá de la educación, es necesario que haya programas que se centren en aumentar la representación de la mujer. Para lograr esto, el gobierno puede desempeñar un papel importante al incentivar a las empresas y organizaciones a construir equipos diversos, espacios inclusivos y a fomentar prácticas que luchen contra la exclusión, así como proporcionar oportunidades para que todos los emprendedores, independientemente del género, mejoren sus habilidades.

La mayoría de las personas entrevistadas por Endeavor para este informe, creen que el gobierno puede:

- Hacer un mejor trabajo en la **creación de programas de mentorías para las mujeres**.
- **Aplaudir y compartir historias de éxito e impacto de las emprendedoras**, así como apoyar a las organizaciones existentes y los esfuerzos que están alentando a las mujeres.
- **Compartir datos sobre las emprendedoras** para fomentar conversaciones sobre cómo eliminar las brechas entre los hombres y las mujeres.⁵¹
- Abordar y **ofrecer soluciones a las drásticas brechas salariales y de acceso al capital** sobre la base del género que continúan en América Latina.⁵²
 - E.j. programas de equiparación de oportunidades, préstamos a un costo menor, ayudarlas a acceder a créditos, crear métricas estandarizadas para mostrar su éxito y contribuciones económicas, y/o apoyar a organizaciones e iniciativas que ya están abordando estos temas.^{53,54}
 - También deben considerar las diferencias en términos de oportunidades y acceso al capital dado el contexto social o nivel de urbanización.
- **Igualar la duración de la licencia de maternidad y paternidad.** Una de las razones por las que las mujeres se encuentran en desventaja en el mundo laboral es la creencia de que el cuidado del hogar está a su cargo. Esto puede ocasionar que algunos líderes eviten contratar mujeres o buscar activamente talento femenino, porque asumen que hay un costo asociado con el que no cuentan los hombres, que se refiere a la licencia de maternidad o a los permisos o espacios que necesitarán las mujeres para cuidar del hogar.
- **Establecer cuotas o cupos para la participación de las mujeres, especialmente en cargos**

directivos de alto nivel. Como ya se dijo, contar con experiencia previa en cargos de nivel C es una de las características que contribuye al éxito emprendedor. Un buen enfoque de medidas de discriminación positiva, como los cupos, sería establecer que las empresas cuenten con la misma cantidad de hombres y mujeres en puestos directivos.

Aunque los expertos, emprendedoras, emprendedores e inversionistas entrevistados para este informe compartieron opiniones mixtas sobre el tema, la coyuntura económica y social que atraviesa el mundo a causa de la pandemia, y que amenaza con incrementar la brecha de género, hace necesaria la implementación de este tipo de medidas.

A continuación se presentan algunas opiniones compartidas a favor y en contra de este tipo de política.

A FAVOR

- Cuando las cuotas tienen objetivos muy claros y procesos transparentes de validación que permiten elegir la persona con las capacidades y habilidades correctas, generan valor.⁵⁵
- ***“Aún cuándo las cuotas de contratación incitan discriminación positiva hacia las mujeres, en ocasiones pueden ser necesarias, si es que hay empresas que no tienen interés en contratar mujeres”.***

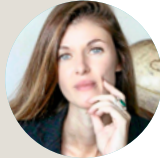


Eduardo Paulsen
Cofundador y coCEO
en Ben & Frank

- ***“Estoy a favor de los cupos, me parecen una medida antipática, no me caen bien, pero son necesarios. Hasta hoy, sin cupo, estamos a 200 años de ver igualdad de oportunidades. Yo tengo una hija, no quiero esperar 200 años para que ella pueda tener igualdad de oportunidades...”***

Necesitamos alguna discriminación positiva para que la sociedad alcance un equilibrio”.

Hanna Schiuma
Fundadora de *Belo*
y *Mujeres en Fintech*



EN CONTRA

- El talento existe y es posible encontrar mujeres por meritocracia. Las empresas tienen que evaluar a todos por su capacidad.⁵⁶
- Las emprendedoras no necesitan utilizar cupos o cuotas dentro de sus startups porque ya tienen en su ADN el tema de diversidad. Las mujeres se destacan porque:⁵⁷
 - Tienen una alta capacidad de innovación.
 - Logran índices más altos de satisfacción de los empleados.
 - Tienen un proceso más eficiente de toma de decisiones.
- **“Existen algunas empresas que toman la existencia de cuotas dentro de su estructura para lavarse las manos y no implementar prácticas verdaderamente inclusivas”.**

Fernanda De Velasco
Cofundadora y Directora
de Estructuración
en *Play Business*



SECTOR PRIVADO

Esta sección presenta recomendaciones para entidades financieras, inversionistas, emprendedores, empresas y otros actores poderosos del sector privado. Ya sea mejorando la cultura empresarial o dando más puestos a las mujeres en la mesa, cada miembro del sector privado puede promover y garantizar la representación y el empoderamiento de las mujeres en la tecnología, STEM y emprendimiento.

a. Entidades financieras e inversionistas

Como ya se ha dicho, uno de los mayores obstáculos de la participación e inclusión femenina es el acceso a la financiación. Si bien algunos fondos de inversión han dado pasos en la dirección correcta al incrementar la diversidad de género en el equipo, las personas entrevistadas por Endeavor aseguraron que la mayoría de entidades financieras todavía tienen un largo camino por recorrer en América Latina.

Los consejos para los inversores incluyen:

- **Que las sesiones de pitch o de preguntas y respuestas sean realizadas de forma objetiva y transparente.** Esto significa hacer las mismas preguntas clave a cada emprendedor, independiente de su género, y asegurar que las empresas tengan equipos diversos (en términos de habilidades, raza, cultura, formación, experiencia y género).⁵⁸ Incluso, los inversores deberían considerar los blind pitches, donde evalúan las ideas sin saber quién está detrás de ellas.⁵⁹
- **Adoptar la diversidad e incluir a más mujeres en el liderazgo de su fondo.**
 - Al tener mujeres dentro de la toma de decisiones, mitiga el “boy’s club”.
 - Las mujeres inversionistas están insuficientemente representadas en América Latina, sin embargo, *aquellas que participan en la inversión sí existen y el número de mujeres inversionistas está aumentando.* Un estudio realizado por el BID LAB y la firma de capital de riesgo LAVCA encontró que **inversionistas femeninas principales y emergentes han aumentado entre el 15% y 10%, respectivamente, en el último año.** En 2020, varias firmas en América Latina agregaron su primera partner femenina, como Kaszek Ventures, Redpoint eventures, Magma Partners, Draper Cygnus y SP Ventures. Este es un paso importante en la dirección correcta que otras firmas de inversión deben emular.⁶⁰
 - **Mujeres Invirtiendo**, perfilada antes en este documento como una organización destacada en México, está tratando activamente en aumentar el número de mujeres en capital privado y en eventos de la industria.

- **WelInvest Latam**, es otra comunidad cuyo principal objetivo es inspirar a más mujeres para que vean en el mundo de las inversiones una posibilidad profesional y promuevan la inversión en startups con equipos fundadores con diversidad de género. En esta comunidad se comparten experiencias y conocimientos a través de la interacción permanente de sus miembros, ciclos de workshops, exposición de role models, y la apertura de “speaking opportunities” para todas las mujeres miembros. De esta manera se disemina el conocimiento y se hace transparente el impacto generado por aquellos grupos inversores que cuentan con al menos, una mujer en la mesa de decisión.⁶¹

“La prioridad número 1 de una compañía que se compromete al desarrollo de sus empleados debería ser un plan de largo plazo para lograr mayor diversidad de género en toda la organización. Este plan debe evidenciar los sesgos inconscientes, cambiar los procesos de recruiting y selección y definir planes de carrera para mujeres con alto potencial de desarrollo que incluyan planes de mentoreo, objetivos claros y medibles incentivos para lograrlos”.



Marta Cruz
Cofundadora de NXP
Ventures y WelInvest Latam

- **No buscar mujeres simplemente para llenar una cuota, pero sí evaluar a hombres y mujeres calificados por igual.** Deben asegurar que las mujeres tengan el acceso a la oportunidad y a redes de apoyo de mujeres. Como naturalmente hay más hombres que solicitan este tipo de empleos, los fondos son responsables de tomar medidas adicionales para buscar candidatas calificadas, especialmente si la representación diversa es verdaderamente una prioridad.⁶² Una práctica recomendable es evaluar el mismo número de perfiles de hombres y mujeres para cada puesto, para lograr un balance de género en el reclutamiento.⁶³
- **Dar visibilidad a las mujeres del fondo y del portafolio.**
- **Crear espacios de networking para garantizar que las mujeres estén incluidas.** Es importante fomentar las condiciones para que ellas puedan acceder a la misma cantidad de espacios de networking que los hombres, por ejemplo, creando estos espacios durante el día laboral o agendando los eventos con anticipación; esto ayuda a evitar el casual “boy’s club”.⁶⁴ Además, los inversores pueden ofrecer acompañamiento que no es financiero.
- **Crear métricas para evaluar cómo el fondo puede tener equipos o inversiones más diversas.** Esto es especialmente importante, ya que está comprobado que los equipos diversos tienen ventajas en términos de beneficios y rendimientos. Las mujeres globalmente toman un porcentaje muy importante de las decisiones de compra de productos y servicios, por lo cual su mirada es fundamental en los negocios.⁶⁵ Se recomienda considerar la diversidad en la tesis de inversión, explorar iniciativas de “gender lens investing” y tratar de atraer talento de todo tipo al fondo.
- **Predicar con el ejemplo.** Se deberían aplicar políticas en todo el fondo para crear un ecosistema inclusivo. Más recomendaciones para las políticas de la empresa se pueden encontrar a continuación.
- **Contribuir al aumento de la alfabetización financiera femenina.**
 - b. Emprendedores, empresas, líderes y CEOs**

Para que las mujeres sobresalgan en el lugar de trabajo, los líderes y las empresas deben estar al tanto de la cultura de la empresa, las políticas internas inclusivas, las posibilidades de crecimiento y capacitación, y las políticas de contratación o reclutamiento.

