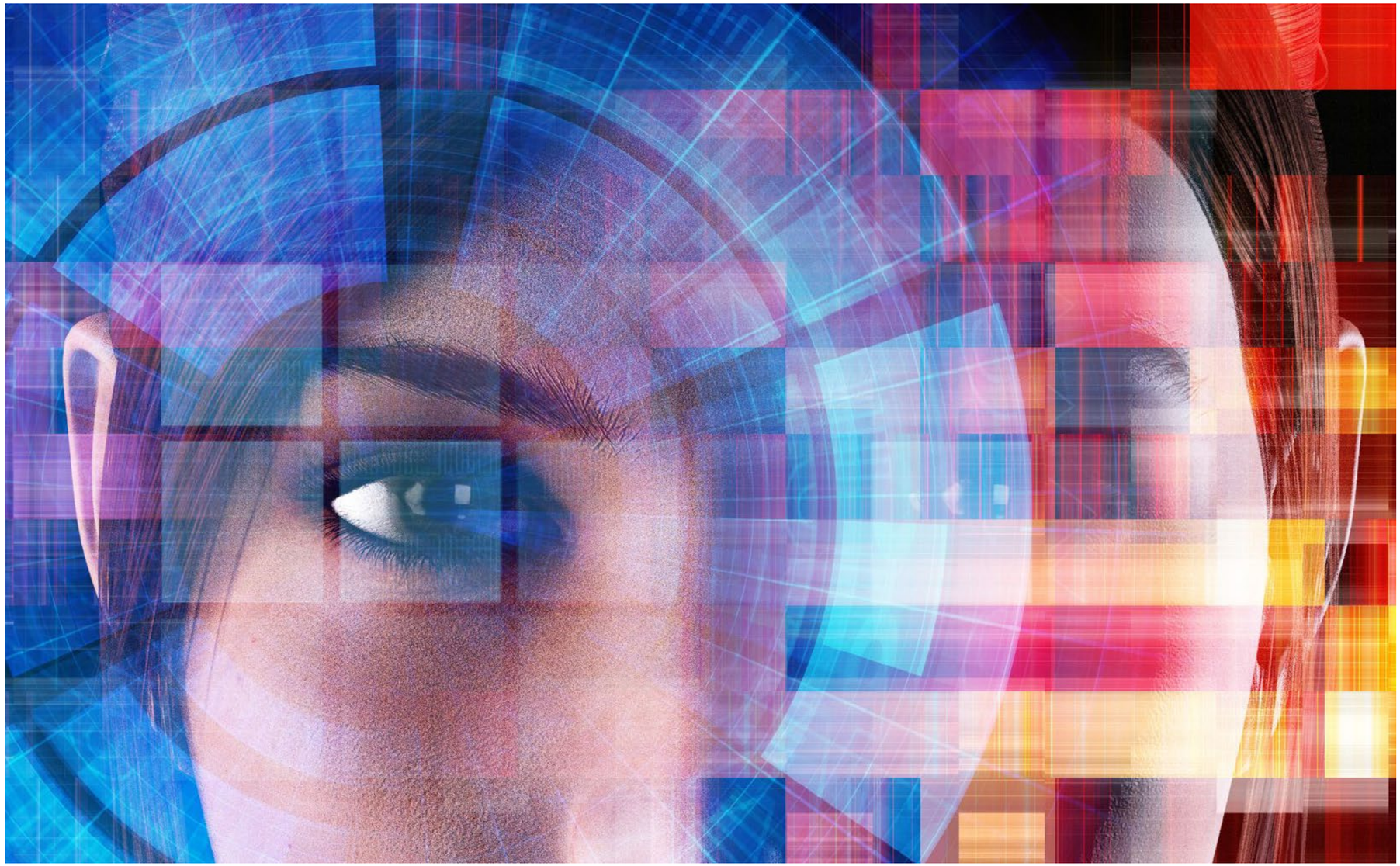
La mujer, cada vez más presente en el Canal, pero...

Si, la mujer está cada vez más presente en las TIC en general y muy especialmente en el Canal. No son pocos los fabricantes que tienen a una mujer como cabeza visible. Pero aún queda trabajo por delante. Es lo que nos cuentan sus protagonistas en las siguientes líneas en la celebración del 8 de marzo.



