Michael Page



Women in Technology 2026

De romper barreras a transformar el futuro

Índice

2 Introducción

4 Alcance de la muestra

5 ¿Cuánto hemos avanzado?

9 La brecha salarial persiste

11 El retorno después de una pausa

16 La agenda para las empresas en 2027



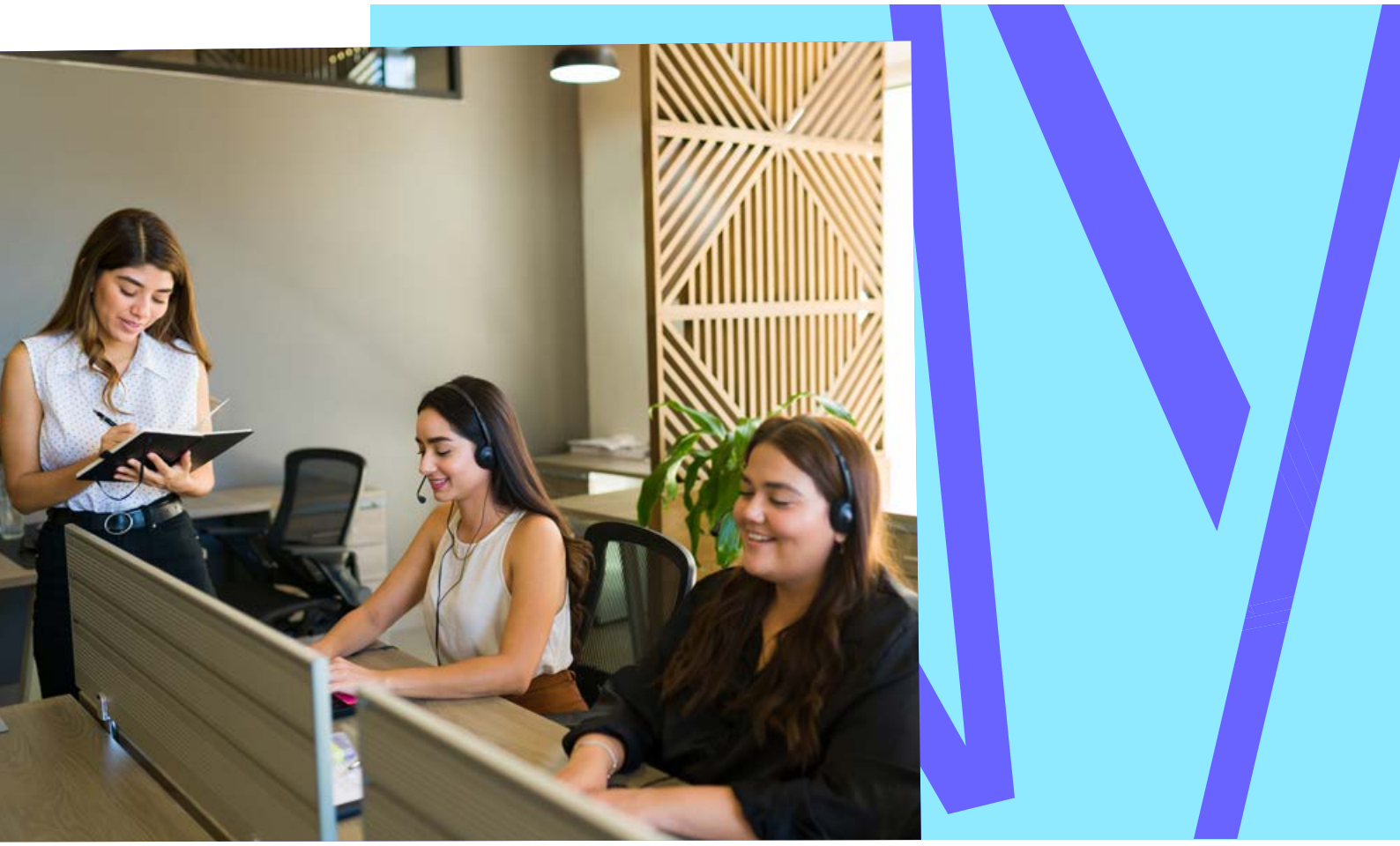
Introducción

En 2022, cuando publicamos la primera edición de Women in Technology, el diagnóstico era contundente: en América Latina, las mujeres ocupaban aproximadamente 20% de los cargos en la industria o áreas de TI, mientras que menos del 30% de las posiciones de liderazgo estaban ocupadas por mujeres. El desafío parecía evidente: había que conseguir que más mujeres estudiaran carreras relacionadas con tecnología, que más empresas las contrataran y que existieran mejores condiciones para atraerlas y retenerlas.

Dos años después, la segunda edición mostró que el problema era más profundo. Las mujeres podían entrar a la industria, pero eso no significaba necesariamente que tuvieran las mismas posibilidades de avanzar. La falta de oportunidades de crecimiento y promoción aparecía entre las principales barreras, junto con la dominancia masculina, la brecha salarial y las condiciones de trabajo.