I. ¿Cómo cambiar la cultura del lugar de trabajo?

Las soluciones innovadoras pueden cambiar radicalmente la cultura organizacional, especialmente si los esfuerzos son constantes y sostenidos a largo plazo.⁶⁶ Es importante que estas acciones vengan de arriba hacia abajo y los líderes estén comprometidos con establecer un tono inclusivo para la empresa, dado que sus valores se transfieren a todo entorno organizacional.

Los elementos fundamentales que deben incluirse son:

- **Escuchar las opiniones de las mujeres respecto a temas de igualdad.** Los mejores diagnósticos para la igualdad en una empresa se dan cuando los que están en posiciones de liderazgo reciben retroalimentación de todos los integrantes del equipo para implementar soluciones. Los líderes tienen que ser conscientes de los escenarios que enfrentan las mujeres y estar dispuestos a hacer un proceso de más acompañamiento.

“En las empresas se debería preguntar activamente a las mujeres cómo se sentirían más acordes en sus espacios, qué necesitan para seguir desarrollándose y qué barreras identifican. Ellas son las protagonistas”.

Melina Masnatta
Cofundadora y Directora
de *Chicas en Tecnología*



- **Crear espacios seguros para compartir opiniones.** Se debe garantizar que todos los empleados puedan compartir sus ideas sobre la cultura de la empresa e informar fácilmente de acoso sexual, laboral o factores que hagan que el lugar de trabajo sea estresante y/o inseguro. A la misma vez, se deben pedir opiniones a grupos diversos a la hora de implementar nueva infraestructura o actividades en conjunto.

- **Evitar encasillar el género a ciertos roles.** En otras palabras, no asignar tareas únicamente por el género.
- **Hacer que el bienestar, el tiempo y la productividad de los empleados sean una prioridad.** Esto incluye permitir flexibilidad en el lugar de trabajo, ofreciendo recursos como guarderías para los padres que trabajan y vías abiertas de comunicación.⁶⁷
 - La flexibilidad puede significar permitir que cada uno de tus empleados manipule su tiempo como considere mejor para su vida o establecer plazos, OKRs, KPIs,⁶⁸ y estándares en lugar de imponer horarios laborales fijos. En este ámbito, se deben tener protocolos concretos, estrategias y comunicación.
 - Hay que respetar la vida privada de los empleados y no traspasar el tiempo personal, como los fines de semana, con temas laborales.
- **Asegurarse de que el idioma de la empresa sea inclusivo.** Esto significa comunicar claramente el valor de la diversidad y lo que ésta significa para la organización. Además, los líderes deben cuidar que el lenguaje integral y global se utilice en todas las políticas y comunicaciones de la empresa (tanto internas como externas), y de que la organización sea un espacio seguro para expresar todos los puntos de vista. El lenguaje inclusivo también significa eliminar o tener tolerancia cero para narrativas o chistes misóginos.
- **Ser más transparente.**
 - Crear comités de diversidad e inclusión para que establezcan guías y procesos que luchen contra la exclusión y creen un entorno laboral más seguro y ameno.
 - Dar seguimiento a indicadores internos, métricas y datos para comprobar si los cambios relacionados con la igualdad se están logrando realmente.

- Compartir los pasos que se están tomando para demostrar que la empresa se preocupa por la inclusión.
- Hacer que la compañía sea un espacio más emocionalmente abierto para hablar regularmente sobre fracasos, deficiencias y espacios de mejora, así como de los éxitos y las metas.⁶⁹
- Definir claramente las herramientas para el desarrollo personal y profesional, así como nuevos roles o experiencias que los empleados pueden explorar.

Si las empresas quieren apoyar a las mujeres debe ser a través de acciones concretas en lugar de *marketing* “pinkwashing” o palabras sin acción. Escucharlas, evitar activamente los estereotipos de género, priorizar a los empleados y aumentar la transparencia, puede cambiar positivamente la cultura de la organización.

A continuación se presenta un claro ejemplo de una política llevada a cabo por Marta Forero, una de las emprendedoras destacadas anteriormente en este documento.

Women by UBITS

Esta iniciativa nació de la experiencia de Marta Forero como emprendedora, al notar que generalmente las mujeres que tienen en común una ocupación o profesión suelen tener los mismos problemas. En su trayectoria se ha dado cuenta de que sus conocidas que han creado empresas han pasado por dificultades muy similares a las que ella se ha enfrentado.

Teniendo esto en mente e inspirada por AllRise, un programa estadounidense de apoyo a emprendedoras, decidió crear una iniciativa para empoderar a las mujeres de su empresa, escuchando sus problemas y buscando soluciones con ayuda de expertas externas.⁷⁰

Marta define este programa como un mini equipo que empodera a todas las que están trabajando en el interior de UBITS, para que sepan que pueden compartir

sus opiniones y sentimientos, y que entiendan que los directivos no tienen superpoderes, sino que son personas que han trabajado en su inteligencia emocional y en mejorar sus habilidades como líderes.

II. Promover el crecimiento y capacitación de los empleados

“Independientemente del nivel en el que estés en la empresa, todos deberían entrar en una trayectoria de crecimiento”.



Constanza Gomez
Fundadora de C Minds

La capacitación impulsa el liderazgo, mejora la comunicación, agudiza las habilidades, y fomenta la tutoría y el compañerismo entre el personal. Los entrevistados por Endeavor creen que cada empresa debe hacer todo lo posible para aprovechar y potenciar el talento que tienen los empleados.

Además de talleres o capacitación, la igualdad de oportunidades y el crecimiento visible dentro de la empresa y el empoderamiento de empleados deben ser considerados prioridad. También es vital garantizar que el salario sea igual para todos los empleados de una posición similar, especialmente porque las mujeres son menos propensas a pedir grandes aumentos o sumas de dinero.

III. Políticas internas

Parte del cambio de la cultura implica establecer indicadores o protocolos claros. Aparte de los protocolos que abordan la flexibilidad, la transparencia y el lenguaje de la empresa, hace falta que las organizaciones tomen medidas específicas tanto en sus procesos de reclutamiento, como en prácticas que eliminen los estereotipos de género respecto al rol de la mujer en la familia.

Las empresas deben tomar como prioridad el incremento de la representación de la mujer y esto implica tomar medidas que contribuyan a la eliminación de los roles de género, así como a la generación de igualdad de condiciones en el ecosistema para hombres y mujeres. Es decir, si las organizaciones participan en un sector que carece de medidas como los cupos para cargos directivos de alto nivel o la igualdad de licencias de maternidad y paternidad, deben tomar el primer paso hacia este tipo de acciones.

Liora Deich, cofundadora de Brandatta, empresa creada en Buenos Aires en 2018 dedicada al desarrollo de software para acompañar la gestión empresarial, indica que uno de los aspectos más importantes para las organizaciones debe ser normalizar que los hombres también tienen responsabilidades en el cuidado del hogar y que, por lo tanto, contratar una mujer no constituye una desventaja en este aspecto.

“Se trata de cambiar la cultura y normalizar que un hombre sea igual de capaz de tomar el cuidado del hijo que la mamá. Que el empleador se quede en duda de quién se va, así contrata a los dos por igual”.

Lora Deich
Fundadora de *Brandatta*



Cabe aclarar que implementar la igualdad de las licencias de maternidad y paternidad puede no ser suficiente. Casi todos los entrevistados para este reporte coincidieron en que los estigmas culturales hacen que los hombres no tomen su permiso de paternidad, por lo cual la toma de esta licencia debe ser obligatoria.

De igual manera, resulta muy importante tomar medidas que faciliten la reincorporación al trabajo post-licencia, tanto para hombres como para mujeres, así como proveer flexibilidad en la toma de estos permisos, de manera que ambos géneros deben ser capaces de tomar la misma cantidad de tiempo en el momento que

funcione mejor para la pareja dentro del primer año de vida del bebé (no sólo justo después del nacimiento).