La mujer tiene cada vez más presencia en las TIC en general y en el Canal en particular. Es una evidencia. Pero aún le queda camino por recorrer. Las cifras las que lo indican.

Redacción

Las cifras

Si bien las mujeres representan el 50 o 51% de la población, ese porcentaje se sitúa alrededor del 23% en el sector tecnológico, dice Elena García Mascaraque, directora de Canal de Servicios de Seguridad de WatchGuard Technologies. Y no sólo eso, pues según el último informe DESI de la Comisión Europea, las mujeres que trabajan en las TIC en España suponen el 1,7% del total de trabajadores, mientras los hombres representan el 6,2%. Así, sólo uno de cada cinco puestos TIC en España (el 20%) es ocupado por mujeres, como corroboran también los datos de ONTSI-Red.es.

A lo que hay que unir un estudio elaborado por (ISC)2 que concluye que la representación de la mujer en este sector es del 25% a nivel global. "Si tenemos en cuenta que en 2013 era del 11%, podemos avanzar que estamos en el camino hacia la paridad, si bien la presencia femenina apenas representa una cuarta parte del mercado laboral en este sector. Es previsible que dentro de la franja de edad correspondiente a los *millennials* y la Generación Z haya un mayor número de mujeres que opten por trabajar en nuestro sector", expone

Ana Vertedor, SVP Canal y Alianzas de Salesforce para Italia e Iberia.

Rocío Vaquero, responsable de Canal para Iberia y Mediterráneo de Armis.

Por lo tanto, y en su opinión, todavía estamos lejos de aquellas cifras generales de la sociedad. "Claro que se han dado importantes pasos si comparamos lo que somos ahora con lo que éramos en el pasado, pero también es cierto que aún estamos lejos de tener una mayor representación. En mi opinión, es preciso empezar desde la base, donde las mujeres también tenemos que tomar caminos profesionales relacionados con el mundo de la tecnología; y, a partir de ahí, eliminar sesgos y fomentar un término que a mí me encanta, que es el de fomentar el talento sin género. Donde el talento prime sobre otra serie de consideraciones y de estilos de liderazgo más tradicionales", añade.

En consecuencia, es hora de hablar del talento cuando aparecen sobre la mesa las oportunidades laborales. O al menos así lo cree Marta Perona, *Channel account manager* de Trend Micro Iberia, quien tiene claro que "debemos cambiar la mentalidad o el prisma con el que se miran las cosas y que, cuando hablemos de oportunidades laborales, lo hagamos en términos de talento de las personas".

"Distintos estudios reflejan que las mujeres poseemos mejor mano para solucionar problemas. Además, a la empatía hay que añadir nuestra capacidad para innovar. En nuestro caso, el de CyberArk, la región a la que pertenezco, que es el

Blanca Galletero, vicepresidenta de Canal y Alianzas para EMEA de Zscaler.

sur de Europa, todas somos mujeres. Tanto en Francia, como en Italia o aquí, en Iberia. Y mi jefe, Carsten Wenzel, encantado —dice riendo—. Y eso se nota en cuanto a igualdad de pensamiento",

