

BRECHA DIGITAL DE GÉNERO. LIDERAZGO EMPRESARIAL FEMENINO Y TICs.

Fecha : Febrero 2019

Autora: Angustias Bertomeu socia BPW Spain

La **primera brecha** de género¹ se produce en el acceso a Internet en España sigue siendo de las mayores de los países occidentales, encontrándose especialmente intensa a partir de los 45 años de edad, con unas diferencias de hasta el 9% entre sexos.

En cuanto a la **segunda brecha** digital, las mujeres presentan un menor aprovechamiento y uso de las herramientas informáticas, siendo especialmente relevante en tareas de mayor complejidad.

Sobre la brecha digital de acceso aunque todavía nos encontramos lejos de la paridad: la diferencia entre géneros se sitúa en el 1,8%. El descenso interanual es de casi la mitad, aunque deberíamos ser cautelosos a la hora de valorar esta mejora en vista de la tendencia, a veces errática, de esta estadística.

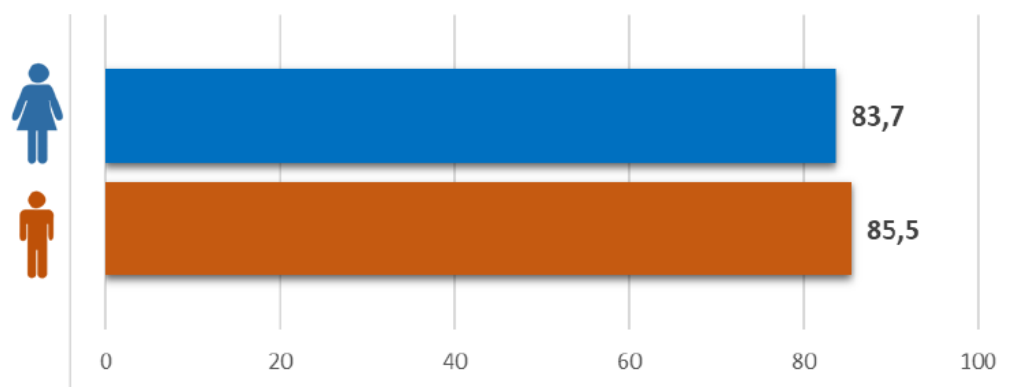


Ilustración 1. Personas que han utilizado alguna vez Internet en los últimos tres meses por género, 2017. INE

¹ Mujer y tecnología 2018. Informe realizado por UGT.

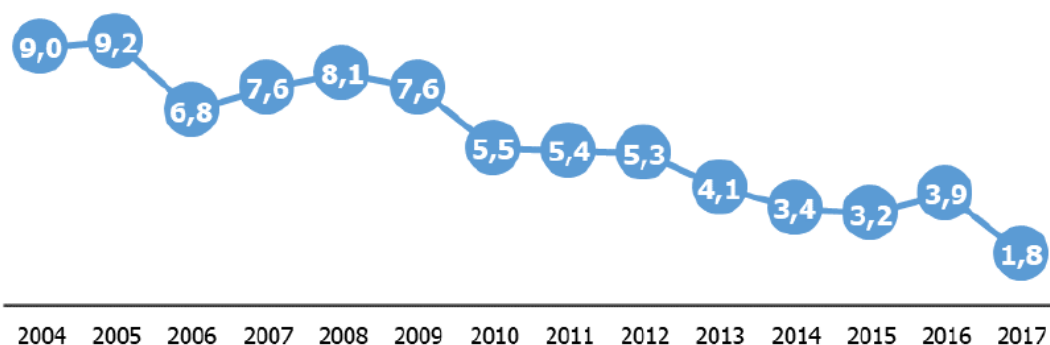


Ilustración 2. Evolución de la Brecha Digital de género en España, 2007-2017. INE

No obstante, esta mejora del último año no mitiga el desequilibrio entre las franjas de edad de los internautas. Esta progresiva paridad no tiene su reflejo entre las mujeres con edades superiores a los 45 años, que siguen registrando diferenciales superiores al 7%, e incluso se cifran en más de un 9% de hombres que usan Internet, más que mujeres, con edades entre los 45 y los 54 años:

	Mujeres	Hombres	Diferencial
16 a 24 años	47,7	50,7	-3,0
25 a 34 años	58,5	55,9	+2,6
35 a 44 años	52,0	52,3	-0,3
45 a 54 años	36,1	45,2	-9,1
55 a 64 años	19,3	27,6	-8,3
65 a 74 años	7,2	14,4	-7,2

Tabla 1. Personas que han comprado a través de Internet en los últimos 3 meses, INE

En términos comparativos internacionales, el retraso de España en el acceso igualitario a Internet entre hombres y mujeres es muy evidente. Empezando por los organismos de carácter mundial, la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU2) nos coloca en un 37º puesto de 90 países analizados, lejos de los países nórdicos y Francia (con absoluta paridad) o Irlanda (con un 2% más mujeres que hombres internautas). Idénticos guarismos exhibe la UNECE (Comisión Económica de

las Naciones Unidas para Europa), que colocan a España en una situación muy lejana de la esperable paridad entre sexos en el acceso a Internet: puesto 26º de 31 países con datos comparables.