Ahora, en 2026, la tercera edición, que contó con el apoyo de **Women in Tech - WIT** como aliado de difusión, permite analizar cómo ha evolucionado esta conversación. El principal hallazgo es que la brecha está cambiando de lugar.

La formación técnica pierde peso como explicación de la baja participación femenina, mientras que las oportunidades de crecimiento adquieren mayor relevancia. El liderazgo muestra señales de mejora, aunque continúa lejos de la paridad. La discriminación persiste, la flexibilidad sigue entre los factores más valorados y aparece una nueva dimensión que en 2022 apenas comenzaba a formar parte de la conversación: la inteligencia artificial.



Michael Page

Alcance de la muestra

Principales industrias participantes:

47% Tecnología y Telecomunicaciones

11% Servicios Financieros

9% Servicios

5% Energía y Recursos Naturales

4% Seguros

Países participantes:



Género

78% Femenino

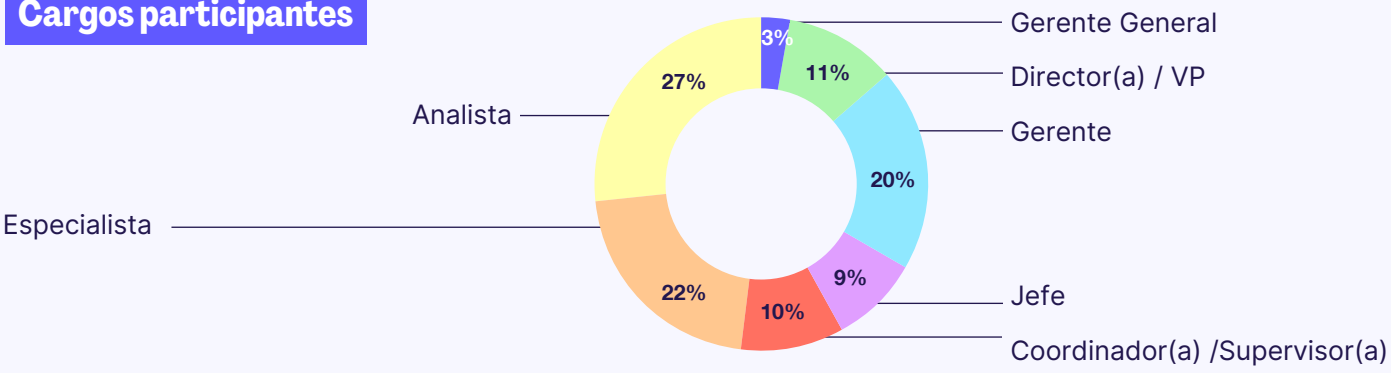
22% Masculino

Tipo de empresa:

55% Multinacional

45% Nacional

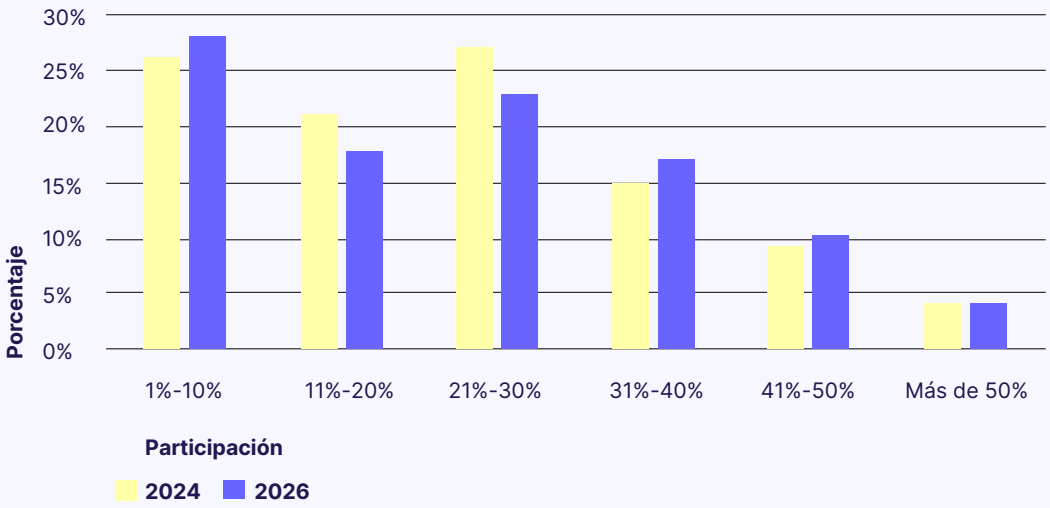
Cargos participantes

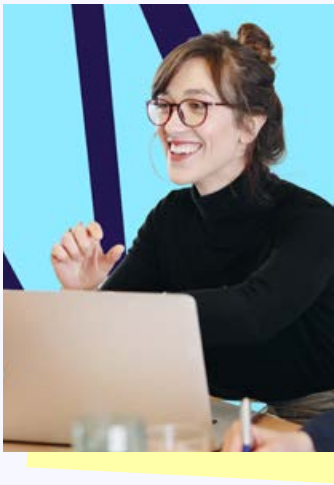


¿Cuánto hemos avanzado?