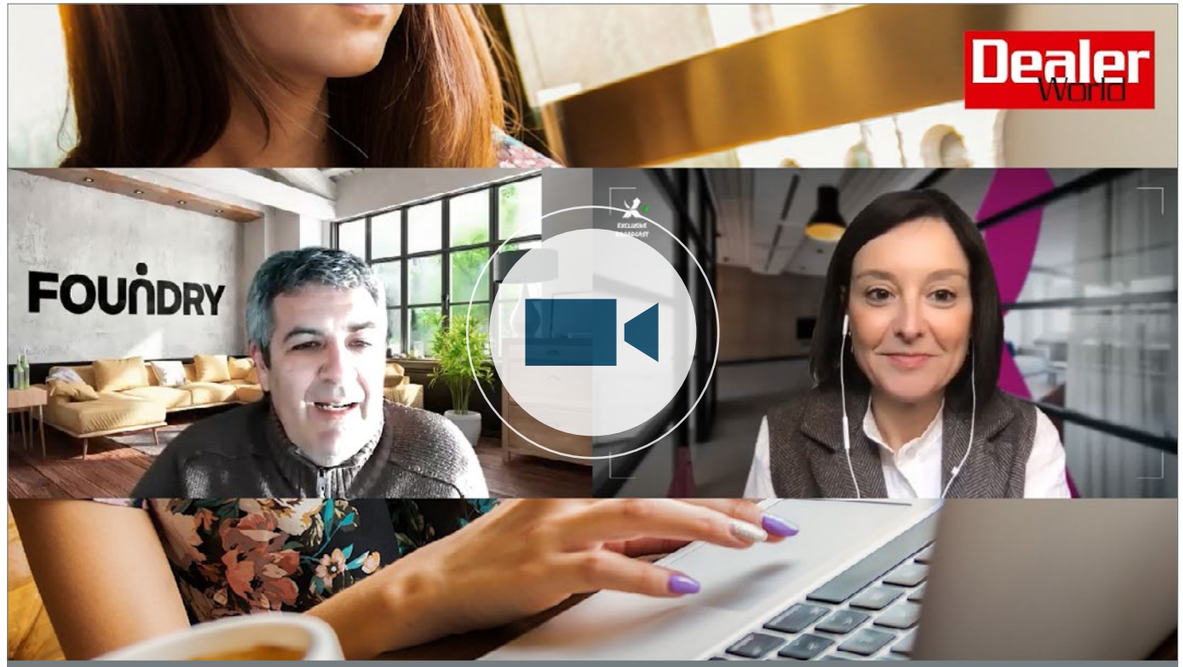
Inés Bermejo, directora general de HP Iberia.

explica Karina Rojas, directora de Canal de CyberArk para España y Portugal.

El origen de esta situación

"Siempre digo que es un tema cultural y de educación", admite Carmen Muñoz, directora general de Exclusive Networks Iberia y la única en este puesto en un mayorista. "Está claro que hasta no hace demasiados años las carreras técnicas estaban más orientadas hacia los hombres. La situación de la mujer era muy diferente, lo que condicionaba mucho también la vocación e incluso los estudios de las niñas. Sin duda, esto es algo que no se puede solucionar en pocos años. Al final, el cambio nace en las familias, en las organizaciones. En general, ese cambio de chip ya se ha producido en la sociedad. Creo que todos somos conscientes de que los niños y las niñas tienen igualdad oportunidades y que estas últimas tienen cada vez hay más interés en la tecnología, en carreras técnicas. Por consiguiente, estoy convencida de que en unos años se verá mucha más presencia femenina en este sector".

Además, en décadas anteriores la tecnología se percibía tradicionalmente como un sector para hombres y se fomentaba muy poco que las estudiantes que empezaban la universidad pudieran plantearse estudiar carreras relacionadas y progresar profesionalmente en ese sector. "Hay que hacer un enorme trabajo entre todos, desde la sociedad, la



Carmen Muñoz, directora general de Exclusive Networks.

educación y la empresa, para eliminar esta percepción tal y como están haciendo muchas mujeres, que están abriendo camino a una generación de chicas que van a hacer grandes cosas en estos sectores", dice Marta Aleixandre, directora de Recursos Humanos Ingram Micro Iberia.

La tendencia

¿Podríamos ver no dentro de mucho una paridad de cargos dentro de las TIC, y más en concreto en el Canal? Blanca Galletero, vicepresidenta de Canal y Alianzas para EMEA de Zscaler, sostiene que la tendencia es sin duda positiva, pero que aún estamos lejos de alcanzar la paridad en los próximos años. "Creo que tenemos que aumentar la visibilidad en el ecosistema de las mujeres con más talento", añade. Como ejemplo pone el de la empresa cuyo Canal dirige, Zscaler, especialista de seguridad en el espacio de la nube. "Estamos especialmente comprometidos a cerrar la brecha tan

Nieves Calvo, responsable de Desarrollo de Negocio en las Alianzas, Kyndryl España y Portugal.

pronto como podamos. En España contamos con una mujer directora, Raquel Hernández, y trabajamos por atraer más talento femenino para que se una al espacio de la ciberseguridad".