Por otra parte, algunos consejos que los/las emprendedores/as compartieron para aumentar la equidad en los procesos de contratación incluyen:

- **Buscar la diversidad entre el personal de contrataciones.** Las startups deben tener mujeres en el proceso de contratación y en los niveles de gestión.
- **Tener presente que existen sesgos o prejuicios asociados al género.** Los equipos que están tomando decisiones de contratación deben hacerse constantemente la pregunta: “¿Es seguro que la decisión que acabas de tomar no está influida por algún prejuicio o sesgo?”
- **Evaluar elementos clave necesarios para el cargo versus las características personales y profesionales del o la aspirante.** Esto se puede hacer creando escalas de evaluación numéricas de 1 al 10 que permitan calificar durante las entrevistas el ajuste de la persona a cada elemento.⁷¹
- **Eliminar los nombres y el género al recibir las solicitudes de empleo, así como en el proceso de decisión final de contratación.** Cuando los equipos de contratación reciban solicitudes de empleo, estas deben llegar sin nombres y sin género para que el filtro previo a las entrevistas se base en habilidades, formación académica y experiencia previa de los candidatos.⁷² De igual manera, en la fase final de la contratación, se debe asegurar que la persona encargada evaluar quién obtendrá el cargo reciba sin nombres y sin género las hoja de vida de los candidatos, así como las calificaciones obtenidas en las entrevistas respecto a su ajuste a las características necesarias para el puesto.
- **Revisar las descripciones laborales y asegurar que tenga lenguaje amigable para ambos géneros.** En otras palabras, quitar palabras que suelen atraer a más hombres que mujeres.^{73, 74}

Debe resaltarse que muchos empresarios entrevistados para este informe expresaron su deseo genuino de contratar a más mujeres. Andrés Jara, quien junto con

Pamela Scheurer fundó en 2010 Nubimetrics, empresa argentina líder de big data y business intelligence en e-commerce, destaca la importancia de las mujeres en su empresa:

“El proceso de incorporar mujeres al equipo es súper enriquecedor. Impregnan un ADN muy importante en la compañía... cada vez que una mujer se suma a un equipo las cosas cambian para mejor”.

Andrés Jara
CEO y Cofundador
en Nubimetrics



Sin embargo, muchos/as emprendedores/as expresaron que incluso cuando tratan de ser más inclusivos en los procesos de contratación e intentan activamente a contratar a más mujeres, a menudo no hay suficientes candidatas, en especial en cargos del área tecnológica, campo en cual, como se ha mencionado antes, existe una fuerte escasez de personal y, especialmente, de mujeres.

Marisol Capetillo, CEO de VERSE Technology, empresa mexicana creada en 2016 que se enfoca en consultoría en el diseño de productos e internet de las cosas a nivel industrial, expresa que encontrar mujeres para el área tecnológica es todo un reto:

“Cuando reclutamos para cargos del campo tecnológico, la proporción de hojas de vida de mujeres no alcanza ni el 10%”.

Marisol Capetillo
CEO de VERSE Technology



La buena noticia, es que algunas empresas se niegan a permanecer pasivas frente a este problema. A continuación se muestra el ejemplo de una de las políticas llevadas a cabo por una empresa del sector tecnológico para resolver no sólo la escasez de personal

cualificado para el área de tecnología, sino para lograr una mayor representación de la mujer en su equipo.

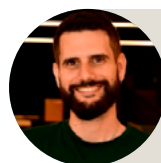
UALÁ: JEDI ACADEMY

Ualá, la fintech argentina que está revolucionando las finanzas en América Latina, proyectaba triplicar su tamaño a inicios de 2019. Para ello, inició un fuerte proceso de contratación de personal en el que pasaron de tener 80 colaboradores a un total de 200 al final del año. En este proceso buscaban, por supuesto, incrementar el tamaño de su equipo del área de tecnología y contaban con 10 vacantes para desarrolladores/as en Argentina.

Sin embargo, eran conscientes de que encontrar talento calificado para desempeñar estos cargos era muy difícil, especialmente porque utilizan herramientas muy complejas y los desarrolladores/as cualificados/as en el país son agresivamente buscados/as por empresas con gran retención de talento. Como explicó el Gerente de Desarrollo de Ualá, Damián Camarasa, fue entonces cuando supieron que necesitaban hacer algo nuevo. De esta forma, comenzaron a buscar perfiles que no tuviesen todos los requisitos para el cargo, para posteriormente brindarles las capacitaciones necesarias. Es decir, optaron por formar talento.

Luego, teniendo en cuenta que uno de los objetivos de la empresa siempre ha sido tener paridad de género entre sus colaboradores para lograr un producto inclusivo y que es menor la oferta de mujeres con este tipo de formación, decidieron llevar a cabo esta misma idea pero enfocada en buscar talento femenino.

“Estamos convencidos de que la única manera de desarrollar un producto inclusivo es a través de la diversidad de los equipos. Jedi Academy fue una iniciativa concebida no solo para atraer talento, sino también para desafiar la desigualdad de género en la industria tecnológica”.



Damián Camarasa
Gerente de Desarrollo de Ualá

Damián Camarasa, junto con el Gerente de Recursos Humanos, Diego Solveira y la Líder de Aprendizaje y Desarrollo, Abigail Rakower, se contactaron con organizaciones y grupos que buscaban impulsar la inclusión de las mujeres en la industria de la tecnología, como *Women Who Code* en Buenos Aires, para recibir conocimientos y estadísticas al respecto. El equipo rápidamente notó que a menudo las mujeres sólo solicitaban puestos de trabajo para los que estaban calificadas al 100% y que su mejor apuesta era buscar a mujeres *junior*. Habían muy pocas mujeres que aplicarían a puestos *senior*.

Ese fue el comienzo de Jedi Academy,⁷⁵ un programa de capacitación y contratación de desarrolladoras de tecnología destinado únicamente a mujeres. Con el objetivo de achicar la brecha de género en tecnología, Ualá reclutó a diez mujeres que mostraron aptitud para aprender habilidades básicas en desarrollo web, y un deseo de llevar sus habilidades en programación a un nivel más avanzado. Las mujeres seleccionadas se sumaron a Ualá a tiempo completo y experimentaron sus primeros tres meses en un proceso de capacitación y aprendizaje intensivo, al estilo de un bootcamp. Desde el primer día, se les asignó un gerente para guiarlas a lo largo del programa y se les animó a interactuar con diferentes departamentos, miembros del equipo y proyectos, como el primer hackathon de Ualá. Al finalizar su formación de tres meses, comenzaron su labor como desarrolladoras de tecnología dentro de la fintech.

Crear el programa de capacitación era muy riesgoso para Ualá, ya que cualquiera de las mujeres lo podría haber abandonado, dejando una posición abierta. Además, la empresa tuvo que esperar tres meses más para ocupar los puestos de desarrollo, en vez de hacerlo de manera inmediata. Sin embargo, el equipo estaba convencido de que el proyecto valía la pena y, en efecto, fue un éxito total.

Como describen Camarasa, Solveira y Rakower, de Ualá, las mujeres de este programa no solo aportaron perspectivas inclusivas y frescas a los productos que estaban desarrollando, sino que también se convirtieron en miembros invaluable y comprometidos de los equipos de desarrollo. Las nuevas colaboradoras agradecieron la oportunidad de crecer y ayudar a Ualá a seguir revolucionando las finanzas.

“En Ualá promovemos la diversidad en las distintas áreas para crear un producto con perspectiva de género y Jedi Academy fue una de las acciones que nos permitieron lograrlo con éxito, incentivando a que más mujeres se animen a dar sus primeros pasos en el mundo de la tecnología”.



Abigail Rakower
Líder de Aprendizaje
y Desarrollo en Ualá



Ualá considera llevar a cabo su Jedi Academy nuevamente en el futuro destinado a nuevos colaboradores y además, alienta a otras startups a que adopten programas similares para la captación de talento.

RECOMENDACIONES PARA EMPRENDEDORAS

“Hay bloqueos en la sociedad, eso no se puede negar, pero los bloqueos más grandes que hay son los propios. Siento que siempre hay esa lucecita que nos tiene pensando: ‘¿Qué va a pasar? ¿Qué van a decir?’ Es importante dejar estas barreras autoimpuestas”.

Tania Zapata
Cofounder y CEO en Akily



Al igual que expertos, partes interesadas y otros emprendedores entrevistados por Endeavor, Tania Zapata, cofundadora y CEO de Akily, startup colombiana del sector edTech, fundada en 2017 y dedicada a diseñar actividades de desarrollo divertidas y altamente personalizadas para padres, niñeras y guarderías, destaca que las inseguridades propias son los mayores obstáculos para las emprendedoras. Adicionalmente, muchos resaltan la importancia de que las mujeres tomen los primeros pasos y desempeñen un papel activo en la definición de cómo quieren que se vea el ecosistema.

Si bien este estudio comparte consejos para abordar los factores externos que hacen que emprender sea más complejo para las mujeres, esta sección se centra en consejos sobre cómo las emprendedoras pueden vencer estas barreras e inspirar a las generaciones futuras de mujeres en el sector tecnológico. Primero, se analiza la tendencia común que tienen las mujeres a sentir el “síndrome del impostor”. Luego, se detallan las redes de apoyo y cómo las mujeres juegan un papel importante en el empoderamiento de otros.