Una de las mejores formas de entender la evolución es observar qué ocurre en las empresas.

Participación de mujeres en roles de tecnología





Los datos de las tres ediciones muestran una evolución importante, aunque no lineal. En 2024, 94% de las personas que respondieron la pregunta sobre composición de género consideraba que había más hombres que mujeres en cargos de tecnología: 70% decía que había “bastante más” hombres y 25% que había “un poco más”.

El mapa regional no se mueve al mismo ritmo

El promedio regional puede ocultar trayectorias muy diferentes. Si agrupamos las respuestas que sitúan la participación femenina en roles de tecnología en 20% o menos, México muestra la mayor mejora entre 2024 y 2026, mientras Perú presenta el mayor retroceso. Colombia mejora moderadamente y Chile se mueve en sentido contrario. La lectura no permite hablar de una única trayectoria latinoamericana.

Comparación porcentual de participación de mujeres en roles de tecnología

País	2024 ≤20%	2026 ≤20%	Cambio
Chile	44,2%	51,5%	+7,3 pp
Colombia	45,7%	42,4%	−3,3 pp
México	54,7%	43,0%	−11,7 pp
Perú	38,8%	63,6%	+24,8 pp

Fuente: Reportes segmentados Women in Technology 2024 y 2026, pregunta 8. Cálculo: suma de las categorías 1%–10% y 11%–20%.

En 2026, la percepción se mantiene: 94% considera que hay más hombres que mujeres. Sin embargo, cambia la intensidad de esa percepción: 62% responde “bastante más”, mientras 32% responde “un poco más”. La percepción de masculinización sigue siendo prácticamente universal

¿Hay más hombres que mujeres en tecnología?

	2024	2026	Evolución
Bastante más hombres	70%	62%	8 pp
Un poco más hombres	25%	32%	7 pp
Igual	4%	5%	1 pp
Más mujeres	1%	0,7%	0,4 pp

La lectura es clara: la percepción de una desigualdad extrema se modera, pero la percepción de desigualdad continúa siendo casi universal.

El verdadero cuello de botella es crecer

Este es probablemente el cambio más relevante entre 2024 y 2026. En 2024, 34% identificaba que tener menos oportunidades de responsabilidad y promoción era una de las razones de la baja participación femenina.

En 2026, esta cifra sube a 36%, mientras tanto, la falta de formación técnica cae del 29% al 22%. A su vez, la baja postulación femenina también disminuye 4 puntos porcentuales y la dominancia masculina continúa siendo la principal razón, de 58% a 55%. Pero hay un cambio de fondo, **la brecha se está desplazando desde la preparación hacia la progresión.**



Las empresas ya no pueden asumir que el problema se resuelve capacitando a más mujeres. Una mujer puede tener las habilidades técnicas, experiencia relevante, estar trabajando dentro de una empresa y aun así no encontrar una ruta clara hacia posiciones de mayor responsabilidad.

En 2026, cuando preguntamos qué puede desalentar a las mujeres a trabajar en tecnología, 50% señala las menores oportunidades de crecimiento hacia roles más grandes. Seguida de las siguientes razones:

- Dominancia masculina: 44%
- Largas jornadas y roles demandantes: 42%
- Brecha salarial: 39%
- Falta de educación tecnológica: 33%
- Procesos de reclutamiento que favorecen a hombres: 24%



El desafío de la próxima etapa no es solamente crear talento, es crear carreras. El problema ya no puede medirse únicamente preguntando cuántas mujeres están entrando a tecnología, **hay que preguntar cuántas están avanzando dentro de ella.**



del talento ve limitado el crecimiento profesional de mujeres en tecnología

"Criterios de promoción transparentes y basados en mérito: definir con claridad qué se necesita para llegar a cada nivel, revisar que las evaluaciones no tengan sesgos y asegurar que las mujeres de alto potencial estén visibles en los procesos de sucesión. No se trata de cuotas, sino de que el mejor talento compita en igualdad de condiciones" –

Marcella Olivieri, Perú Chapter Director en Women in Tech.

Liderazgo femenino: una mejora que todavía no alcanza

El liderazgo ofrece una de las señales más positivas de la comparación.

En 2024 el

64%

reportaba menos de 20% de mujeres en posiciones de liderazgo tecnológico;

29%

reportaba entre 21% y 40% y el 7% reportaba más de

40%

En 2026,

59%

reporta menos de 20%; 34% entre 21% y 40% y 8% más de

40%

Aun así, la oportunidad sigue siendo significativa. El 59% de las compañías encuestadas reporta una participación femenina en liderazgo tecnológico inferior al 20%, lo que pone de relieve el potencial que aún existe para construir equipos de liderazgo más diversos.

En 2022, el propio estudio ya hablaba de mujeres profesionales con formación, habilidades y experiencia suficientes para ocupar posiciones de liderazgo. Entonces, ¿qué está impidiendo que ese talento llegue a los lugares donde se toman las decisiones?