"Cuando empecé a trabajar en Madrid, estaba rodeada de hombres y había muy pocas mujeres", recuerda Ana Vertedor, SVP Canal y Alianzas de Salesforce para Italia e Iberia. Y eso, en el mundo del Canal, se hace aún más evidente. Y todavía cree que éste es un mundo mayoritariamente masculino, "pero esto está cambiando". Pero "para que algo deje de ser cerrado, tiene que abrirse desde dentro o lograr que muchas llamemos a su puerta. Muchas empresas de tecnología han adoptado políticas de conciliación y flexibilidad laboral y se están promoviendo cambios culturales para aceptar y valorar la diversidad de roles y responsabilidades de las mujeres. A todos nos gustaría estar en los más avanzados, pero se empezaba prácticamente desde cero. Ahora se están tomando medidas para abordar la discriminación por edad y promover la igualdad de oportunidades para las mujeres en todas las etapas de la carrera profesional", explica.

¿Un mundo demasiado masculino?

Hace unas décadas sí. Eso es lo que piensan todas las consultadas para el

María Herranz, directora de Canal de Cisco España.

presente reportaje, conscientes de que la presencia femenina es cada vez mayor en el Canal. "Hacer una transición rápida es muy complicado. Tendremos que esperar algunos años más a que entren al sector las nuevas generaciones para

Mariví Calvo, *partner manager* de Arsys.

que este cambio sea más real", sostiene Vanesa Gomez, directora de Marketing de Kinyo.

"Quizás se tenga esa impresión desde fuera, pero es tan cerrado como cualquier otro entorno hiperespecializado.

Elena García Mascaraque, directora de Canal de Servicios de Seguridad de WatchGuard.

Quienes trabajamos en esto todos los días nos parece que es algo normal, pero estamos hablando de un entorno muy específico con un negocio muy concreto. No solamente es el conocimiento técnico o la formación que tenga una persona lo que marca la diferencia en cuanto al desempeño en el Canal. También hacen mucho la experiencia y la trayectoria que hayas tenido. Esto hace que las relaciones personales pesen mucho. Por eso es un sector, en efecto, un tanto endogámico", apunta Sara Crespo, *Channel account manager* de Fortinet.

En esta opinión abunda Pilar García Garzón, directora general de Orbit Consulting Group. Cree que el Canal sigue siendo masculino, continúa siéndolo, pero no cerrado. Considera que las oportunidades están ahí igualmente tanto para hombres como para mujeres.

"Ahora igual lo que toca es cambiar ciertos estigmas, si no ya tanto referidos a la masculinización del sector sí relacionados con su atractivo. Es decir, quizás hay que divulgar más que detrás de esos conceptos tan técnicos que a veces asustan como *cloud*, *IoT*, *blockchain*, inteligencia artificial, *machine learning*, etc., lo que hay es una carrera profesional en la que se premian y se desarrollan habilidades tan humanas como la curiosidad, la creatividad, tener una actitud crítica, participar en entornos de colaboración, etc. En definitiva, ver la tecnología como una vía para mejorar la sociedad.

Como ejemplo, Pilar Martín, directora comercial de TD SYNNEX España, confiesa que "quizás no he tenido que pelear de la misma manera porque ha habido otras mujeres que, antes que yo, han trabajado y se han esforzado, mujeres que son referentes de la industria y cada vez más numerosas. Ellas sí que, de una forma consciente o inconsciente, han tenido que romper los primeros techos de cristal, mujeres valientes que en su día decidieron romper las barreras que impedían entrar en un mundo de hombres".

Marta Perona, *Channel account manager* de Trend Micro Iberia.

De todas formas, que haya cada vez mujeres al frente del Canal o de la gestión de las alianzas de una empresa de debe a que "se trata de un rol que encaja muy bien en el perfil general de las mujeres, "dado que requiere de mucha

empatía e inteligencia emocional", Nieves Calvo, responsable de Desarrollo de Negocio en las Alianzas, Kyndryl España y Portugal. En su opinión, "muchas veces te encuentras en situaciones donde, por un lado tienes que defender los intereses de tu compañía, pero por el otro también tienes que velar por los de tu socio/alianza, puesto que ellos cuentan contigo como su aliado dentro de tu organización".