ELIMINANDO EL SÍNDROME DEL IMPOSTOR

“Hay que conocerse muy bien... Las mujeres deben generar expectativas reales, objetivos reales y estrategias para llegar a estos objetivos”.



María Harismendy
Directora ejecutiva
en Voces Vitales Argentina

Casi todas las organizaciones de apoyo y emprendedores entrevistados para este informe discutieron cómo las mujeres a menudo se menosprecian o ceden ante prejuicios inconscientes. Reiteraron que es más probable que ellas cedan a los miedos y se presionen a sí mismas para cumplir ciertos papeles o roles impuestos por la sociedad.

Con el fin de eliminar el “síndrome de impostor” que las mujeres pueden experimentar, los expertos recomendaron que las emprendedoras actuales y aspirantes:

- **Tomar el tiempo para enumerar sus fortalezas y habilidades** para entender mejor cómo aprovecharlas y generar expectativas realistas ante los demás y ante sí mismas. Cultivar la autoestima y la confianza en sí mismas es crucial.
- **Fortalecer sus debilidades.** Deben continuar aprendiendo y buscar oportunidades o escenarios que puedan empujarlas fuera de sus zonas de confort. Por ejemplo, si se sienten incómodas con un elemento de su negocio, deben recurrir a un experto y apoyarse en mentorías, redes de apoyo, organizaciones o literatura sobre el tema.
- **Obtener conocimientos sobre finanzas.** Si bien existen barreras que impiden el acceso de la mujer al capital, el control, la comprensión, la educación y la confianza en las finanzas pueden ser económicamente empoderantes. Es recomendable tomar un curso, buscar a un

mentor financiero y/o buscar literatura y técnicas empleadas por expertos.⁷⁶

- **Fortalecer su pitch.** Desafortunadamente, como se discutió en la sección inicial de este documento, es probable que las mujeres sean empujadas a justificar o explicar las cosas más que los hombres. Para disminuir el estrés, se recomienda una preparación previa.
 - **Aprender a re-dirigir las preguntas de prevención con respuestas de promoción.** Como cuenta la investigadora y experta en fuentes de desigualdad del mercado laboral, Dana Kanze:

*“Si te hacen una pregunta sobre la defensa de la cuota de mercado de tu startup, sería mejor que enmarcaras tu respuesta en torno al tamaño y el potencial de crecimiento del pastel en general, en lugar de cómo simplemente planeas proteger tu porción de ese pastel... di, ‘Estamos jugando en un mercado tan grande y de rápido crecimiento que está destinado a atraer a nuevos participantes. Planeamos asumir una participación cada vez mayor en este mercado aprovechando los activos únicos de nuestra startup’”.*⁷⁷
 - **Cuestionar las preguntas inapropiadas.** Si un inversionista realiza una pregunta sobre tener hijos, la emprendedora está definitivamente en la libertad de preguntar “¿por qué está haciendo esa pregunta?” antes de responder.
 - **Planificar y pensar en escenarios con ayuda de otras personas (cofundadores, personas con cargos nivel C, personal de su empresa, etc.).** Es válido pedir a los demás que critiquen el pitch y hablen sobre cómo prepararse para presentaciones en espacios dominados por hombres.
- **Evitar la auto-minimización.** En lugar de intentar justificar por qué están calificadas para algo, deben pedir lo que quieren y argumentar las razones para ello.⁷⁸ La confianza es clave, las mujeres están capacitadas para participar en los mismos espacios que los hombres.⁷⁹

“Cuando las mujeres aplican a un trabajo cumplen con más condiciones de las que necesita el cargo, porque generalmente lo hacen sólo cuando saben que cuentan con las habilidades suficientes para llevarlo a cabo. Los hombres, en cambio, por su exceso de autoconfianza aplican aunque sólo cumplan con parte de los requisitos. Por esta razón, la implementación de muchas tareas es mucho más rápida con las mujeres”.



Juan José Mora
CEO en *Atlantia Search*

- **Tomar saltos de fe.** Si bien es importante asumir los riesgos calculados, los expertos e inversionistas dijeron a Endeavor que las mujeres tienden a pensar demasiado o ser demasiado cuidadosas antes de actuar. Las emprendedoras deben intentar ser más audaces y pedir más sin miedo al rechazo o al fracaso (como los emprendedores de género masculino tienden a hacer).⁸⁰
- **Trabajar en la marca personal.** Entender la diferencia entre espacios personales y profesionales es importante. Se recomienda tener páginas activas de LinkedIn y Twitter y utilizar las redes sociales para transmitir la mejor imagen de sí mismas. Los blogs personales o los medios que aclaran el mensaje, la misión y los pensamientos que quieren transmitir también pueden ser beneficiosos. Participar activamente en el networking profesional también es esencial.
- **Competir.** Las emprendedoras deben buscar en eventos como concursos y hackatones para cultivar su espíritu competitivo, ganar más experiencia vendiendo y compartiendo sus ideas. Así también hacen crecer sus redes profesionales.
- **Apoyarse en los demás.** Compartir los problemas debe ser visto como una cualidad y las mujeres deben darse cuenta de que es importante pedir ayuda. Los equipos son importantes en el viaje de cualquier emprendedor.

Los hallazgos antes destacados muestran que las empresas fundadas con un equipo (y en especial con un equipo mixto) tienen menor porcentaje de cierre que aquellas fundadas de manera unipersonal. Esto es porque contar con este tipo de equipo incrementa diversidad de pensamientos y de áreas de conocimiento, además de ofrecer soporte unos a otros.

- **Generar conversaciones con hombres sobre la igualdad de género.**⁸¹ Las mujeres pueden trabajar conjuntamente con los hombres para crear soluciones que contribuyan a vencer los sesgos que hay hacia ellas.

Mariana Castillo, cofundadora y co-CEO de Ben & Frank, una startup mexicana creada en 2015 que se dedica a la venta de lentes con un gran diseño y a un precio asequible, resalta la importancia de incluir a los hombres en las conversaciones.⁸²

“Muchos hombres no son machistas y no están conscientes de lo que está pasando (sesgos inconscientes); simplemente es desbalance cultural. Debemos incluirlos en la conversación”.

Mariana Castillo
Cofundadora y Co-CEO
en Ben & Frank



- **Definir y comunicar claramente sus objetivos, prioridades y metas.** Las mujeres en ocasiones se sienten en conflicto al pensar que deben elegir entre el trabajo y la familia. Los emprendedores, tanto hombres como mujeres, recomiendan a quienes aspiran emprender que deben comunicarse con sus parejas y planificar cómo dividir mejor las tareas domésticas. Lo anterior está relacionado con el punto que enfatiza la importancia de apoyarse en los demás.
- **Buscar el equilibrio y priorizar el bienestar personal.** Las emprendedoras deben tener presente que encontrar el equilibrio debe ser,

si no la más importante, una de sus principales prioridades. Un estudio reciente de Endeavor, “La Salud Mental y el Bienestar de los Emprendedores en México”, argumenta que todos los emprendedores, independientemente del género, necesitan establecer cierto grado de equilibrio entre la vida laboral y la vida para mantener el bienestar personal. En el estudio se formularon las siguientes recomendaciones para mejorar el equilibrio:

- Establecer horas de trabajo estrictamente destinadas a realizar llamadas y tomar decisiones por adelantado.
- Comunicar a los compañeros de trabajo los horarios fijados para sí mismos y para su familia. Tener un equilibrio perfecto laboral, personal y familiar es irreal. Sin embargo, los emprendedores exitosos, que también son padres o madres, compartieron con Endeavor que ninguna persona que desee emprender debe tener que elegir entre emprendimiento y familia, si se comunica con quienes lo/la rodean.⁸³
- Establecer un bloque de tiempo diario en el calendario para planificar y anticipar las tareas, reuniones y otras actividades.
- Tomar tiempo para relajarse o recargarse y adoptar rituales o pasatiempos fuera del trabajo resulta esencial para la salud mental de los emprendedores/ras y, por ende, para su desempeño en el negocio.⁸⁴

Otro aspecto que contribuye a la disminución del síndrome del impostor es contar con una red de soporte. A continuación se resalta la importancia de este factor y se comparten algunas recomendaciones para la creación de redes.

LAS REDES DE APOYO

Las redes de apoyo son cruciales para todos los emprendedores. En el ya mencionado informe de Endeavor, “La Salud Mental y el Bienestar de los Emprendedores en México”, los expertos las enumeraron como uno de los pilares más importantes

en el bienestar de los emprendedores y para el proceso de construcción de resiliencia. Tener comunicación abierta “brinda apoyo emocional y los ayuda a definir mejores planes a futuro, tomar decisiones más claras y racionales, encontrar estrategias concretas para afrontar los momentos difíciles y mitigar la ansiedad y los sentimientos de “soledad en la cima”.⁸⁵

En esta sección se habla de los role models y la creación de una red de soporte sólido, así como de la importancia de que las emprendedoras busquen apoyar a las nuevas emprendedoras y contribuir a las redes de apoyo existentes.