Los datos de 2024 y 2026 apuntan cada vez más hacia las oportunidades. En 2024, 56% identificaba la escasez de talento femenino como una razón de la baja presencia de mujeres en liderazgo, pero 43% señalaba la falta de oportunidades. En 2026, la primera baja a 49%, mientras la segunda sube a 47%.

Vemos que la diferencia se está cerrando, lo que significa que cada vez resulta menos convincente explicar la falta de liderazgo femenino únicamente diciendo que “no hay suficientes mujeres preparadas”, por eso es clave preguntarse si estamos creando suficientes oportunidades para que ese talento llegue al liderazgo.

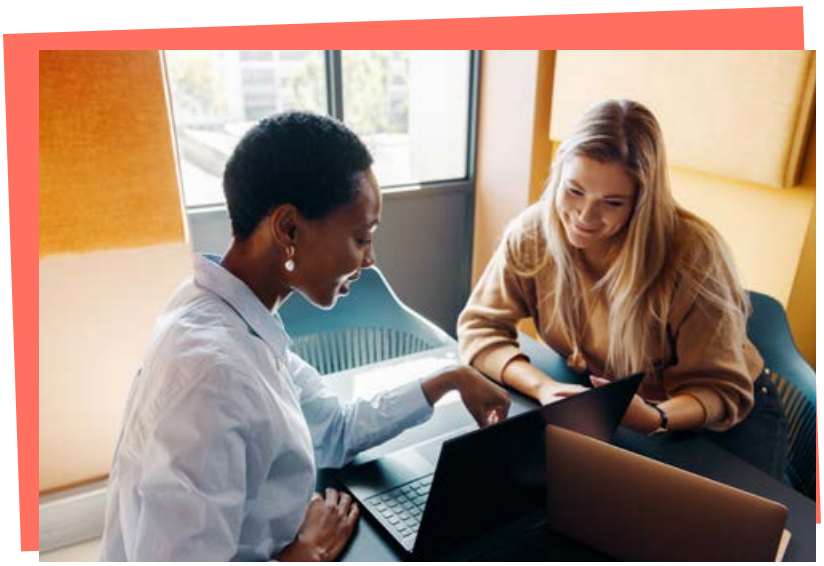
Liderazgo: Colombia y México muestran el avance más consistente

La mejora regional en liderazgo también tiene matices. Colombia registra la mayor reducción de empresas con menos de 20% de mujeres en liderazgo, seguida por México y Chile. Perú, en cambio, aumenta en este segmento. En los cuatro países, la proporción que supera 40% sigue siendo minoritaria, aunque Chile presenta el salto más visible en ese tramo.

Comportamiento del liderazgo femenino en tecnología

País	<20% liderazgo 2024	<20% liderazgo 2026	>40% liderazgo 2024 → 2026
Chile	70,9%	68,6%	5,8% → 11,4%
Colombia	61,5%	52,6%	7,0% → 8,3%
México	68,0%	63,4%	6,2% → 7,0%
Perú	61,1%	67,0%	2,8% → 9,1%

Fuente: Reportes segmentados Women in Technology 2024 y 2026, pregunta 11.



La brecha salarial persiste

El salario es otra dimensión donde la evolución ha sido limitada. En 2024, 74% consideraba que existía una brecha salarial entre hombres y mujeres en tecnología. En 2026, la cifra sigue siendo 71%. La reducción de 3 puntos es positiva, pero no cambia el diagnóstico: siete de cada diez personas siguen percibiendo una brecha.

Además, cuando preguntamos qué puede desalentar a las mujeres de trabajar en tecnología, la brecha salarial pasa de 38% en 2024 a 39% en 2026. Lo que representa una contradicción que las organizaciones deberían tomar en serio, pues la brecha salarial es ampliamente percibida; pero las acciones empresariales específicamente orientadas a abordarla continúan siendo relativamente bajas.

Por ello, no basta con hablar de equidad salarial, hay que medirla. Se deben conocer las brechas por cargo, por seniority, por antigüedad; por promoción; diferencias en bonos y / o aumentos y la evolución de estas métricas en el tiempo.

La percepción de la brecha salarial sigue siendo alta, pero no igual en todos los mercados

La brecha salarial no se percibe con la misma intensidad en los cuatro países. Chile continúa con el nivel más alto y México prácticamente no cambia. Colombia registra una reducción de la percepción, mientras Perú presenta el mayor aumento entre las dos mediciones. Este último dato merece especial atención porque convierte la equidad salarial en una conversación cada vez más visible en ese mercado.

Percepción de la brecha salarial entre hombres y mujeres

2024



2026



Cambio	
Chile	**–0,8 pp**
Colombia	**–6,8 pp**
México	**+0,2 pp**
Perú	**+20,5 pp**

Flexibilidad como condición de permanencia

En 2022, el home office / teletrabajo era el beneficio más atractivo para atraer mujeres a TI, con 76%, seguido por oportunidades de carrera y desarrollo, con 70%, y horarios flexibles, con 62%. En 2024, el horario flexible alcanza 75% y el trabajo remoto 74% y en 2026, siguen ocupando los primeros lugares: horario flexible: 68%; trabajo a distancia: 67%; formación en la empresa: 57% y plan de bonificaciones: 45%.

