

## II FORO LIDERAZGO FEMENINO elEconomista.es

# La diversidad aporta creatividad y contribuye al éxito empresarial

La educación desde edades tempranas es imprescindible para atraer a las mujeres a las carreras STEM

Mónica G. Moreno MADRID.

En los últimos años se han dado pasos para posicionar a las mujeres en el terreno empresarial, así como en los puestos directivos, aunque todavía queda camino por recorrer para lograr la igualdad. Hay sectores donde la masculinidad está muy presente y sigue dominando. Sin embargo, cada vez son más empresas las que apuestan y fomentan la diversidad, ya que aporta creatividad, atrae talento y contribuye al éxito empresarial. Para ello es necesaria la educación desde edades tempranas, acercar a niñas y mujeres las oportunidades que tienen y dar a conocer las carreras técnicas para que puedan elegir qué quieren hacer con su futuro.

Estas son algunas de las conclusiones que se revelaron en la mesa de debate *Inclusión e independencia económica de la mujer* que se celebró en el marco del II Foro Liderazgo Femenino, organizado por elEconomista y desarrollado con el Extrategia, Great Culture to Innovate, Iberdrola, Inhmo, Michelin y Women Economic Forum España. En ella participaron responsables y directivas tanto de la empresa privada como del mundo de la formación y la docencia.

“La incorporación de la mujer a todo lo que es el mundo político, social y empresarial, es la mayor transformación social que ha tenido el país y eso se ve en todos los sectores. Algunos sectores van más rápidos que otros”, expone María de la Paz Robina, directora general de Michelin España y Portugal. En el caso de la movilidad y la automoción, la experta destaca que se concebía, se diseñaba y se pensaba para hombres, “pero está cambiando, como todos los sectores”. Desde su compañía llevan años apostando por el talento femenino “porque creemos que la diversidad contribuye al éxito empresarial, a la creatividad, a la inteligencia colectiva y a hacer mejor las cosas”.

Un mensaje de optimismo lanza Beatriz Crisóstomo, responsable Global de Innovación en Iberdrola, ya que señala que “se ha evolucionado y hemos avanzado, aunque nos queda por hacer. En el plano empresarial tenemos mucho

que decir y mucho que luchar”. La profesional afirma que, en el ámbito empresarial, no se ha sentido discriminada, pese a que “el sector energético es, tradicionalmente, masculino, pero cada vez hay más mujeres”. Las estadísticas a nivel internacional indican que en torno a un 22% de los puestos donde hay mucha ingeniería por detrás están mujeres. El mensaje es positivo si se habla del ámbito de las energías renovables, donde aumenta el ratio: “las mujeres nos sentimos más identificadas, somos comprometidas con el medio ambiente y ahí pasamos del 22% al 32%”.

### Cuotas

A la hora de hablar de la presencia de mujeres en las empresas es

imposible no referirse a las cuotas u objetivos que se marcan las empresas en cuanto a los puestos tanto a nivel global como directivos. “Es verdad que lo que no mides lo desconoces. Es importante medir y fijarte un objetivo”, explica Crisóstomo. En el caso de Iberdrola, el objetivo de mujeres para 2025 en el personal directivo es del 35% y en 37% en los años siguientes. “El hecho de que haya más mujeres en altos puestos supone un efecto arrastre. Primero porque hacia abajo transmites un mensaje de que es posible y tienes mujeres que van a ser famosos referentes”, añade.

Globalmente en Michelin en España y Portugal son más de 1.200 mujeres a todos a los niveles de la

compañía. “Es importante que las mujeres ocupen puestos en todos los niveles de la organización para que, de alguna manera, fluyan de una forma natural”, señala la directora general de Michelin España y Portugal. En referencia a las cuotas, la experta de la compañía especializada en la fabricación de neumáticos cree que “son ne-

cesarias en algunos momentos, por ejemplo, para marcarnos objetivos en el caso de la contratación”.