Como se ha visto con las organizaciones mencionadas y destacadas anteriormente en este reporte, existen redes que apoyan a las mujeres en la tecnología y en el emprendimiento en América Latina. Aspirantes y actuales emprendedoras deben aprovechar al máximo lo que ofrecen y buscar fuentes de inspiración. Es importante señalar que, aunque es extremadamente importante que las mujeres encuentren modelos femeninos, tampoco deben limitarse y es recomendable buscar mentores de diversos orígenes, disciplinas, experiencias y géneros.

Los expertos también recomiendan que las mujeres sean estratégicas en los espacios de mentoría y de interacción con redes de apoyo. Esto no significa dudar en contactar a las personas o pensar demasiado en las interacciones sino establecer objetivos, temas o estrategias para las reuniones, construir relaciones más profundas y tener claras las metas para que el tiempo sea utilizado de una manera eficiente. Las emprendedoras deben ser estratégicas al construir sus redes, mantener sus conexiones organizadas y estar en contacto con aquellos que se encuentran en LinkedIn, Twitter, etc. Algunos también recomiendan reservar tiempo una vez a la semana para dedicarse a la creación de redes.⁸⁶

Susana Garcia-Robles, Socia Senior en Capria, Asesora Senior de LAVCA, cofundadora de WeXchange, plataforma que conecta a las emprendedoras con mentores e inversionistas, así como de WeInvest LATAM, cree que el trabajo se extiende más allá

de las mujeres que intentan entrar en el sector y el emprendimiento.⁸⁷ Compartió en su entrevista que:

“Las mujeres exitosas juegan un papel muy importante en el empoderamiento y en el fomento de las futuras generaciones de emprendedoras a seguir sus pasos”.



Susana Garcia-Robles

Socia Senior en Capria,
Asesora Senior de LAVCA y
cofundadora de WeXchange

Más recomendaciones sobre cómo las emprendedoras exitosas o actuales pueden estimular y alentar a las generaciones futuras incluyen:

- **Sé el mentor que quieres o que desearías haber tenido.** Los expertos dicen que muchas mujeres luchan por pedir ayuda y encontrar modelos femeninos, por lo que es crucial que todas se involucren activamente en comunidades de mujeres. Ser un mentor es enriquecedor y los mentoreados a menudo pueden proporcionar nuevas perspectivas u oportunidades de aprendizaje para un mentor.
 - Comparte los aprendizajes para minimizar las barreras a la entrada o al éxito.
 - Escucha y haz preguntas.
 - Comparte contactos y conecta a los mentoreados con otras personas.
 - Ayuda a los mentoreados a establecer metas y fortalecer sus áreas de debilidad.
- **Invita y anima a otras mujeres a competir o, simplemente, a practicar su pitch.**
- **Participa en eventos llevados a cabo por organizaciones, otros emprendedores, gobierno, etc.** En particular, eventos de networking o de speed-dating con stakeholders del ecosistema.
- **Piensa estratégicamente en la participación en eventos.** Si bien la participación es importante, debes ser consciente del papel que desempeñas

en un evento o panel. Los siguientes ejemplos muestran casos en donde la participación puede ser contraproducente: ⁸⁸

- Si tu papel es ser la única representante femenina para llenar un asiento o una cuota de diversidad, di que no.
- Si el panel de discusión se centra en lo que es ser emprendedora, emociones o cómo se equilibra ser mamá y llevar una empresa, di que no. A los hombres y mujeres se les deben hacer las mismas preguntas y a las emprendedoras se les deben hacer preguntas sobre las cosas en las que son expertas como, por ejemplo, cómo recaudar capital, escalar o expandirse internacionalmente.
- Si en un panel o discusión son todas mujeres, presiona para que sea mixto o di que no.
- **Alza la voz y dirige las iniciativas.** Las mujeres siempre serán las mejores portavoces para dar visibilidad a los éxitos femeninos y a otras emprendedoras, así como para liderar iniciativas que contribuyan a cerrar la brecha de género.



5. CONCLUSIONES



A pesar de que se han generado algunos avances en los últimos años en términos de la brecha de género en el sector tecnológico, esta comunidad de emprendimiento continúa siendo un boy's club en el que las mujeres perciben más dificultades que los hombres al momento de emprender y en el cual aún se les discrimina por su género.

Lo anterior se ve reflejado en que, entre más de 800 empresas identificadas en las ciudades estudiadas en esta investigación, sólo el 24% cuenta con al menos una mujer dentro del equipo fundador, y en que el 95% de la inversión recaudada por los emprendimientos del sector ha sido destinada a empresas fundadas sólo por hombres.

Sin embargo, emprender y crecer en esta industria es posible. Actualmente, incluso representa una gran oportunidad para las emprendedoras, en especial por el contexto vivido por la pandemia y el incremento en el uso de medios digitales pues, a pesar de la crisis, los subsectores analizados presentaron métricas de crecimiento entre 2019 y 2020.

No obstante, incentivar la participación femenina en la tecnología está lejos de ser una tarea fácil. Los estereotipos alrededor del rol de la mujer son aún un problema para el emprendimiento, no sólo en este sector sino en todos. Sus efectos alcanzan la manera en cómo las mujeres se ven a sí mismas, lo que a su vez, puede afectar su desempeño en el emprendimiento. De hecho, la mayoría de emprendedoras que participaron en este estudio consideran la confianza en sí mismas como uno de los factores más relevantes para emprender con éxito en el sector.

Existen tres factores de especial importancia para disminuir la brecha de género en la comunidad de emprendimiento tecnológico:

- 1. Incentivar la participación de la mujer en campos STEM.** No porque sea necesario contar con preparación en estas áreas para liderar una empresa tecnológica, sino porque esto podría incrementar la seguridad de las mujeres e incentivarlas a emprender en esta industria o a trabajar en el sector.
- 2. Generar condiciones en el ecosistema para que las mujeres alcancen cargos directivos de alto nivel.** Este aspecto puede incrementar las oportunidades de las mujeres de escalar una empresa tecnológica. La experiencia previa como C-Level, gerencial, en finanzas, y una trayectoria laboral o profesional en el extranjero, podrían ser características que contribuyan a cerrar la brecha de género en este sector, al ser comunes entre quienes han logrado que al menos una de sus empresas alcance un tamaño igual o superior a 50 empleados.
- 3. Facilitar el acceso a capital para las emprendedoras.** Aún existe una brecha en el acceso a financiamiento entre hombres y mujeres, y estas últimas califican este factor como el principal obstáculo para emprender en el sector tecnológico.

La existencia de la brecha de género no es inevitable, sin embargo, eliminarla requiere la acción conjunta tanto de los gobiernos como los inversionistas, los emprendedores, los líderes de las empresas, las organizaciones de apoyo, e incluso las mismas mujeres. Cada actor puede generar cambios desde su trinchera:

1. **Sector público:** el gobierno puede generar leyes alrededor del sistema educativo, así como para el ecosistema emprendedor, que fomenten una cultura inclusiva.
2. **Sector privado:** las organizaciones de apoyo, los inversionistas y los líderes de las empresas tienen la potestad de cambiar la realidad de sus empleados con políticas internas de reclutamiento enfocadas al género y aquellas que eliminen los roles de género asociados a la mujer, la creación de espacios físicos inclusivos, y la generación de una cultura transparente que posibilite hablar abiertamente de discriminación.
3. **Emprendedoras:** trabajar en eliminar las barreras autoimpuestas como el “síndrome del impostor”, ayudar a hacer visibles los casos de éxito de otras emprendedoras, apoyar a mujeres que deseen emprender el sector tecnológico creando redes de apoyo, y tomar medidas en sus empresas para contratar más mujeres, son algunas de las acciones para promover la inclusión en el ecosistema.

Las emprendedoras de este sector son la prueba de que es posible ser mujer y crear empresa en un ambiente dominado por hombres. Emprender en tecnología es también una herramienta para luchar contra la brecha de género.

Este estudio invita a las mujeres a tomar la decisión de emprender en tecnología y a tener presente que, como lo mencionan muchas emprendedoras que formaron parte de esta investigación, si bien la sociedad y el ecosistema imponen más obstáculos a las mujeres, *las barreras más difíciles de superar son las autoimpuestas. La cultura ha normalizado la discriminación y una de las maneras para mejorar esta realidad es sumarse a la comunidad de emprendedoras y utilizar su empresa como un vehículo de cambio.*

Finalmente, es importante resaltar la relevancia de emprender en equipo en este sector. Este estudio se suma a las investigaciones que encuentran una relación entre el emprendimiento en equipo y las posibilidades de éxito de una empresa, teniendo en cuenta no sólo que se debe escoger un equipo adecuado, sino también uno diverso en género, preparación académica, y en todos los aspectos posibles. **Quienes emprenden solos y los equipos conformados sólo por hombres y sólo por mujeres, se están perdiendo gran parte del panorama.**

En palabras de Ophelia Pastrana, física y economista, nombrada en 2014 como una de las mujeres más influyentes del mundo en tecnología por Business Insider:

“Discriminar tiene un costo, te quita tiempo, esfuerzo y genera un ecosistema muy limitado, sobretodo en el ámbito de pensamiento y creatividad... Como el mundo es naturalmente diverso, todos los esfuerzos de exclusión generan productos de nicho”.



