



El Impacto Corporativo en América Latina

El Caso de Lenovo

Latimpacto

La iniciativa

En América Latina, donde persiste una significativa brecha de género en el sector tecnológico, Lenovo ha desarrollado una estrategia de intervención orientada a promover la equidad mediante acciones coordinadas a distintos niveles.

Su programa regional, Smarter Technology for All, se implementa a través de alianzas estratégicas con organizaciones especializadas en la formación de talento femenino en disciplinas STEM, facilitando así el desarrollo de capacidades técnicas que permitan la inserción laboral efectiva de mujeres en el ecosistema digital.

Paralelamente, Lenovo impulsa la visibilización de referentes femeninos en ciencia y tecnología, con el objetivo de inspirar vocaciones tempranas en niñas y adolescentes y desafiar los estereotipos de género que limitan su participación. Además, la empresa colabora en iniciativas orientadas a la incidencia en políticas públicas educativas, buscando integrar el enfoque STEM y la equidad de género en los marcos institucionales de la región.

Esta aproximación integral, que combina formación, cambio cultural e incidencia estructural, se articula con la visión corporativa de Lenovo de construir una “tecnología más inteligente para todos”, entendida como un ecosistema tecnológico diverso, inclusivo y generador de impacto social y económico sostenible.



Corporativo:

Lenovo.

Sector económico:

Tecnología.

Descripción de la empresa:

Lenovo es una empresa multinacional centrada en la visión de ofrecer tecnología más inteligente para todos. Es la mayor fabricante de PC del mundo, con una cartera completa de dispositivos para la IA (PC, estaciones de trabajo, teléfonos inteligentes, tabletas), infraestructura (servidores, almacenamiento, borde, computación de alto rendimiento e infraestructura definida por software), software, soluciones y servicios.

Nombre del programa:

Smarter Technology for All.

Países de implementación:

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Público objetivo:

Mujeres.

Contexto de la estrategia de impacto

El desafío

En el contexto del acelerado crecimiento del ecosistema tecnológico a nivel global, América Latina enfrenta un desafío social estructural vinculado a la brecha de género en el sector tecnológico. Dos problemáticas interconectadas configuran este desafío: por un lado, la falta de acceso de las mujeres a formación y conocimientos en disciplinas STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), lo que genera una persistente subrepresentación femenina en el sector; y por otro, una demanda insatisfecha de talento femenino por parte de las empresas tecnológicas, que reconocen el valor estratégico de la diversidad en sus equipos.

Esta situación no solo limita las oportunidades económicas y profesionales de las mujeres, sino que obstaculiza el potencial innovador y competitivo de la industria. La evidencia indica que la diversidad en los equipos de trabajo favorece la creatividad, potencia la empatía en el diseño de soluciones y fortalece la conexión con los clientes, factores críticos para la sostenibilidad y éxito empresarial.

En este contexto, resulta prioritario impulsar iniciativas orientadas a la formación de mujeres en áreas tecnológicas, como una estrategia efectiva para reducir la brecha de género, promover la equidad y fortalecer la capacidad de innovación del sector en la región.

La solución

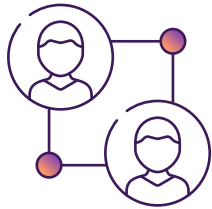
Lenovo busca democratizar el acceso a la tecnología y promover la equidad de género en el ecosistema digital.

Al facilitar el acceso de mujeres a formación técnica en áreas STEM, visibilizar referentes femeninos que actúen como modelos inspiradores y promover iniciativas de sensibilización y empoderamiento en el ámbito tecnológico, se fortalecen las capacidades técnicas de las mujeres y se contribuye a incrementar el número de profesionales femeninas en el sector. De esta manera se responde a la demanda insatisfecha del mercado laboral y se favorece la construcción de equipos más diversos e inclusivos.

La presencia creciente de mujeres en el sector no solo contribuirá a la reducción de la brecha de género, sino que también permitirá ampliar el repertorio de referentes para las nuevas generaciones, generando un efecto multiplicador en el tiempo.