En el contexto europeo, la situación es análoga: nuestro país sigue a más de dos puntos porcentuales de la media de la Unión Europea en mujeres que nunca se han conectado a Internet y muy lejos de las ratios de los países más avanzados en la materia. Por ejemplo, este porcentaje baja a un 9,5% en Alemania, o a un 3,6%, mientras que en España casi supera el 19% en 2016.

Esta asimetría en el acceso a Internet se incrementa cuando se amplían los datos al aprovechamiento de Internet, a la denominada segunda brecha digital, íntimamente relacionada con las habilidades adquiridas por medios educativos convencionales o individuales, ya sean formales o autodidactas.

	Hombre (%)	Mujer (%)	Diferencial (%)
Recibir o enviar correo electrónico	81,9	77,8	-4,1
Copiar o mover ficheros o carpetas	70,5	63,5	-7
Transferir ficheros entre el ordenador y otros dispositivos	67,1	59,1	-8
Instalar software o aplicaciones (apps)	66,5	55,5	-11
Usar funciones avanzadas en hojas de cálculo	30,5	22,2	-8,3
Crear presentaciones o documentos que integren texto, imágenes, tablas o gráficos	47,4	44,4	-3,2
Cambiar la configuración de cualquier software, incluidos el sistema operativo y los programas de seguridad	35,4	20,8	-14,6
Programar en un lenguaje de programación	9,7	4,2	-5,5
Usar un procesador de texto	62,1	57,3	-4,8
Usar software para editar fotos, video o archivos de audio	45,4	40,6	-4,8
Banca Electrónica	57,2	51,9	-5,3
Utilizar algún espacio de almacenamiento en Internet para guardar ficheros con fines privados	43,8	36,6	-7,2

Tabla 2. Tareas informáticas realizadas alguna vez segregadas por género. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2017, INE



De nuevo, en todos los parámetros descritos, las mujeres presentan un menor aprovechamiento y uso de las herramientas informáticas, siendo especialmente relevante en tareas de mayor complejidad, y que necesitan de más conocimientos, como pueden ser en aspectos relacionados con la configuración de aplicaciones, la programación o la instalación de periféricos.

En el caso de mujeres empresarias, profesionales o autónomas, son justamente estas habilidades de las tecnologías, las que se relacionan directamente con sus tareas cotidianas en sus empresas o despachos. Por tanto, esta brecha es especialmente la que nos afecta e impide la modernización de los procesos internos y sus beneficios inmediatos en la gestión del tiempo y de los recursos.

LIDERAZGO Y EMPRESARIADO FEMENINO TICS

Las mujeres están siendo hoy las plenas protagonistas del crecimiento empresarial de nuestro país. Suman ya 923.400 las empresarias y miembros de cooperativas, constituyendo el 12% de la ocupación femenina y el 30% del empresariado en España².

Pero junto a estos datos optimistas, también es cierto que nuestras empresarias han de afrontar determinados obstáculos vinculados a las desigualdades de género (actividad poco diversificada, reducido tamaño del negocio, inferiores niveles de facturación, bajos índices de internacionalización, menor identificación con el rol de empresarias, dificultades en la gestión del tiempo, escasa participación y reconocimiento en las organizaciones representativas del empresariado, etc.).

Entre estos obstáculos, se encuentra precisamente el acceso a las TIC. De hecho, recientes estudios muestran cómo el grado de informatización en las empresas de mujeres es claramente insuficiente. Cuotas del 44.1% en el área de producción, del 51.5% en el área de administración, del 37.3% en el área de ventas y del 28.6% en el del marketing. Sin embargo, la mayoría de las empresarias se interesa en obtener información sobre las nuevas tecnologías, aunque sólo el 2,5% usan Internet como vía de información.

Desde esa perspectiva, el pleno acceso de las empresarias a las TIC puede ser una vía muy importante para lograr una presencia más activa –y competitiva- de las mujeres en la economía y el desarrollo, así como un factor para la creación de empleo femenino, dado que las empresarias no sólo crean empleo para sí mismas sino que también lo hacen para otras mujeres.

² Fuente: INE. EPA, IV Trimestre de 2015.



El liderazgo femenino está marcando otras formas de gestionar, está basado en el empoderamiento de las mujeres que es el proceso de transformación mediante el cual cada mujer, deja de ser objeto de la historia, la política y la cultura, deja de ser el objeto de los otros y se convierte en sujeto de su propia vida. Desde esta nueva posición la gestión de la vida y los proyectos empresariales plantean nuevos retos.