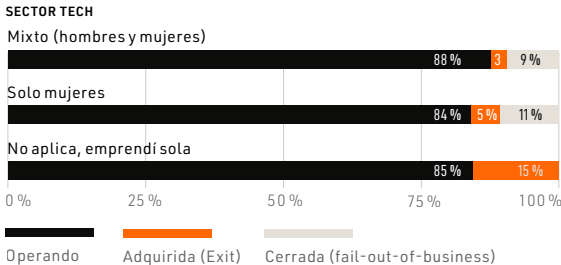
Ophelia Pastrana
CEO en Roja Creativa

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación llama a los diferentes stakeholders a tomar acciones para generar un ecosistema inclusivo. Generar las condiciones para cerrar la brecha de género en el emprendimiento tecnológico es una necesidad no sólo por temas de género, sino porque esto puede ser una herramienta hacia el desarrollo.

Sólo las 96 emprendedoras que hicieron parte de este análisis han creado más de 2 mil empleos. Averiguar qué más pueden lograr si se derriban las barreras de género no tiene que ser sólo un ejercicio imaginativo. Hoy más que nunca, se hace urgente aprovechar las oportunidades que brinda el sector tecnológico, así como tomar medidas para evitar que todo el progreso de los últimos años hacia la disminución de la brecha de género quede en el olvido.

ANEXO I

ESTADO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TECNOLÓGICO DE ACUERDO A LA COMPOSICIÓN DEL EQUIPO FUNDADOR



Fuente: análisis de Endeavor Intelligence, 2021.

*La información corresponde a datos recolectados por Endeavor.

**N = 106 empresas.

- **Sesgo de selección:** las empresas que aparecen en el estudio contestaron completamente la encuesta enviada, tienen relevancia en el sector y presencia en Bogotá, Buenos Aires y Ciudad de México. No obstante, es posible haber omitido a más de una empresa al no haber contestado la encuesta en su totalidad.
- **Sesgo de información:** la clasificación de las empresas del estudio se hizo de acuerdo con la categoría más relevante a la que pertenecen los productos o servicios que ofrecen. Sin embargo, puede que una compañía pertenezca a más de una categoría.
- **Recolección de datos:** Endeavor identificó una muestra de 894 emprendimientos en el sector de tecnología, de los cuales se consideraron 879 con operaciones activas. Dichos emprendimientos fueron segmentados por composición del equipo fundador en mixto, hombres y mujeres. Adicionalmente, los criterios de selección fueron los siguientes:
 - Sede en Bogotá, Buenos Aires y Ciudad de México.
 - Emprendimiento fundado de 2010 en adelante

Para efectos del análisis se consideran empresas del sector de tecnología a aquellas que desarrollan activamente nuevas tecnologías informáticas o que están habilitadas en internet. Se clasificaron en los siguientes subsectores: **Apps Móviles/ Desarrollo móvil, Healthtech, Servicios de Tecnologías de la Información, AdTech / Media / Content Delivery / Social Media, Desarrollo de Software/SaaS (para corporativos), AgTech / BioTech / Cleantech, Comercio Electrónico / Bajo Demanda ó Plataformas de Entrega, Fintech, Software/ Desarrollo de Software (para consumidores), Data Analytics y EdTech.**

Adicionalmente, se desarrolló y enviamos una encuesta dirigida específicamente a *mujeres*

ANEXO II

METODOLOGÍA, SESGOS Y LIMITACIONES (2021)

- **Objetivo del proyecto:** Este trabajo fue desarrollado por Endeavor México A.C., con la finalidad de ofrecer a los diferentes stakeholders del ecosistema de emprendimiento en México y Colombia –emprendedores, consumidores, inversionistas, empresarios, opinión pública y entidades de gobierno involucradas– una perspectiva sobre el rol, representación e importancia de la mujer en la comunidad de emprendimiento tecnológico.
- **Limitaciones:** Parte de la información contenida en el presente documento se obtuvo de diversas fuentes públicas y privadas. Además, se elaboraron estimaciones para entender la relevancia de la mujer en la comunidad de emprendimiento tecnológico, y los resultados deberán ser considerados en todo momento como tales. El contenido de este documento es meramente informativo y se debe consultar a profesionales calificados para justificar la toma de decisiones.

emprendedoras que han creado una empresa cuyo modelo de negocio está basado en el uso de la tecnología, la cual fue enviada por e-mail a 162 emprendedoras identificadas en Bogotá, Buenos Aires y Ciudad de México; de igual manera, se difundió la encuesta en redes sociales. El número de encuestadas se determinó mediante un muestreo aleatorio simple, con 95% de confianza y 10% de error. Si deseas conocer más acerca de la metodología o el instrumento de investigación, escríbenos a contacto@endeavor.org.mx.

METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DE DEMOGRÁFICOS DE LOS FUNDADORES

A través de la investigación secundaria, se identificó una muestra de mil 265 perfiles de mujeres y hombres emprendiendo en el área tecnológica, de la cual se realizó un análisis basado en la información contenida en sus perfiles de LinkedIn sobre las siguientes variables:

Experiencia Laboral

- Cargo
- Duración en el puesto (medido en años)
- Tamaño de la empresa
- Ubicación de la empresa

Formación académica

- Grado académico (Licenciatura, Maestría o Posgrado)
- Área
- Duración
- País de la institución educativa

La estimación de la edad actual, edad de emprendimiento y años de experiencia, considera el supuesto de que el perfil tenía 18 años al momento de ingresar a universidad.

REFERENCIAS

PÁGINA 3

- 1 "Analizando las barreras de las mujeres para acceder a puestos de liderazgo: un vistazo a la fuerza laboral en México", LinkedIn, 2019. https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/talent-solutions-lodestone/body/pdf/EBOOK_PPT_VF_v3.pdf

PÁGINA 6

- 2 Estos datos incluyen algunas empresas que no pertenecen al sector tecnológico pero que han sido fundadas por emprendedoras dentro de la muestra en otros sectores.

PÁGINA 7

- 3 Ver anexo 1.

PÁGINA 11

- 4 "World Employment and Social Outlook: Trends 2019", International Labor Organization (ILO), Febrero, 2019. https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2019/WCMS_670542/lang-en/index.htm

- 5 "Overcoming the Gender Gap: Women Entrepreneurs as Economic Drivers", Ewning Marrion Kauffman Foundation, Septiembre, 2011. <https://www.kauffman.org/entrepreneurship/reports/overcoming-the-gender-gap-women-entrepreneurs-as-economic-drivers/>

- 6 "Women in tech statistics: The hard truths of an uphill battle", CIO, Enero, 2020. <https://www.cio.com/article/3516012/women-in-tech-statistics-the-hard-truths-of-an-uphill-battle.html>

- 7 "The Rise of Women STEMpreneurs: A Study on Women Entrepreneurs in STEM in Latin America and the Caribbean", Inter-American Development Bank (IDB), Enero, 2020. <http://dx.doi.org/10.18235/0002123>

- 8 "Tasa de participación en la fuerza laboral, hombres (% de la población masculina entre 15-64 años) (estimación modelado OIT)", Banco Mundial, consultado el 15 de enero de 2021. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.ACTI.MA.ZS>

- 9 "Gender Gaps in Entrepreneurship and their Macroeconomic Effects in Latin America", Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2017. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/173897/1/IDB-WP-848.pdf>

- 10 "¿Qué es el techo de cristal y qué pueden hacer las empresas para impulsar la igualdad de género?", Gobierno de México, Enero, 2019. <https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-el-techo-de-cristal-y-que-pueden-hacer-las-empresas-para-impulsar-la-igualdad-de-genero?idiom=es>

- 11 "The 2017 Global Information Security Workforce Study: Women In Cybersecurity", Frost & Sullivan, 2017. <https://1c-7fab3im83f5gqiw2qqs2k-wpen-gine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2019/01/women-cybersecurity-11-percent.pdf>

- 12 "Empowering Women in the Digital Age", Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Marzo, 2018. <https://www.oecd.org/social/empowering-women-in-the-digital-age-brochure.pdf>

- 13 "Empowering Women in the Digital Age", Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Marzo, 2018. <https://www.oecd.org/social/empowering-women-in-the-digital-age-brochure.pdf>

PÁGINA 12

- 14 "Why diversity matters", McKinsey & Company, Enero, 2015. <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/why-diversity-matters#>

- 15 "Delivering Through Diversity", McKinsey & Company, Enero, 2018. https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/organization/our%20insights/delivering%20through%20diversity/delivering-through-diversity_full-report.ashx

PÁGINA 13

- 16 "El motivo real por el que las emprendedoras consiguen menos financiación", Kanze, Dana, Mayo, 2019. https://www.ted.com/talks/dana_kanze_the_real_reason_female_entrepreneurs_get_less_funding/up-next?language=es

- 17 "Evidence that investors penalize female founders for lack of industry fit", Kanze, et al. Noviembre, 2020. <https://advances.sciencemag.org/content/6/48/ea6d7664>

- 18 "Top 5 cities in LatAm for Startups", Latin America Tech, Agosto, 2020. <http://www.latinamerica.tech/2020/08/03/top-5-cities-in-latam-for-startups/>

- 19 Se excluyen del análisis outliers como Lino, Workana y Rappi.