No obstante, Inés Bermejo, directora general de HP Iberia, es de la opinión de que "el Canal no es ni más ni menos que un reflejo de la sociedad en que vivimos. La solución pasa por trabajar por educar desde pequeños a los niños y niñas, para que entiendan que vivimos en un mundo nuevo. Un mundo en el que no existen diferencias por cuestión de género. Ahora toca visibilizar y dar voz a los grandes ejemplos de mujeres que lideran estos sectores y que son ya motores de ese cambio. Porque los referentes femeninos harán cambiar está realidad, ayudando a transformar esa percepción, proyectando la economía y acelerando el progreso de las empresas. Debemos servir de inspiración a todas esas niñas y jóvenes para que puedan cumplir sus sueños sin el estigma de las "profesiones masculinas".

Falta de modelos femeninos

"Creo que hay una falta de modelos femeninos a seguir en la industria de la tecnología, lo que puede hacer que sea difícil para las mujeres imaginarse en este sector. Para hacer frente a este problema, es importante promover la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo, ofrecer oportunidades de tutoría y creación de redes para las mujeres en la tecnología, y aplicar políticas y prácticas que aborden los prejuicios de género y la discriminación. Además de estas iniciativas, si queremos promover y concienciar a las adolescentes para que apuesten por estas carreras, hay que anticiparse. Es crucial animar y apoyar a las niñas en su educación temprana, para que sigan una educación secundaria y universitaria orientada en carreras STEM. La educación primaria debe proporcionarles exposición a campos relacionados con la tecnología a través de programas e iniciativas educativas".

Elena Viniegra, *Cloud Lead @ NetApp for Eastern Europe, Middle East & Africa, and Ibero-America Region.*

Necesidad de personal sin importar el género

Raro es el día que no escuchamos/leemos que faltan muchos puestos relacionados con las TIC por cubrir. Es ahí donde la mujer se debe hacer valer. "Parece que estamos siendo testigos de un crecimiento de la fuerza de trabajo en el entorno IT ya no solamente en el Canal, lo que provoca que haya muchos jóvenes que se incorporen. Una buena parte son mujeres, por lo que estamos ganando presencia no solamente por la parte de arriba en puestos directivos, sino también en cuanto a la incorporación de nuevo talento", opina Sara Crespo.

Ahí, la formación juega un papel capital. María Herranz, directora de Canal de Cisco España, así lo cree. Explica con datos en la mano que únicamente el 0,5% de las graduadas en España ha cursado estudios TIC específicos, frente al 3,5% de los hombres. "De hecho, DigitalES señala que la brecha de género en el sector digital en España se encuentra principalmente en la elección

Marta Aleixandre, directora de Recursos Humanos Ingram Micro Iberia.

de los estudios, y no tanto en el paso posterior al mercado laboral". Por lo tanto, recomienda centrar los esfuerzos en fomentar las vocaciones tecnológicas en los jóvenes y las jóvenes desde la infancia. "También incluir esta formación técnica en las primeras etapas formativas regladas".

¿La paridad como objetivo?

"Yo creo que es una mezcla de varias cosas: por una parte, se debe fomentar la formación e incorporar estas temáticas dentro de las carreras profesionales en la base. Por otra, la mujer debe tener una parte muy activa en cuanto a liderar las carreras profesionales y dirigir la mirada desde un punto de vista mucho más amplio hacia este tipo de carreras. Y, finalmente, tanto las entidades públicas como las privadas deberían fomentar el talento sin género dentro de las empresas para que ese camino hacia la paridad de la mujer en tecnología esté cada vez más cerca", apunta de nuevo Elena García Mascaraque.

Y es que no hay que olvidar que la diversidad y la igualdad de oportunidades permiten desarrollar la creatividad, la innovación y la motivación. "Como mujer en el mundo de la tecnología, me alegra formar parte de una organización con esta cultura. De hecho, estamos liderados por una mujer que ha sor-

Karina Rojas, directora de Canal de CyberArk para España y Portugal.

prendido como pionera en este sector, tal y como he apuntado antes", argumenta Marta Perona.

De todas formas, la pandemia ha acelerado muchísimo este proceso debido a las necesidades de cubrir de forma rápida empleos en el sector IT por la escasez de profesionales especializados. Al menos así lo cree Luisa Paolucci, *Cloud Project head* en V-Valley. "Con el objetivo de seguir apostando por la igualdad y con el objetivo de conseguir en breve tiempo una paridad en cuanto a cargos, considero necesario seguir con la selección objetiva de los puestos, en base a las habilidades del candidato y no de su género. Es fundamental seguir construyendo planes de formación y programas continuos para que las mujeres promocionen a puestos de dirección. Sólo de esta forma podemos crear unos referentes en el Canal. Existen mujeres muy preparadas y cualificadas para cubrir cualquier

Vanesa Gomez, directora de *Marketing* de Kinyo.