*«Cuando un hombre habla fuerte, tiene carácter,
cuando lo hace una mujer se puso histérica o furiosa;
cuando un hombre se conmueve es sensible,
la mujer no sabe manejar sus emociones;
si un hombre se toma un tiempo para tomar una decisión es sabio y prudente, la mujer es indecisa».* Michelle Bachellet

El liderazgo y la gestión son hoy más importantes que nunca. Como dice Tom Peters, “el futuro tiene dos palabras: comercio electrónico y mujer”. Sin embargo, la mayoría vivimos y trabajamos en empresas creadas por y para un 5% de la población: hombres blancos de mediana edad. Una empresa jerarquizada y homogénea, que mira a su jefe y le da la espalda al cliente. El éxito se deriva del hecho de ser diferente, y estar siempre dispuesta a cambiar.

El liderazgo empresarial ha pasado por varias fases, primero estaba ocupado por abogados y las S.A., el desarrollo tecnológico dio paso al liderazgo de los ingenieros. La tercera generación eran titulaciones de MBA, para poder gestionar mejor el flujo financiero y administrativo. Ahora el flujo es de conocimientos, el liderazgo tiene que gestionar el flujo de ideas y atraer la atención.

Según la OIT: Las empresarias tienden a desarrollar un estilo gerencial más colaborativo, establecen relaciones más horizontales que favorecen la sostenibilidad y el asociacionismo.

LAS REDES ASOCIATIVAS Y PRODUCTIVAS

La modernización empresarial implica participar en los nuevos flujos económicos y sociales de la Sociedad de la Información, el conocimiento de las TIC es un requisito de crecimiento empresarial.

- Sirven de impulso a las actividades productivas de las mujeres en aspectos materiales y afectivos.
- El impulso emocional puede ser determinante de su sostenibilidad.



- Las redes pueden ser garantía de acceso a mercados, difusión y asesoramiento.
- Las redes son soporte y tejido que sirve de base a la sostenibilidad y desarrollo de las emprendedoras.

Ahora deben ser también redes digitales, la incorporación a las TIC eleva la productividad empresarial, mejorando las relaciones de comunicación e implantación en el mercado, las comerciales y humanas en la empresa.

La tecnología no es algo extraño a las mujeres, está vinculada a nuestra historia desde los inicios de actividad humana. La rueda, la aguja, los utensilios para preparar, conservar y cocinar los alimentos, la máquina de coser, los electrodomésticos, en definitiva son productos del desarrollo tecnológico, pensados y creados, a veces por mujeres y casi siempre para las mujeres.

Reconstruir la participación de las mujeres significa recuperar, comprender, y aprender de las experiencias, del conocimiento, y del saber de las mujeres, reconocernos autoridad unas a otras, reforzarnos en la genealogía de las mujeres que abrieron caminos antes que nosotras.

Frente a las barreras al crecimiento y fortalecimiento de los negocios femeninos, las TIC permiten:

- Mejorar a bajo coste
- Ampliar el mercado y llegar a más gente
- Gestionar el tiempo eficazmente

Frente a la falta de modelos igualitarios o alternativos a los establecidos, las TIC permiten:

- Intercambiar información y coordinar energías
- Crear espacios comunes
- Visibilizar ejemplos y logros de igualdad

Frente a la falta de participación de las mujeres en la “Agenda Social”, las TIC permiten:

- Hacer más fácil el acceso de las mujeres a los espacios en los que se generan las decisiones y se fragua el cambio social.
- Ayudan a reconocer y amplificar nuestra voz: porque sin voz no hay inclusión.



UNA NUEVA ÉTICA PARA NUEVOS LIDERAZGOS

Nos queda hablar de la ética. No es la estética, no es un maquillaje de buena apariencia. No es una estrategia de mercado, ni de imagen, no es una forma de vender con mejor tono, “el buen rollito” con el que se visten algunas empresas para vender mejor.

La ética es una forma de interpretar la vida y por tanto, todo lo hacemos como ciudadanas, también nuestro trabajo y las relaciones que establecemos con las personas que contratamos, o a quien nos dirigimos como usuarias o consumidores.

Marcela Lagarde habla de “Una nueva ética para nuevos liderazgos”. Nosotras no somos hombres castrados, ni mujeres sin género, ni personas, o seres humanos neutros. Somos siempre mujeres, seres integrales. No estamos sólo para recrear utopías, estamos para hacerlas realidad y ganar al mundo territorios de tejido social.

Un trato de compromiso y honestidad que implique cuentas claras, obligaciones asumidas y pactadas, y un uso equitativo de los recursos.

Como dice Salima Ghezali (...) Las mujeres están elaborando desde su práctica cotidiana una nueva forma de gestionar la humanidad (...)