El porcentaje disminuye, pero la prioridad permanece. Esto es importante porque demuestra que la flexibilidad no es una moda surgida durante la pandemia sino una expectativa estructural del talento. Y, sin embargo, desde el punto de vista de las acciones empresariales, el trabajo flexible pasa de 42% en 2024 a 35% en 2026.



Aquí existe una brecha entre lo que las personas valoran y lo que las empresas dicen estar implementando. Entonces, ¿puede una persona trabajar de manera flexible sin quedar fuera de las oportunidades de visibilidad, promoción y liderazgo? Porque la flexibilidad solo es inclusiva si no se convierte en una penalización profesional.

La flexibilidad es una expectativa estructural del talento

La flexibilidad es transversal, pero sus prioridades cambian por país

En 2026, el horario flexible y el trabajo remoto continúan entre los beneficios más valorados en todos los mercados. Chile destaca por la combinación de flexibilidad y trabajo a distancia; Colombia mantiene niveles altos en ambos; México conserva una preferencia fuerte por el horario flexible; y Perú muestra una mayor diversidad de prioridades, con bonificaciones y seguro de salud también entre las opciones principales. El dato regional, por sí solo, no cuenta toda la historia.

Flexibilidad horaria y modelo de trabajo remoto

País	Horario flexible 2026	Trabajo remoto 2026	Otra prioridad destacada
Chile	66,7%	83,3%	Formación 61,1%
Colombia	67,9%	68,4%	Formación 52,6%
México	69,7%	64,0%	Formación 55,1%
Perú	75,6%	48,8%	Formación 63,4%

Fuente: Reportes segmentados Women in Technology 2024 y 2026, pregunta 19. La edición 2024 también muestra que flexibilidad y trabajo remoto ya estaban entre los beneficios principales.



Michael Page

El retorno después de una pausa

Hay un punto en el que las tres ediciones convergen con extraordinaria claridad: **una interrupción profesional no debería convertirse en una interrupción definitiva de carrera.**

En 2024, 92% consideraba efectivo o muy efectivo que las empresas ofrecieran programas de reincorporación para mujeres que hubieran interrumpido su carrera profesional en tecnología. En 2026, la cifra llega a 93%. El consenso prácticamente no deja lugar a dudas.

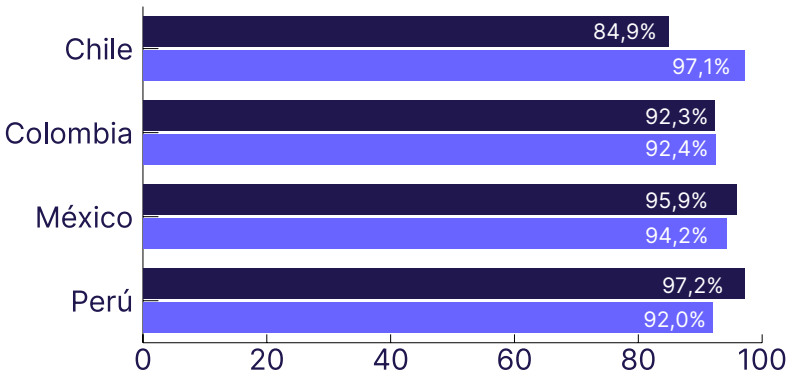
Los returnships pueden ser una herramienta para:

- Actualizar conocimientos
- Recuperar confianza
- Adquirir nuevas habilidades
- Conectar nuevamente con redes profesionales
- Demostrar capacidades
- Construir una trayectoria

El retorno profesional tiene un consenso regional, con diferencias de intensidad

La percepción de efectividad de los programas de reincorporación es alta en los cuatro mercados. En 2026, Chile alcanza el mayor porcentaje combinado de respuestas “muy efectivo” o “efectivo”, seguido de Colombia, México y Perú. La señal refuerza una conclusión del estudio: el retorno no debe tratarse como una excepción, sino como parte de una arquitectura de carrera que permita volver, actualizarse y progresar.