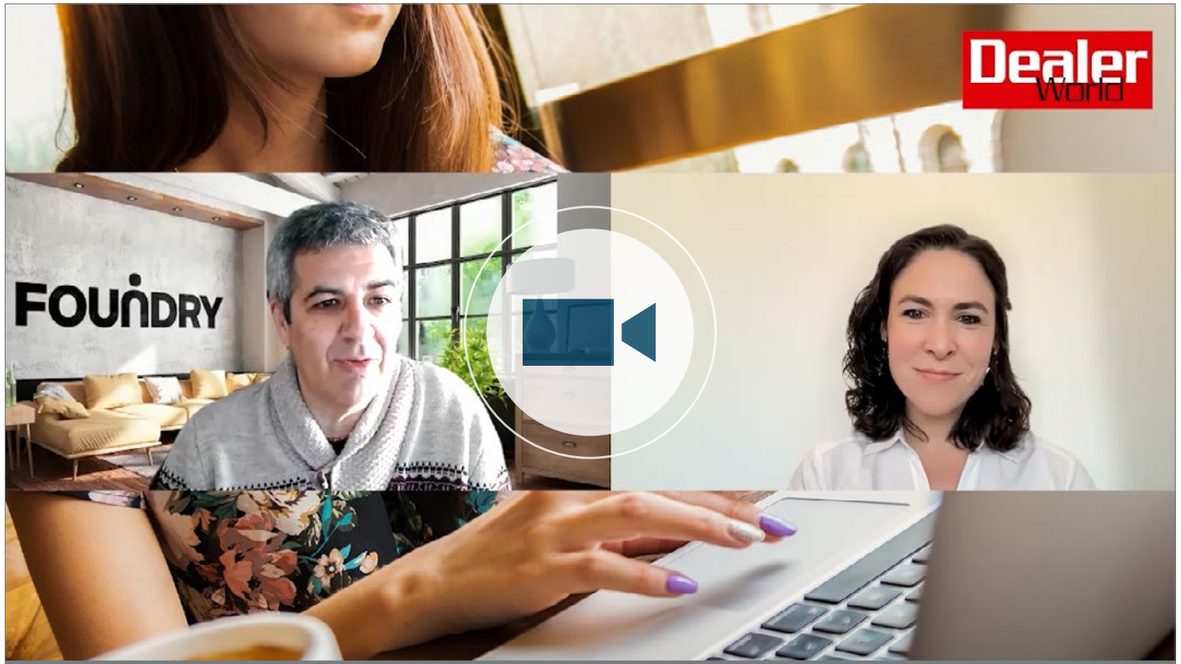
Pilar García Garzón, directora general de Orbit Consulting Group.

Pilar Martín, directora comercial de TD SYNNEX España.

puesto en el sector TIC así como hombres por lo que creo sin duda que podremos llegar pronto a una paridad en este sentido", desarrolla su opinión.

No obstante, bien haríamos en no dejar caer en saco roto este consejo de Ana Vertedor: "Más allá de las cuotas de representación en los consejos de administración, las empresas podrían tomar más medidas para terminar con la desigualdad. Se pueden activar autoevaluaciones y protocolos de transparencia hasta fomentar la participación de las empleadas en programas de liderazgo y ascenso, pero también establecer políticas de igualdad salarial y de promoción o crear ambientes de trabajo más inclusivos. Es clave para el éxito de estas medidas que todos los empleados las apoyen y trabajen conjuntamente en ellas.