Gobernanza de la estrategia de impacto

El rol del corporativo



El rol estratégico de Lenovo va más allá del financiamiento, desempeñándose como un articulador dentro del ecosistema de intervención. Si bien la financiación constituye la base habilitante para la implementación de las iniciativas, el compromiso de Lenovo se extiende hacia la participación directa en el diseño, desarrollo y seguimiento de los proyectos, permitiendo la retroalimentación continua y la generación de conocimiento interno.

La empresa facilita alianzas estratégicas, conectando a diversas organizaciones colaboradoras y promoviendo el intercambio de experiencias y buenas prácticas. Paralelamente, Lenovo moviliza tanto recursos técnicos como humanos, involucrando a sus empleados mediante programas de voluntariado corporativo que incluyen charlas inspiradoras de líderes femeninas y mentorías técnicas impartidas por especialistas.

El rol de los aliados externos



Son los encargados de la ejecución operativa y la especialización técnica de los proyectos. Estas organizaciones diseñan e implementan los programas de capacitación, desarrollan la investigación sobre la problemática de género en tecnología, crean y difunden referentes femeninos, y trabajan directamente con las beneficiarias utilizando sus metodologías y experiencia específica en el campo.

Su conocimiento profundo de las dinámicas sociales y educativas en Latinoamérica les permite adaptar las iniciativas a los contextos locales y maximizar su efectividad.

El valor de las alianzas

Las alianzas estratégicas constituyen un pilar fundamental en la estrategia de implementación y éxito del programa. Permiten la cocreación efectiva de los proyectos, integrando perspectivas y capacidades complementarias para abordar de manera más integral y contextualizada los desafíos identificados.

Además, la colaboración con aliados estratégicos contribuye a ampliar el alcance geográfico y sectorial de las iniciativas, al aprovechar sus redes de contacto, experiencias previas y conocimiento territorial. En este sentido, las alianzas no solo fortalecen la capacidad operativa del programa, sino que permiten una diversificación de enfoques, enriqueciendo el diseño de soluciones y potenciando el impacto social generado.



Lenovo reconoce que para ampliar el alcance de su estrategia de impacto requiere de sinergias, alianzas y trabajo colaborativo con otros actores que sumen distintas capacidades y puntos de vista para resolver una problemática en común.

Para conocer más elementos con los cuales maximizar el impacto consulte el reporte El impacto corporativo en América Latina.

La estrategia de impacto

La estrategia de impacto del programa abarca la acción simultánea en tres dimensiones clave para el empoderamiento laboral femenino: formación técnica, transformación cultural e incidencia en políticas educativas. Este enfoque multinivel responde a la comprensión del desafío como un problema sistémico, articulando acciones que abordan tanto las barreras estructurales como las barreras culturales que limitan el acceso de las mujeres al ecosistema tecnológico. En conjunto, la estrategia busca generar un ciclo virtuoso de impacto social, en el cual la inspiración de nuevas generaciones, la capacitación técnica, la promoción de modelos inclusivos de empleabilidad y la transformación de estructuras educativas y sociales permitan avanzar hacia una industria tecnológica más equitativa, diversa y sostenible en América Latina.

1

Fortalecimiento de iniciativas de género

Identifica y colabora con socios estratégicos especializados en equidad de género y desarrollo de talento en tecnología proporcionando recursos financieros, técnicos y visibilidad institucional para el fortalecimiento y ampliación de sus iniciativas enfocadas en *skilling*¹ y *upskilling*² para facilitar la inserción laboral de mujeres en el sector tecnológico.

2

Visibilización de referentes

Visibilización de referentes femeninos y la promoción temprana de vocaciones STEM enfocándose en la investigación y la acción directa para acercar modelos de mujeres del sector que sean inspiradores para niñas y adolescentes, desafiando estereotipos de género desde etapas formativas tempranas.

3

Incidencia

Incidencia en políticas públicas, sensibilización y la integración de marcos educativos que fortalezcan la formación STEM en mujeres jóvenes.