- 20 "Estadísticas sobre género", Banco Mundial, consultado el 15 de enero de 2021. <https://databank.bancomundial.org/source/gender-statistics>

PÁGINA 14

- 21 "COVID-19 and its economic toll on women: The story behind the numbers", UN Women, Septiembre, 2020. <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2020/9/feature-covid-19-economic-impacts-on-women>

- 22 Mesa de discusión llevada a cabo el 25 de agosto de 2020.

- 23 Las emprendedoras de este comité fueron seleccionadas por traer el sello de alto impacto de Endeavor y un gran mérito en crecimiento.

- 24 Encuesta realizada entre el 21 de septiembre y el 30 de diciembre de 2020.

PÁGINA 17

- 25 Estos datos incluyen a las empresas que no pertenecen al sector tecnológico.

PÁGINA 19

- 26 Ver anexo 1.

PÁGINA 21

- 27 "Igualdad de género en tiempos del COVID-19", Departamento de Comunicación Global de las Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/coronavirus/articles/igualdad-genero-covid-19>

- 28 "All In: Female Founders and CEOs in the US VC Ecosystem", PitchBook, Diciembre, 2020. https://pitchbook.com/news/reports/2020-all-in-female-founders-and-ceos-in-the-us-vc-ecosystem?utm_medium=nl-na&utm_source=reports&utm_campaign=2020-all-in-female-founders-and-ceos-in-the-us-vc-ecosystem

PÁGINA 22

- 29 "Declaración sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de poder", Naciones Unidas, Consultado el 23 de enero de 2021. <https://www.ohchr.org/sp/professional-interest/pages/victimsofcrimeandabus eofpower.aspx>

PÁGINA 23

- 30 "Women in entrepreneurship", Endeavor Insight, Agosto, 2020. <https://endeavor.org/content/uploads/2015/06/Women-in-Entrepreneurship-Report-Endeavor-Insight-and-Google.pdf>

PÁGINA 24

- 31 García, Loreanne, Cecilia Retegui y Mauro Antonio Vargas. Entrevistas realizadas por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevistas personales. Online, Octubre 14, Agosto 25 y Septiembre 8, 2020.

PÁGINA 26

- 32 "La salud mental y el bienestar de los emprendedores en México", Endeavor Intelligence, Diciembre, 2020. bit.ly/Sa-lud-mental-emprendimiento

PÁGINA 29

- 33 "Mejora de la trayectoria de las niñas y las mujeres de la escuela a las carreras científicas o CTIM", Rubiano-Matulevich et al, Febrero, 2019. <https://blogs.worldbank.org/es/pendata/mejora-de-la-trayectoria-de-las-ninas-y-las-mujeres-de-la-escuela-las-carreras-cientificas>

PÁGINA 30

- 34 Mejora de la trayectoria de las niñas y las mujeres de la escuela a las carreras científicas o CTIM", Rubiano-Matulevich et al, Febrero, 2019. <https://blogs.worldbank.org/es/pendata/mejora-de-la-trayectoria-de-las-ninas-y-las-mujeres-de-la-escuela-las-carreras-cientificas>

PÁGINA 35

- 35 "MO Technologies", consultado en diciembre de 2020. <https://wearemo.com>

- 36 "MO: Tecnología revolucionaria de IA y Machine Learning que le apuesta a la inclusión financiera", Forbes Advertorial, Septiembre, 2020. <https://forbes.co/2020/09/07/tecnologia/mo-tecnologia-revolucionaria-de-ia-y-machine-learning-que-le-apuesta-a-la-inclusion-financiera/>

- 37 "Veronica Crisafulli: a creative mind in the digital space", CIOLook, 2019. <https://ciolook.com/veronica-crisafulli-a-creative-mind-in-the-digital-space/>

PÁGINA 39

- 38 "Herimpact: Luciana Reznik", Endeavor Argentina, Marzo, 2019. <https://www.endeavor.org.ar/herimpact-luciana-reznik/>

- 39 "Wolox." Consultado en diciembre 2020. <https://www.wolox.com.ar/> <https://www.wolox.com.ar/>

- 40 "Nuevos Emprendedores Endeavor: Wolox y Turismocity", Endeavor Argentina, Diciembre, 2019. <https://www.endeavor.org.ar/nuevos-emprendedores-endeavor-wolox-turismocity/>

- 41 "La emprendedora que se animó a buscar respuestas", Endeavor Argentina, Mayo, 2019. <https://www.endeavor.org.ar/la-emprendedora-se-animó-buscar-respuestas/>

- 42 "Herimpact: Luciana Reznik", Endeavor Argentina, Marzo, 2019. <https://www.endeavor.org.ar/herimpact-luciana-reznik/>

PÁGINA 48

- 43 Starr, Pamela. "Mexico's Historical Inheritances". University of Southern California Lecture. Lecture presented in Los Angeles, May 15, 2019.

PÁGINA 49

- 44 "Fashion or action? Gender-stereotyped toys and social behavior", Sarah Murnen, 2018. <https://doi.org/10.1037/0000077-010>

- 45 "Women in the Digital Age", Comisión europea, 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/women-digital-0>

- 46 "5 retos para lograr la equidad de género en América Latina", Banco de desarrollo de América Latina, Marzo, 2016. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/03/5-retos-para-lograr-la-equidad-de-genero-en-america-latina/>

PÁGINA 50

- 47 Ayala, Mauro. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Online, 8 de octubre de 2020.

- 48 Gomez, Constanza. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, 20 de octubre de 2020.

- 49 "Women in the Digital Age", European commission, 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/women-digital-0>

- 50 Torres, Jullie L. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, 4 de noviembre de 2020.

PÁGINA 51

- 51 "¿Se necesitan estadísticas sobre las mujeres emprendedoras!", Banco Mundial Blogs, Marzo, 2020. <https://blogs.worldbank.org/es/datos/se-necesitan-estadisticas-sobre-las-mujeres-emprendedoras>

- 52 "La brecha salarial entre hombres y mujeres en Latinoamérica", Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2019. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_697670.pdf

- 53 Fernández, Carlos. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, 9 de septiembre de 2020.

- 54 Harkatz, Sheila. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, 12 de octubre de 2020.

- 55 Masnatta, Melina. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, 7 de septiembre de 2020.

PÁGINA 52

- 56 Cruz, Marta. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, 3 de noviembre de 2020.

- 57 Ibidem

- 58 "Evidence that investors penalize female founders for lack of industry fit", Kanze et al., Noviembre, 2020. <https://advances.sciencemag.org/content/6/48/eabd7664>

- 59 Chang, Christine. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, 27 de enero de 2021.

- 60 "Top Women Investing In Latin American Tech", The Association for Private Capital Investment in Latin America (Lavca), Diciembre, 2020. <https://lavca.org/vc/women-investing-latin-american-vc-decision-makers/>

PÁGINA 53

- 61 Fundada por dos partners exitosas, Marta Cruz, Co-founder & Managing Partner at NXP Ventures, y Susana Garcia-Robles, Senior Partner at Capria.

- 62 Organizaciones como Mujeres Invirtiendo y WelInvest LatAm, por ejemplo, han creado directorios de mujeres calificadas.

- 63 Chang, Christine. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Online, 27 de enero de 2021.

- 64 Ibidem.

- 65 Garcia-Robles, Susana. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, octubre 3, 2020.

PÁGINA 54

- 66 "Women in the Digital Age", European commission, 2018. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/women-digital-0>

67 "La salud mental y el bienestar de los emprendedores en México", Endeavor Intelligence, Diciembre, 2020. bit.ly/-Salud-mental-emprendimiento

68 OKR es el acrónimo en inglés para objetivos y resultados clave, en otras palabras, métricas específicas para rastrear el logro de una meta. KPI es el acrónimo en inglés para indicadores de desempeño clave, en otras palabras cualquier medida cuantitativa usada para evaluar el progreso y alcanzar con éxito algún objetivo.

PÁGINA 55

69 Ibidem

70 Allraise, Consultado en: Diciembre, 2020. <https://www.allraise.org/>

PÁGINA 56

71 Mora, Juan José. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, Octubre 1, 2020.

72 Ibidem

73 Chang, Christine. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, Enero 27, 2021.

74 En este enlace se pueden encontrar recomendaciones para eliminar el sesgo en las descripciones laborales: <https://www.glassdoor.com/employers/blog/10-ways-remove-gender-bias-job-listings/>

PÁGINA 58

75 El nombre del programa fue inspirado en la película Star Wars. Son mujeres aprendiendo y creciendo para convertirse en JEDIs.

PÁGINA 60

76 Schiuma, Hanna. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, Octubre 2, 2020.

77 "Evidence that investors penalize female founders for lack of industry fit", Kanze et al. Noviembre, 2020. <https://advances.sciencemag.org/content/6/48/eabd7664>

78 Harismendy, María. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, Octubre 6, 2020.

79 Mora, Juan José. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online, Octubre 1, 2020.

80 Cruz, Marta. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online. Noviembre 3, 2020.

PÁGINA 61

81 Panel de Discusión por Endeavor para los fines de este estudio. Personal Event. Online, Agosto 25, 2020.

82 Ben & Frank es una empresa que nació "digital-first". Por esta razón se incluye dentro del análisis.

83 Schiuma, Hanna. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Online. Octubre 2, 2020.

84 "La salud mental y el bienestar de los emprendedores en México", Endeavor Intelligence, Diciembre, 2020. bit.ly/-Salud-mental-emprendimiento

PÁGINA 62

85 Ibidem

86 Castelli, Sabrina. Entrevista realizada por Endeavor para los fines de este estudio. Entrevista personal. Online. Noviembre 11, 2020.

