



MASTERCARD IMPLEMENTA INICIATIVAS PARA PROMOVER LA EQUIDAD DE GÉNERO

La compañía sabe que la participación femenina genera mejores resultados de negocio, además de que promueve la innovación y la disrupción, en un mundo que está en constante movimiento.

Ha quedado comprobado que la participación femenina en la actividad económica es fundamental, para incentivar el desarrollo y crecimiento de cualquier nación. De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2022), la presencia de mujeres alcanza el 36% en la plantilla laboral de las empresas del país listadas en las bolsas mexicanas de valores (BMV y BIVA); a la vez que se reduce a 4% en las direcciones generales de las mismas.

Mientras tanto, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2022) señala que poco más del 36% de las MiPyMES en el país son propiedad de una mujer. Sin embargo, las emprendedoras se enfrentan a obstáculos como los bajos niveles de educación financiera, además del acceso limitado a nuevas herramientas y soluciones personalizadas que atiendan sus requerimientos.

Ante este panorama, Mastercard está consciente de la importancia que tiene diseñar, implementar y fomentar iniciativas de empoderamiento femenino, como una compañía comprometida con crear un

futuro más equitativo. El objetivo es ayudar a construir economías e industrias más fuertes, desarrollar sociedades más justas y promover la disrupción e innovación, en este mundo en constante evolución.

CREANDO LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE MUJERES LÍDERES

Mastercard promueve un conjunto de programas y estrategias para impulsar el desarrollo profesional y empoderamiento de las mujeres, tanto al interior de la empresa como en las comunidades en las que opera.

Por ejemplo, a través de su programa de Reintegración Laboral, la firma tecnológica ofrece herramientas y apoyo para el reingreso exitoso de las mujeres que decidieron tomarse un tiempo fuera del mercado de trabajo, por circunstancias familiares.

De igual modo, la estrategia de Mujeres Líderes es un esfuerzo para otorgar a sus colaboradoras herramientas, cursos de capacitación y apoyo focalizado, para que ocupen puestos de liderazgo dentro de la organización.

En ese mismo sentido, Laura Cruz, Presidente Divisional Latinoamérica Norte de Mastercard, ha desempeñado un papel fundamental como colíder del Capítulo México de El Club del 30%. La meta es reunir a las voces más importantes del gremio empresarial mexicano y juntos alcanzar una



representación femenina mínima del 30%, en los consejos de administración.

Además, para fomentar un “piso parejo” entre hombres y mujeres, Mastercard lanzó el programa *Girls4Tech*, en 2014. Con él se busca incentivar el interés de niñas —de entre 8 y 12 años— en temas de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM), mediante recursos educativos interactivos y una red de voluntariado conformada por colaboradores de la empresa.

A través de *Girls4Tech*, Mastercard ha logrado integrar a una comunidad de más de tres millones de niñas, en 60 países, y se han sumado cerca de 4,400 voluntarios para concientizar sobre la importancia de la equidad profesional entre hombres y mujeres. Para 2025, se ha propuesto llegar a cinco millones de niñas en el mundo.

EMPODERANDO EL EMPRENDIMIENTO

Por otro lado, en noviembre de 2022, la compañía lanzó Strive México, una iniciativa del Centro para el Crecimiento Inclusivo de Mastercard. El objetivo es apoyar a 400,000 micro y pequeñas empresas en el país, durante los próximos tres años.

Con este programa, busca impulsar a las y los pequeños emprendedores para que aprovechen los beneficios de la economía digital, con soluciones de tecnología de punta, estrategias de tutoría y asistencia focalizada para mujeres empresarias.

A la par, Mastercard se unió a la Alianza Regional para la Digitalización de las Mujeres en América Latina y el Caribe (ALC), encabezada por el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género de Chile, con el apoyo de México, Uruguay, Costa Rica, Panamá, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), ONU Mujeres y Microsoft.

De acuerdo con un estudio de S&P Global (2021), el sector financiero es uno de los líderes en temas de equidad de género. En el caso de Mastercard México, las mujeres ocupan el 40% de los puestos de liderazgo.

Como resultado, la compañía ha desarrollado y puesto en marcha una plataforma virtual colaborativa, con cursos formativos para las emprendedoras y mujeres interesadas en el sector de la tecnología y la innovación (en ALC); ya sea para que adquieran habilidades digitales que fomenten el crecimiento de sus negocios, administren mejor sus finanzas o accedan a espacios de creación de redes y oportunidades económicas.

Con estas iniciativas, se ha beneficiado a más de 18 millones de Pymes, propiedad o dirigidas por mujeres, logrando el 73% de la meta de digitalización de 25 millones, para 2025. Mastercard reafirma su compromiso con construir una sociedad cada vez más equitativa, donde las mujeres puedan aprovechar los beneficios de la inclusión financiera y digitalización.