El impacto alcanzado



El proyecto con Laboratoria cuenta a la fecha **con más de 4000 mujeres graduadas.**



La tasa de empleabilidad de **las graduadas es del 77 %.**



El salario medio mensual de las graduadas es de **USD +1.241 al final de la formación.**



“Hemos percibido que hay un gap gigante en presencia de mujeres en el sector de tecnología. Aunque el mercado de tech está buscando desarrolladoras mujeres, programadoras mujeres, no hay suficientes en el mercado laboral. Entonces, empezamos a tener un enfoque de género en nuestros esfuerzos de skilling y upskilling para ampliar el mercado laboral femenino.

El nuestro es un rol de financiamiento, de poner los recursos financieros para la ejecución, pero es mucho más que solo eso. Entramos con nuestro conocimiento y también promovemos la articulación con el mercado y el ecosistema de tecnología. Y además siempre intentamos involucrar a nuestros empleados en los proyectos que desarrollamos.”

Alice Damasceno

Diretora de Ciudadania Corporativa & Comunicaciones ESG de Lenovo.

El impacto alcanzado

La vinculación entre el proyecto de impacto social y el core business de Lenovo es estratégica y estructural, dado que el compromiso de la empresa con la reducción de la brecha de género en el sector tecnológico en América Latina se encuentra plenamente alineado con su visión corporativa de “tecnología más inteligente para todos”. Esta visión no se limita a la provisión de productos y servicios tecnológicos, sino que conlleva un compromiso explícito con la creación de un ecosistema digital inclusivo y equitativo, en el cual la diversidad sea un catalizador de innovación y competitividad.

Al promover activamente la formación y empleabilidad de mujeres en áreas STEM, Lenovo no solo contribuye a resolver una problemática social relevante, sino que fortalece su propio modelo de negocio mediante la ampliación y diversificación del talento disponible.

Incorporar mujeres en el sector tecnológico responde al interés estratégico de la compañía en constituir equipos internos más diversos, lo cual se traduce en procesos de desarrollo de productos y soluciones enriquecidos por múltiples perspectivas. La diversidad de género favorece la creatividad, la identificación de oportunidades y el diseño de tecnologías que reflejen las necesidades y preferencias de un mercado cada vez más heterogéneo, incluyendo a la población femenina, que representa una porción significativa de los consumidores.

Es por esto por lo que esta estrategia de impacto sirve como palanca para la innovación inclusiva, aportando tanto al desarrollo social de la región como al fortalecimiento del desempeño comercial de Lenovo. La integración de esta dimensión social en la estrategia corporativa reafirma el compromiso de la empresa con un crecimiento sostenible y responsable, donde el propósito y el negocio convergen.



Lecciones aprendidas

El poder de la acción colectiva

La colaboración con organizaciones especializadas, el establecimiento de alianzas estratégicas y el desarrollo conjunto de proyectos han demostrado ser más efectivos que las intervenciones aisladas, permitiendo aprovechar sinergias, compartir experiencias y diversificar enfoques para maximizar el impacto social.

Enfrentarse a desafíos del contexto

La naturaleza dinámica del sector tecnológico, caracterizada por la rápida evolución de las herramientas digitales y el crecimiento exponencial de la inteligencia artificial, demanda una estrategia de formación flexible y adaptable, capaz de responder oportunamente a los cambios del mercado laboral.

El diseño de la estrategia debe centrarse en la población objetivo

Las participantes enfrentan barreras subjetivas como la prevalencia del síndrome del impostor, que limita su confianza y reconocimiento de competencias incluso tras completar con éxito los procesos formativos. La incorporación de casos de éxito visibles y concretos ha resultado fundamental para motivar a las mujeres, facilitando procesos de identificación positiva.

Más información

www.lenovo.com/us/en/about/foundation

Agradecemos la contribución para la elaboración de este estudio de caso a:
Alice Damasceno - Directora de Ciudadanía Corporativa & Comunicaciones ESG de Lenovo.