### Educación y formación

La incorporación de la mujer al mundo laboral y su escalada a posiciones directivas mucho tiene que ver con la educación, la información y la formación, y más en sec-

“



“La incorporación de la mujer al mundo político, social y empresarial es el mayor cambio social”

**María de la Paz Robina**  
Directora general de Michelin España y Portugal

“Estamos consiguiendo muchas cosas hacia ese equilibrio al que queremos llegar”

**Beatriz Crisóstomo**  
Responsable Global de Innovación en Iberdrola



“La diversidad desde el punto de vista de la creación es lo que intentamos trabajar desde la universidad”

**Belén Mainer**  
Directora de la carrera de Gaming de la Universidad Fco. De Vitoria





ttores o carreras donde la presencia de hombres es mayoritaria. Como representante del mundo formativo, Belén Mainer, directora de la carrera de Gaming de la Universidad Fco. De Vitoria, también aborda en la importancia de la diversidad en el mundo de los videojuegos que, a priori, se percibe como un mundo masculinizado. Sin embargo, la experta menciona el estudio de la Asociación de videojuegos de España, que revela que en el caso de los jugadores, el 51% son hombres frente al 40% de mujeres.

Aun así, en las aulas todavía se cuenta con mayoría masculina por lo que, “si nos fijamos en los profesionales ahí, hay una desigualdad del 70% hombres versus 30% de mujeres que se dedican a la creación de videojuegos”, expone Mainer. Los estudios de videojuegos consideran necesario que exista esta diversidad a la hora de crear los contenidos. “El tener una riqueza de enfoques en la creación de esos contenidos es importante

si queremos conectar con los públicos. La diversidad desde el punto de vista de la creación es lo que intentamos trabajar desde la universidad”, resalta Mainer.

En referencia a las carreras STEM (*Science, Technology, Engineering, Math*), las mujeres representan el 36% del alumnado de las

### Las mujeres representan el 36% del alumnado de las titulaciones del ámbito STEM

titulaciones de este ámbito, cuando, en general, suponen el 56% de las matriculadas en la universidad española, según los datos del Ranking CYD. Así, a la hora de seleccionar talento también tiene repercusión. Entre los obstáculos que hay que superar para impul-

sar las carreras femeninas y su llegada a puestos directivos, las expertas coinciden en que es necesario empezar a educar e informar desde edades tempranas y en las familias, ofreciendo a las alumnas las distintas posibilidades.

“Esto viene desde la infancia con estereotipos que nos marcan muchas veces inconscientes. Hay que quitarlos para que las mujeres creen que pueden estar en cualquier sector, que no hay nada que no puedan hacer”, explica la directiva de Michelin, quien indica que desde la compañía van a empezar a hacer acciones con institutos y colegios para explicar qué son las carreras de ciencias o qué es la industria. Según Robina, “las mujeres tienen que hacer lo que quieran, pero sin haber estado previamente condicionadas. Ahí tenemos que trabajar en que las mujeres sean libres para elegir”.

“Las universidades debemos poner ejemplos, quitar bloqueos mentales y hacer que estas carreras re-

sulten atractivas para la gente”, destaca la directora de la carrera de Gaming de la Universidad Fco. De Vitoria, quien añade que “tenemos que inculcar el talento y el esfuerzo y proponerles metas altas. Yo creo que cuando una joven es inspirada puede llegar muy lejos, considera que ese es el cami-

### Hay que informar a las mujeres de las posibilidades profesionales en todos los sectores

no, no ponerles ya los límites”.

Desde las organizaciones hay que “visibilizar qué se puede, es decir, que las propias mujeres se crean que pueden estar ahí. En unas compañías como las nuestras, nuestros valores y nuestros principios hacen que tengamos

muy claro esa necesidad porque te da fuerza y contribuye al éxito de que las mujeres estén en todos los niveles de la organización”, apunta Robina.

### Conciliación

Por su parte, la experta de Iberdrola señala la conciliación como otro de los obstáculos que puede existir: “Es un tema que está en la mesa de debate de los países, con lo cual yo creo que ahí las empresas también están poniéndose las pilas. Para nosotros la conciliación forma parte de las familias”.

Para finalizar, Crisóstomo expone que “estamos consiguiendo muchas cosas hacia ese equilibrio al que queremos llegar, recorriendo un camino, desde mi percepción, bastante rápido. Como las mujeres estamos alcanzando ciertos niveles en las compañías, nosotras mismas vamos a ir tirando y, sobre todo, yo creo que es muy importante también transmitir hacia abajo”.



De izquierda a derecha: Belén Mainer, directora de la carrera de Gaming de la Universidad Fco. De Vitoria; María de la Paz Robina, directora general de Michelin España y Portugal; Beatriz Crisóstomo, responsable Global de Innovación en Iberdrola, y Laura de la Quintana, periodista financiera de 'elEconomista'.