Carmen Muñoz es de las que no tiene dudas de que la mujer tiene mucho que aportar porque, a nivel de capacidades, cree que los puestos se tienen que definir por un tema de habilidades de capacidades, de género. "Creo que lo que hace falta es más difusión, mucha más divulgación de los referentes de los modelos de las mujeres que están liderando compañías en el sector tecnológico. ¿Por qué? Precisamente para atraer más talento femenino a este sector, porque creo que hay una crisis de talento, y en especial en el área de la ciberseguridad. Sin duda tenemos un problema de talento dado que la ciberseguridad ahora mismo es una actividad esencial. Cada vez hay más ataques, por lo que necesitamos nuevos talentos masculinos y femeninos. Es más, creo que es importante que se haga mucha divulgación y mucha difusión de las oportunidades laborales que están ligadas al sector tecnológico. No hay duda de que los niños hoy en día están mucho más



Sara Crespo, *Channel acount manager* de Fortinet.

familiarizados con la tecnología. Veo a mis hijos con las tabletas y con los teléfonos y me sorprende lo rápido que absorben todo y cómo se mueven en redes sociales. En consecuencia, la transformación digital de la sociedad en general es un driver muy importante precisamente para seguir avanzando en materia de igualdad, y yo estoy convencida de que en pocos años veremos muchos más avances que en los últimos diez o quince".

La mujer en la ciberseguridad

Y dentro del Canal y de las TIC hay un negocio en el que la presencia de la mujer es inferior comparado con otros, como es el de la ciberseguridad. Una de sus implicadas, Elena Garcia Mascaraque, cree que "es cierto que se trata de un segmento donde se requiere un esfuerzo adicional en especialización, pero con la carencia de profesionales que estamos detectando no solamente en España sino también en el mundo, es fundamental que el talento femenino se incorpore para romper esa brecha que tenemos en la demanda de profesionales".

Más cuando, como reconoce Blanca Galletero, "la ciberseguridad basada en la nube es en gran medida, si se me permite decirlo, el caramelo de la industria, con un enorme potencial de mercado como habilitador de la transformación digital. Sin embargo, para beneficiarse de este poder transformador las organizaciones deben emprender esfuerzos en la gestión del cambio para rediseñar sus infraestructuras tecnológicas, y aquí es donde entran en juego las dotes de comunicación y liderazgo de las mujeres. Por eso, creo firmemente que las mujeres pueden y van a prosperar y convertirse progresivamente en una fuerza poderosa en cualquier estructura de Canal. Algunas pioneras ya nos están marcando el camino".

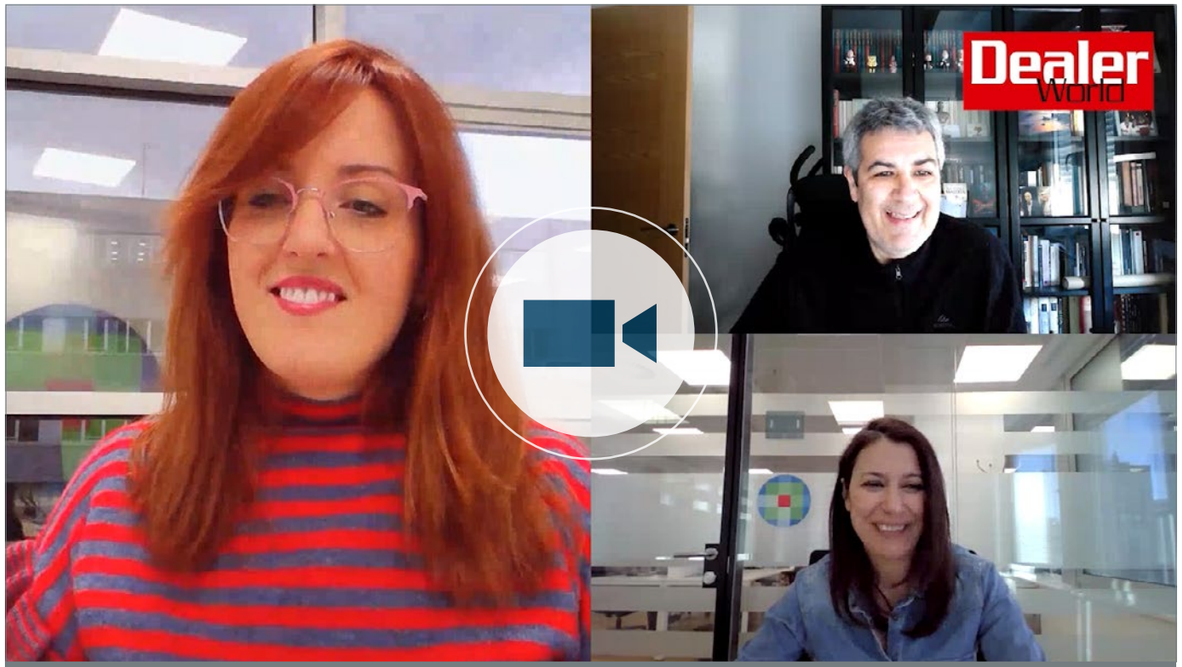
Por eso Rocío Vaquero anima a las mujeres a unirse a un sector que ofrece múltiples salidas profesionales. "En mi caso, la ciberseguridad siempre me resultó atractiva y tuve la gran oportunidad de emprender esta aventura en Armis, una compañía en la que siempre me he sentido valorada y me ha ayudado a crecer como profesional. Me siento afortunada de poder desempeñar un trabajo que me apasiona".