Efectividad de los programas de reinserción laboral



Cambio

Chile:	Colombia:	México	Perú
+12,2 pp	**+0,1 pp**	**-1,7 pp**	**+5,2 pp**

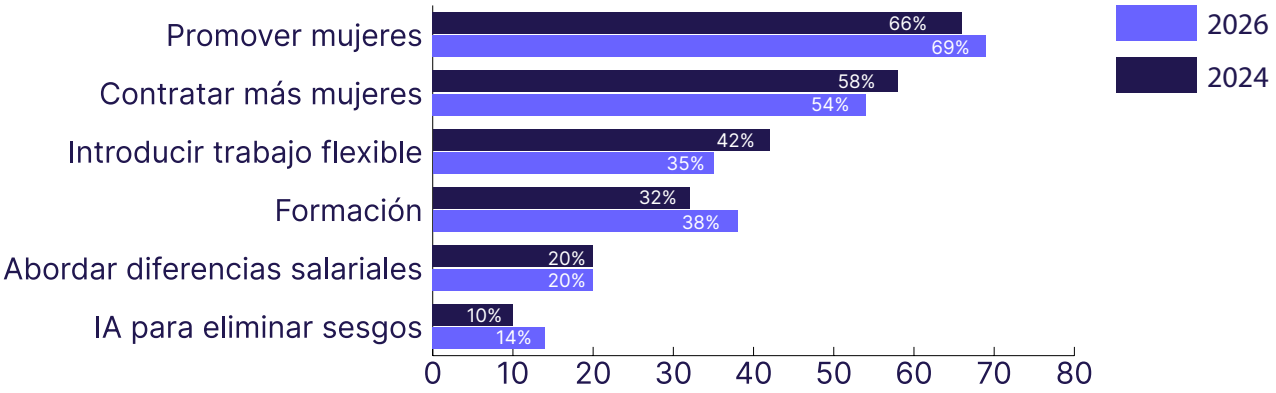
Fuente: Reportes segmentados Women in Technology 2024 y 2026, pregunta 20. Cálculo: “Muy efectivo” + “Efectivo”.

¿Las empresas están haciendo lo suficiente?

Se está haciendo más, pero no necesariamente lo que más se necesita. En 2022, apenas 26% de las empresas de América Latina tenía programas de retención y atracción de talento femenino. El 56% no contaba con políticas de equidad de género.

Por su parte, las principales acciones empresariales en 2024 vs 2026 son:

Acciones empresariales para incentivar la equidad de género



Hay avances claros en promoción, formación y uso de tecnología en selección. Pero también hay señales preocupantes como que la contratación de más mujeres pierde peso; la flexibilidad disminuye; y el abordaje de la brecha salarial permanece prácticamente estancado. Esto sugiere que las empresas están avanzando hacia estrategias más enfocadas en progresión, pero todavía existe una brecha entre la prioridad del talento y la respuesta organizacional.

Una brecha de visibilidad

Quizás uno de los hallazgos más reveladores de 2026 no esté en una de las grandes cifras, sino en algo aparentemente sencillo: ¿Las personas saben si su empresa está trabajando para mejorar el equilibrio de género?

En 2024, el 53% decía que sí, el 16% que no y el 31% no lo sabía. Mientras que este año, 43% dice que sí, 18% que no y 39% que no lo sabe. La caída de quienes dicen “sí” no significa necesariamente que las empresas estén haciendo menos; puede significar algo distinto y es que las estrategias de diversidad no están siendo suficientemente visibles. Y esto importa porque una política que existe pero que las personas no conocen difícilmente cambia comportamientos. Una organización puede tener múltiples iniciativas, pero si una mujer no sabe que existen, no sabe cómo acceder a ellos o no confía en que tengan impacto, la política pierde buena parte de su valor.

La caída regional en el porcentaje de personas que sabe que su empresa trabaja por el equilibrio de género también aparece en los cuatro mercados. Perú registra la mayor caída, seguido de Chile y México; Colombia presenta una reducción menor. El resultado refuerza la idea de que la madurez de una estrategia DEI no depende solo de que exista una política, sino de que sea conocida y accesible.

Brecha en la visibilidad de acciones DEI

País	Visibilidad de acciones de equidad	2026	Cambio
Chile	51,2%	31,4%	–19,8 pp
Colombia	50,4%	42,1%	–8,3 pp
México	60,8%	47,1%	–13,7 pp
Perú	77,8%	47,7%	–30,1 pp

Fuente: Reportes segmentados Women in Technology 2024 y 2026, pregunta 15.

La próxima etapa de madurez de las estrategias DEI debería medir tres cosas:

- ☑ Existencia: ¿Tenemos la política?Create digital channels for informal communication.
- ☑ Acceso: ¿Las personas saben cómo utilizarla?Use video for training whenever possible.
- ☑ Impacto: ¿Está cambiando resultados?

Educación, el problema no termina en el aula

La primera edición otorgaba a la educación STEM un papel central. En 2022, 27% identificaba la educación como el principal agente de cambio para derribar las disparidades existentes en la industria tecnológica y era lógico, la brecha comienza antes del mercado laboral.

Pero en 2026 aparece una señal importante: la falta de formación técnica pierde 7 puntos porcentuales de relevancia como explicación de la baja participación femenina. Esto significa que la educación por sí sola ya no explica el problema y la evidencia externa refuerza esta idea.

UNESCO IESALC encontró en una evaluación piloto realizada en 20 universidades de Argentina, Chile, Colombia y Perú que las mujeres representan más de la mitad de la matrícula universitaria de pregrado (53%) y maestría (53%), pero su presencia disminuye significativamente al observar específicamente las disciplinas STEM. Existe, por tanto, una forma de segregación que aparece antes de llegar al mercado laboral.

