

ENTREVISTA

“Cuando una mujer se **empodera**, no sólo aumenta y mejora su **calidad de vida**, sino la de su familia y, como **consencuencia**, la de su comunidad”

Rachel Samren - VP - Directora de Asuntos Externos, **Millicom**

Como ejecutiva de alto nivel en el sector de la tecnología, con una presencia activa en las redes sociales, eres consciente de las desigualdades de género que aún prevalecen cuando se trata de acceder a la tecnología. ¿Qué políticas públicas crees que pueden aplicarse para ayudar a corregir esta realidad? ¿Qué pueden hacer las ejecutivas del sector para ayudar a construir una sociedad más inclusiva y cerrar la brecha digital?

El hecho de que haya una brecha de género en el uso de tecnologías móviles, datos móviles, dinero móvil y el uso de tecnologías en general, no es simplemente una cuestión de políticas. Creo que hoy la mejor aproximación para la solución de esta realidad es un compromiso multisectorial; algo que le compete tanto al sector privado, al gobierno, como a la sociedad civil. Toda la comunidad trabajando en conjunto para que no haya brechas de género. La buena noticia es que todas tienen el expertise para contribuir a derribar las barreras.

Si hechas un vistazo alrededor del mundo, las principales barreras en puestos de liderazgo son debido a que las mujeres están más en casa, son más propensas a abordar las necesidades básicas de sus comunidades cuando están conectadas a Internet. Así es que, al ayudar a terminar con la división digital de género, podemos ayudar a promover el crecimiento económico y el espíritu emprendedor. Todas estas barreras pueden entenderse mejor desde una perspectiva multistakeholder. Desde el sector privado, podemos trabajar en derribar las barreras de conectividad en áreas alejadas o rurales. Esto puede ser debido a que no se llega a comprender el valor de las tecnologías y cómo pueden aprovechar su uso. Podemos ayudar a maestros y educadores. Ayudar a enseñar a maestros, a entrenar entrenadores. Ayudar educando más agentes femeninas para que interactúen con clientes

femeninas. Ayudar a educar a la población sobre los beneficios de las TIC. En Guatemala desarrollamos un programa orientado a mujeres y niñas, cuyo contenido fue en torno al uso valioso de las tecnologías. Por medio de este programa se ha capacitado a más de 20.800 mujeres sobre las ventajas de utilizar las herramientas que los teléfonos inteligentes y el internet pueden brindar para su formación académica y profesional.

Si las niñas tienen a ejemplos a seguir femeninos, sin importar el sector, mujeres que usen tecnología como un valor agregado, que les den un uso realmente útil y va-



liso, como agentes de cambio en su calidad de vida, creo que esto es de tremenda importancia para ayudar a cerrar la brecha de género. Parte de las razones por las cuales tenemos brechas de género es porque las mujeres están en desventaja frente a los hombres en cuanto a optar por estudios en STEM (Ciencias, Tecnologías, Ingeniería y Matemáticas) tradicionalmente dominado por hombres, sobre todo en nuestro sector y, en particular, en mercados emergentes. Debemos concientizar sobre los increíbles beneficios para ellas, para sus familias, para el desarrollo social y económico de sus comunidades, ayudándolas a formarse en Tecnologías de la información. Cuando una mujer se empodera, no sólo aumenta y mejora su calidad de vida, sino la de su familia y, como consecuencia, la de su comunidad.

¿Puede hablarnos de los programas de Responsabilidad Social Corporativa de Millicom / Tigo en relación a este tema?

Millicom tiene un fuerte compromiso social como organización, en todos los mercados que se encuentra presente. Ya hablamos del ejemplo de Guatemala. En Honduras, por ejemplo, capacitamos a mujeres indígenas para que utilicen teléfonos inteligentes, creen billeteras de dinero móvil y configuren perfiles en redes sociales para promocionar sus artesanías, ayudando a estimular su espíritu emprendedor y a expandir la economía de sus comunidades.

“Si las niñas tienen a ejemplos a seguir femeninos, sin importar el sector, mujeres que usen tecnología como un valor agregado, que les den un uso realmente útil y valioso, como agentes de cambio en su calidad de vida, creo que esto es de tremenda importancia para ayudar a cerrar la brecha de género”

Usted proviene de un país escandinavo. ¿Cómo percibe el ecosistema digital en América Latina, en particular, para que las niñas accedan a la educación STEM y para que mujeres jóvenes obtengan empleos en su sector?

Siendo escandinava, tuve el lujo de estar en contacto las Tecnologías, han sido siempre parte de mi vida. Niñas y niños son criados en un ambiente muy igualitario en mi país. En cambio, en Latinoamérica, al igual que en otras regiones, las cosas no son tan parejas, para empezar, en términos de acceso para ambos géneros, y que para la mayoría el acceso a la tecnología no forma parte de su vida.

“Hemos aprendido que acelerar la inclusión digital y cerrar la brecha de género en el uso de dispositivos móviles proporciona enormes beneficios económicos para los mercados emergentes”

Nuestra compañía y algunos otros actores del ecosistema, estamos trabajando para incentivar a más niñas a educarse en Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas. Conforme continuamos la expansión de autopistas digitales, estamos incrementando también el acceso a la economía digital para millones de personas. La colaboración multisectorial realmente tiene impactos de múltiple escala. Hemos aprendido que acelerar la inclusión digital y cerrar la brecha de género en el uso de dispositivos móviles proporciona enormes beneficios económicos para los mercados emergentes. Esto requiere un enfoque multistakeholder, no podrá ser una realidad sin el esfuerzo de todas las partes.

Millicom anunció recientemente sus planes para expandirse en Panamá, Costa Rica y Nicaragua, ¿cuáles son las oportunidades y los desafíos que ve en esos mercados?

No creo que haya una meta de mercado implícita en esta operación. Podría haber sido cualquier país. No creo que haya mayores diferencias entre mercados. Por supuesto, existen algunas diferencias menores. Pero creo que los retos y las oportunidades son iguales en todos. No veo ninguna meta específica de mercado, simplemente veo una oportunidad para llevar conectividad y tecnología a la población de los mercados donde operamos.

¿Qué puede decirnos sobre Tigo Money y qué ha estado realizando Millicom para proveer oportunidades financieras al sector no bancarizado de la población de la región Latinoamericana?

La idea del dinero móvil es facilitarle a algunos sectores de la población de los mercados donde operamos, a acceder a créditos y otras facilidades bancarias que de otra manera, no accederían ya que tener una cuenta bancaria o un dispositivo móvil no es un hecho. A menudo, es una excepción. Hoy en día, estamos dando acceso a servicios bancarios a más de 5 millones de personas en América Latina con Tigo Money, que de otra manera quedarían excluidas de las economías locales. Una investigación del Banco Mundial reveló que las mujeres ahorran un promedio de entre el 10 % y el 15 % de sus ganancias, sin importar lo bajo o impredecibles que sean sus ingresos. Esto significa que, si aumentamos el acceso de las mujeres a la tecnología móvil digital, sus vidas y las de sus familias y comunidades muy probablemente mejorarán.