Rocío Vaquero, responsable de Canal para Iberia y Mediterráneo de Armis.

Nuevas generaciones

Karina Rojas no tiene reparos en reconocer que "no estamos acostumbrados a generar un interés temprano en los colegios, en las universidades, etc. No se genera desde muy pequeños y por eso se ve la tecnología como algo muy de chico. Creo que generar un interés temprano es súper importante. Además, es preciso fomentar la actividad del Canal, visibilizarla más. Por ejemplo, cuando le explico a alguien que gestiono el Canal, te preguntan qué es eso. Esta figura de tener intermediarios no es demasiado conocida. La gente que no está en el día a día con este tipo de labores la desconoce. Entonces, se trata de ir generando interés temprano y mostrándoles desde que son muy pequeños a los chicos la diversidad que tenemos tanto en tecnologías ciberseguridad como los roles que desempeñamos".

Por consiguiente, algo que es cuestión de tiempo. "De relevo generacional", precisa Mariví Calvo, *partner manager* de Arsys, que desarrolla la cuestión de la siguiente manera: "Cada vez las niñas tienen más referentes femeninos en puestos directivos que les están animando a trabajar en nuestro sector.



Lorena Vargas, *Sales director* en Ukabi Group, *Partner Gold* de Wolters Kluwer Tax & Accounting España, y Miriam Cámara, *Sales Channel manager* en Wolters Kluwer Tax & Accounting España.

Esto está contribuyendo a derribar los mitos y a diluir esa denominada masculinidad de las IT, abriendo las puertas a muchas profesionales del futuro que han elegido trabajar y formarse en IT, cuando años atrás igual no se lo hubieran planteado. Esto no es algo propio del Canal o del sector tecnológico, es una cuestión de evolución de la sociedad, que poco tiene que ver con cómo era unas décadas atrás. La presencia femenina en el mercado laboral ha cambiado mucho en este tiempo, aunque todavía queda tiempo para alcanzar la paridad en cualquier sector y nivel de responsabilidad".

Y para eso, Miriam Cámara, *Sales Channel manager* en Wolters Kluwer Tax & Accounting España, sostiene que lo que tienen que hacer las nuevas generaciones es buscar referentes. "Para mí es muy importante que busquemos referentes dentro de la compañía en la que queremos trabajar, que tenga primero esa cultura y además que busquemos un referente, una persona que nos sirva de inspiración para que no nos pongamos barreras".

Sin olvidar este mensaje que lanza a las empresas Lorena Vargas, *Sales director* en Ukabi Group, *Partner Gold* de Wolters Kluwer Tax & Accounting España: "No se tienen que olvidar de hacer atractiva su filosofía al género femenino, porque a día de hoy hay muchísimas mujeres saliendo de todo tipo de carreras y ellas pueden elegir a qué empresa".

De todas formas, y es algo que hay que grabarse a fuego, "queda mucho por hacer y es una carrera de fondo. Por eso es importante dar visibilidad a las mujeres que trabajamos en este sector, debemos ser inspiración para las nuevas generaciones. Es una gran satisfacción ver que, a pesar de que las mujeres representan una minoría en este sector, han sabido posicionarse muy bien en puestos de liderazgo en el sector de la ciberseguridad", concluye Rocío Vaquero. **DW**

DealerWorld

www.dealerworld.es

dealer@idg.es @dealerworldes

FOUNDRY
an IDG, Inc. company