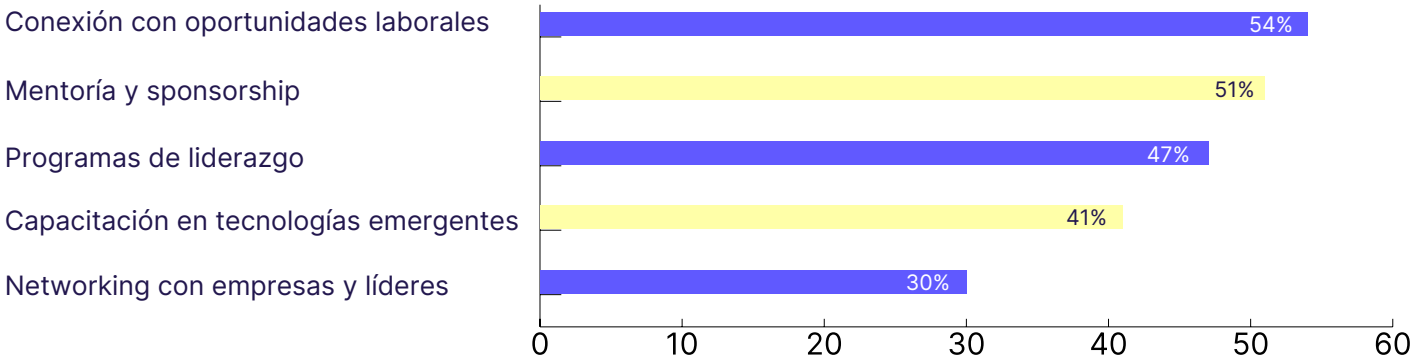
Pero también existe otra que aparece después:

Estudiar › Ingresar › Permanecer › Especializarse › Ascender › Liderar

Cerrar la brecha requiere intervenir en toda la cadena.

Comunidades: de inspiración a oportunidades

En 2022, la falta de referentes era una de las principales barreras. El estudio señalaba que 37% identificaba la falta de inspiración y modelos a seguir como un factor que alejaba a las mujeres de las carreras tecnológicas. En 2026, la conversación sobre comunidades femeninas en tecnología es más sofisticada. Las mujeres ya no piden únicamente referentes, piden acceso a oportunidades. Entre las principales necesidades que esperan de las organizaciones y comunidades aparecen:



La evolución es significativa. En 2022 necesitábamos más modelos y en 2026 necesitamos más puertas, porque la representación simbólica importa, pero la representación sin acceso a oportunidades no transforma una carrera. Una mujer puede ver a otra mujer liderando una organización tecnológica y sentirse inspirada. El siguiente paso es poder conocerla, trabajar con ella, aprender de ella, ser recomendada por ella y eventualmente ocupar una posición similar. Ese es el salto de role model a sponsor.

Las communidades no solo inspiran, conectan

La prioridad de conexión con oportunidades laborales aparece entre las primeras necesidades en los cuatro países. Colombia y México ponen además un peso especialmente alto en mentoría/ sponsorship; Chile destaca por oportunidades laborales y liderazgo; Perú combina empleo, mentoría y formación técnica. La evolución sugiere que las comunidades están pasando de ser espacios de inspiración a convertirse en infraestructura de carrera.

Oportunidades de trabajo, mentoría y liderazgo

	Oportunidades laborales	Mentoría / sponsorship	Liderazgo
Chile	52%	44%	40%
Colombia	54,8%	48,6%	52,3%
México	50,7%	56,0%	46,3%
Perú	54,7%	54,7%	37,3%

Fuente: Reportes segmentados Women in Technology 2024 y 2026, pregunta 15.

"Lo que funciona es conectar formación con empleabilidad y visibilidad. Para que esa conexión se traduzca en oportunidades de carrera, las empresas deberían reclutar y promover talento desde las comunidades, vincular la formación en inteligencia artificial con oportunidades de empleo y comprometer a sus líderes como sponsors activos, responsables del avance de mujeres con alto potencial.

Esto implica también facilitar su participación en proyectos estratégicos de transformación digital e IA, donde se construye el camino hacia posiciones de mayor responsabilidad.

Las comunidades conectamos talento con oportunidades; las empresas deben abrir la puerta del liderazgo".

Marcella Olivieri, Perú Chapter Director en Women in Tech.

La nueva frontera: mujeres e inteligencia artificial

Al inicio adelantamos que hay un desafío que no existía en la primera edición: la inteligencia artificial.

En 2022, la IA aparecía principalmente como una herramienta que podía ayudar a reducir sesgos en procesos de selección: 17% reportaba utilizar herramientas tecnológicas como IA con ese objetivo. En 2024, el uso de IA en procesos de contratación para eliminar sesgos alcanzaba el 10% y en 2026, llega a 14%.

Esto hace que la conversación cambie radicalmente y se centre en quién está construyendo la IA.

Los datos globales del World Economic Forum muestran una brecha particularmente relevante. En 19 economías analizadas, las mujeres representan el 45% de los roles de data annotator, pero solo el 19% de AI engineers y 21% de machine learning engineers.

Las mujeres pueden estar relativamente representadas en algunas tareas necesarias para preparar los datos que alimentan los sistemas de IA, pero están mucho menos presentes en las posiciones que diseñan y desarrollan esos sistemas.