87 "WeXchange fue fundada en 2013 como una iniciativa del BID Lab, el laboratorio de innovación del Banco Interamericano de Desarrollo, con el objetivo de desatar el potencial de crecimiento de las mujeres emprendedoras en STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) en América Latina y el Caribe". <https://wexchange.co/en/about-us/#what>

PÁGINA 63

88 Castillo, Mariana y Agustina Fainguersch. Panel de Discusión por Endeavor para los fines de este estudio. Evento Personal. Online. Agosto 25, 2020.

MASTERCARD

Mastercard es una empresa líder de tecnología global en la industria de medios de pagos que durante más de 50 años ha sido pionera en tecnología haciendo que los pagos sean más simples, inteligentes y seguros. Con un compromiso y dedicación constantes para brindar valor a consumidores y empresas, nuestra misión es conectar y potenciar una economía digital inclusiva que beneficie a todos, en todas partes. Utilizando datos y redes protegidas, alianzas y pasión, nuestras innovaciones y soluciones ayudan a individuos, instituciones financieras, gobiernos y empresas a alcanzar su mayor potencial. Nuestro coeficiente de decencia impulsa nuestra cultura y todo lo que hacemos dentro y fuera de nuestra empresa. Con conexiones a lo largo de más de 210 países y territorios, estamos construyendo un mundo sostenible que abre a posibilidades que no tienen precio para todos mientras estamos creando oportunidades para más personas en más lugares para las próximas generaciones. www.mastercard.com

ENDEAVOR

Establecido en 1997, Endeavor lidera el movimiento de emprendimiento de Alto Impacto a nivel global y promueve el crecimiento económico y la creación de empleos al seleccionar, mentorear y acelerar a los mejores Emprendedores de Alto Impacto en el mundo. A la fecha, Endeavor ha evaluado a más de 70 mil emprendedores y seleccionado a más de 2 mil 89 Emprendedores de Alto Impacto, quienes dirigen mil 304 empresas de rápido crecimiento.

Con el apoyo de la red global de mentores Endeavor, estos Emprendedores de Alto Impacto han creado más de 4 millones de empleos, generaron más de 24 mil millones de dólares en ingresos en 2019 e inspiran a futuras generaciones a innovar y tomar riesgos. Con sede en la ciudad de Nueva York, Endeavor opera en más de 38 mercados alrededor del mundo.

© Todos los derechos reservados, Endeavor México 2021.

SOBRE ENDEAVOR INTELLIGENCE UNIT

EIU es la división de investigación e inteligencia de la organización, que busca generar valor para los emprendedores de alto impacto, el ecosistema emprendedor y Endeavor al proporcionar información de valor percibido junto con datos confiables.

EIU encabeza una serie de iniciativas para posicionar a Endeavor como líder del emprendimiento en México. Dichas iniciativas incluyen datos abiertos; estudios, reportes, y el nuevo proyecto de data lab que aprovecha las conexiones de la organización con el ecosistema emprendedor para mapear a los principales actores y crear recomendaciones para un crecimiento responsable. Business Intelligence: desarrolla diversos modelos a través de ciencia de datos para probar hipótesis y descubrir las correlaciones entre variables.

Para mayor información del trabajo de Endeavor consulta la siguiente liga
https://www.endeavor.org.mx/data_lab.html con información de nuestros estudios.

EQUIPO DE ENDEAVOR

Managing Director & Latam Regional Advisor

Vincent Speranza

Intelligence Director

Enrico Robles del Río

Insights Leaders & Project Managers

Aura Lizeth Rentería Payán

Camila De Ferrari

Sofía Bosch

Business Intelligence & Data Analytics Leader

Act. Carol Martínez

Asistentes de investigación

Marcial Amieva

María Aguilar

Maricruz Toxqui Minto

Rafael Gutiérrez Benitez

Diseño editorial

Alan Hurtado Mendoza

Conceptualización de diseño

Elena Grajales

Lucía Barbieri

Zazil Montero

Marketing digital

Javier Valdez

Juan Carlos Muñoz

Corrección de estilo y edición

Ilse Maubert

EQUIPO DIRECTIVO ENDEAVOR MÉXICO

**Managing Director
& Latam Regional Advisor**

Vincent Speranza

Business Development Director

Véronique Billia

**Entrepreneur & Ecosystem
Advocacy Director**

Gimena Sánchez

CFO & Intelligence Director

Enrico Robles del Río

**Marketing & Communications
Director**

Patricia Gameros

**Outreach Director
& Mentor Care Director**

Cynthia Torres

CRÉDITOS Y AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Christine Chang por realizar la revisión inicial de este documento y brindarnos sus opiniones y comentarios al respecto.

De igual manera, agradecemos de manera especial a los 74 emprendedores y aliados que participaron en la realización de este estudio a través del enriquecimiento de la muestra, análisis e interpretación de nuestros hallazgos y que nos permitieron entrevistarlos:

Abigail Rakower (**Ualá**), Adriana Soto (**Progressus**), Agustina Fainguersch (**Wolox**), Amanda Sotto (**Play Business**), Andrea Sierra (**De Pelos**), Andrés Gómez (**DataWifi**), Andres Jara (**Nubimetrics**), Carlos Fernández (**Polymath Ventures**), Carolina Parga (**Laboratoria**), Cecilia Retegui (**Zolvers**), Constanza Gomez (**C Minds**), Courtney McColgan (**Runa HR**), Damián Camarasa (**Ualá**), Diana Salazar (**GeekGirls LatAm**), Diego Ballesteros (**BEWE**), Diego Solveira (**Ualá**), Dra. Mercedes Ruggeri (**Citaldoc**), Eduardo Paulsen (**Ben & Frank**), Gabriela Ugarte (**Mastercard**), Georgina Sposetti (**Un Ensayo para Mi**), Hanna Schiuma (**Mujeres en Fintech & Belo**), Ianir Sonis (**ReservaTurno, Almundo & Flimper**), Ingrid Briggiler (**Llamando al Doctor**), Joan Segura (**Play Business**), Joanna Prieto (**GeekGirls LatAm**), Jorge Andrés Madrid (**Innpulsa Empodera**), Juan José Mora (**Atlantia Search**), Juana Barco (**Backstartup**), Judith Irusta (**Quales Group**), Juliana Villalba (**Rebus**), Jullie Lindsay Torres (**Datup**), Laura Rodríguez (**Glott Learning**), Laurène Maire (**YEMA y Luuna**), Lilian Simbaqueba (**LiSim**), Liliana Heredia (**Apptizer**), Liliana Reyes (**AMEXCAP**), Liora Deich (**Brandatta**), Loreanne García (**KAVAK**), Lorraine Sandoval (**Travvis**), Lucía Ledesma (**Globant**), Luciana Reznik (**Wolox**), Manuela Sánchez (**Laika**), María Alejandra González (**Tandamos**), María Carolina Suárez (**Latimpacto**), María Devoto (**WISE Latin America**), Fernanda de Velasco (**Play Business**), María Harismendy (**Voces Vitales Argentina**), María José Céspedes (**Latimpacto**), Mariana Castillo (**Ben & Frank**), Mariana H. Barreto (**WorqLab**), Marina Ponzi (**Ladies Brunch**), Marisol Capetillo (**VERSE Technology**), Marta Cruz (**NXTP & WeInvestLatam**), Marta Helena Forero (**UBITS**), Mauro Antonio Vargas (**GENDES**), Mauro Ayala (**Alquilando**), Melina Masnatta (**Chicas en Tecnología**), Mónica Lastra (**Transforma tu Carrera**), Mónica Patiño (**Servinformación**), Nico Berman (**KaseK Ventures**), Noemí Valencia (**Knotion**), Paola Bortoluz (**HerSafeSpace**), Rebeca Vela (**Mastercard**), Sabrina Castelli (**Mujer Financiera**), Salvador Alejandro Gutiérrez (**Laboratoria**), Samara Salas (**CommonSense**), Sandra Herrera (**Intoit Digital**), Sheila Harkatz (**Mujeres En Carrera**), Susana Espinosa de los Reyes (**Mujeres Invirtiendo & Angel Ventures**), Susana Garcia-Robles (**CAPRIA, WeXchange & WeInvestLatam**), Tania Zapata (**Akily**), Verónica Crisafulli (**MO Technologies**), Wanda Weigert (**Globant**) y Ytzia Belausteguioitia (**Troquer**).

También queremos agradecer a las 114 mujeres emprendedoras que participaron en nuestra encuesta, apoyándonos a tener un mejor panorama de la comunidad de mujeres emprendedoras del sector tecnológico de Bogotá, Buenos Aires, y México.