La brecha ya no es solamente de empleo, sino también de influencia tecnológica. Por eso, aumentar la participación femenina en IA no debería ser una iniciativa aislada de diversidad, sino una cuestión de innovación, competitividad y calidad tecnológica.



La agenda para las empresas en 2027

Los datos de tres ediciones permiten construir una agenda mucho más concreta.

1. **Pasar de medir representación a medir progresión.** No preguntar únicamente cuántas mujeres contratamos, sino incluir cuántas permanecen, cuántas son promovidas, cuántas llegan a roles estratégicos, cuántas forman parte de los planes de sucesión, cuántas lideran equipos y cuántas participan en proyectos de IA.
2. **Convertir mentoring en sponsorship** La mentoría ayuda a desarrollar capacidades, mientras que el sponsorship ayuda a acceder a oportunidades. Los líderes deben cuestionarse cómo están contribuyendo activamente a que las mujeres lleguen al siguiente nivel
3. **Diseñar procesos de selección realmente inclusivos** La tecnología puede ayudar, pero no sustituye el criterio humano. Las organizaciones deberían revisar el lenguaje de las vacantes; canales de búsqueda; composición de las ternas; criterios de evaluación; entrevistas; algoritmos; herramientas de IA y resultados finales.
4. **Hacer de la flexibilidad una infraestructura de carrera.** Flexibilidad no debería significar menor visibilidad, el trabajo híbrido o remoto debe convivir con proyectos estratégicos, promoción, liderazgo, remuneración y exposición.
5. **Crear rutas reales de retorno** Un returnship no debería ser una solución temporal, debe convertirse en una ruta de reentrada, aprendizaje y crecimiento.
6. **Preparar a las mujeres para la economía de IA** La formación debe evolucionar e incluir IA, datos, cloud, ciberseguridad, automatización, gobernanza y liderazgo. Especialmente, debe garantizar acceso de mujeres a los roles técnicos que concentran mayor poder tecnológico.
7. **Hacer visible la estrategia** Si 39% de las personas no sabe si su compañía está trabajando en equidad de género, existe un problema de comunicación además de uno de política. Por ello, necesitan comunicar qué hacen, para quién, cómo acceder y qué resultados están obteniendo.

Llamado a la acción

Empresas: Dejen de mirar solamente el pipeline, miren toda la carrera. Una estrategia integral debería abarcar atraer, contratar, integrar, desarrollar, promover, remunerar, retener y liderar.

Líderes: No esperen a que el talento femenino levante la mano; Identifiquen potencial, den exposición, asignen proyectos estratégicos, patrocinen carreras y construyan planes de sucesión.

Talent Acquisition: La diversidad comienza antes de la entrevista, por eso, que deben revisar cada punto del proceso y, cuando incorporen IA, recuerden que un algoritmo puede reducir un sesgo o amplificarlo. La tecnología no elimina automáticamente los sesgos humanos.

Comunidades: El futuro de las redes de mujeres en tecnología debe ir más allá de inspirar, debe conectar talento, oportunidades, empresas, líderes y conocimiento.

Conclusiones

La brecha no desapareció, sino que evolucionó. La primera edición de Women in Technology planteó una pregunta urgente: ¿Cómo hacemos para que más mujeres entren a tecnología? La segunda mostró que entrar no era suficiente y esta última confirma que el siguiente desafío es garantizar que puedan avanzar.

Porque una mujer puede estudiar tecnología y no entrar, puede entrar y no permanecer, puede permanecer y no ser promovida, puede ser promovida y no llegar al liderazgo, puede llegar al liderazgo y quedar fuera de las tecnologías que están definiendo el futuro. Y esto último es especialmente relevante en la era de la inteligencia artificial. Ya que la tecnología está pasando de ser una función empresarial para convertirse en una infraestructura de la economía. Por eso, la discusión sobre mujeres en tecnología ya no puede limitarse a diversidad.

América Latina tiene una oportunidad. La región ha avanzado en igualdad de género y mantiene una de las trayectorias más positivas hacia la paridad, pero la velocidad de transformación tecnológica obliga a actuar ahora.

El Banco Mundial advierte que la IA generativa tendrá un impacto significativo sobre el mercado laboral latinoamericano y que las mujeres enfrentan un riesgo de automatización aproximadamente dos veces mayor que los hombres.

En cuatro años hemos avanzado, no estamos empezando de cero, pero tampoco podemos asumir que el progreso ocurrirá solo. El próximo salto requiere pasar a sistemas de carrera, sponsors, sucesión, movilidad, flexibilidad como infraestructura, poder de decisión y de preparar mujeres para trabajar en tecnología a garantizar que también estén presentes en los lugares donde se diseña la tecnología.

De romper barreras a transformar el futuro

En 2022 necesitábamos abrir la puerta.

En 2024 empezamos a entender qué ocurría después de cruzarla.

En 2026 sabemos que el desafío es llegar hasta el otro lado.

La verdadera transformación ocurre cuando las mujeres también pueden decidir hacia dónde ir.

Michael Page