



# FUERZA Mujeres



**Estudio de diagnóstico sobre la pertinencia y efectos más significativos del apoyo en especie del Programa Fuerza Mujeres en la construcción de la Autonomía Económica de la población objetivo para la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres**

**Enero de 2022**

## ÍNDICE

I.	Descripción y objetivos del servicio de consultoría .....	4
II.	Alcances de la consultoría.....	5
III.	Plan de trabajo .....	5
IV.	Actividades realizadas en la etapa preparatoria.....	6
	a) Fase cualitativa.....	6
	b) Fase Cuantitativa.....	7
V.	Actividades realizadas en la etapa de recolección de datos.....	9
	a) Fase cualitativa.....	9
	a) Fase cuantitativa.....	10
VI.	Sistematización y análisis de la información.....	10
	a) Fase cualitativa.....	10
	a) Fase cuantitativa.....	10
VII.	Técnica de recolección y análisis de datos con indicadores cualitativos.....	11
	a) Grupos focales .....	11
	b) Entrevistas semiestructuradas.....	11
VIII.	Técnica de recolección y análisis de datos con indicadores cuantitativos.....	12
	a) Encuesta telefónica .....	12
IX.	INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN CADA ETAPA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN.....	13
	a) Guía de Tópicos de Grupos Focales.....	13
	b) Guía de Entrevista con Mujeres Beneficiarias del Programa .....	16
	c) Encuesta telefónica.....	20
	d) Tarjetas de apoyo.....	25
X.	Resultados del estudio.....	29
	a) Fase cualitativa.....	29
	b) Fase cuantitativa.....	61



XI. Estrategias para mejorar el impacto de la lógica de intervención del Programa en torno al problema de la brecha digital de género y propuesta de indicadores de resultados .....	82
XII. Alternativas a la tableta electrónica viables para el alcance de los objetivos del programa (descripción de prácticas).....	112
XIII. Conclusiones .....	114
XIV. Recomendaciones .....	121
Bibliografía .....	125
XV. Anexos .....	127
Anexo 1. Descripción de participantes de estudio cualitativo.....	127
Anexo 2. Fotografías del trabajo de campo.....	134
Anexo 3. Otras experiencias en México y otros países para reducir la brecha digital de género.	147
Anexo 4. Perfiles del equipo técnico responsable de la elaboración del diagnóstico .....	149

## **I. Descripción y objetivos del servicio de consultoría**

El diagnóstico consideró los supuestos de la lógica de intervención que propone el Programa Fuerza Mujeres y los contrastó con la evidencia empírica que se obtuvo a partir de la recolección de información cualitativa y cuantitativa para construir una teoría de cambio que permitiera identificar las implicaciones y escenarios de distintas alternativas de intervención con los siguientes objetivos general y específicos:

### **a) OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de diagnóstico para valorar el grado en que la tableta electrónica, contemplada en el Programa Fuerza Mujeres, contribuye al fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres y a la reducción de la brecha digital de género en el estado de Jalisco, considerando principalmente el uso de tiempo de las mujeres y las medidas sanitarias en el contexto de la pandemia COVID-19.

### **b) OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Identificar el grado de prioridad que tiene el desarrollo de capacidades digitales en el empoderamiento económico de las mujeres subocupadas y autoempleadas de Jalisco.
2. Valorar y justificar la pertinencia de brindar una tableta electrónica a las beneficiarias del Programa para cursar el programa de capacitación no presencial.
3. Valorar y justificar la pertinencia de brindar una tableta electrónica a las beneficiarias del Programa en comparación con brindarles el recurso económico proporcional al valor monetario de la tableta.
4. Generar una estrategia para mejorar el impacto del Programa en la reducción de la brecha digital de género en el estado de Jalisco.
5. Diseñar dos propuestas alternativas a la tableta electrónica para atender el problema público del Programa.

## II. Alcances de la consultoría

Los alcances de la consultoría son por una parte descriptivos de la información recolectada a través de una metodología mixta que integra diferentes estrategias de aproximación con la población beneficiaria, al mismo tiempo que busca aportar distintos enfoques para observar las fortalezas y debilidades del componente en especie a través de la entrega de tabletas electrónicas del Programa Fuerza Mujeres en relación con los fines que se persiguen desde la perspectiva y contextos de las mujeres beneficiarias, la literatura reciente sobre la autonomía económica de las mujeres y la brecha digital de género, así como la revisión de buenas prácticas nacionales e internacionales.

## III. Plan de trabajo

El plan de trabajo se dividió en tres etapas para cumplir con los objetivos establecidos, de tal manera, que en la primera etapa se llevó a cabo una revisión documental que permitiera construir el marco conceptual y técnico del proyecto, así como el diseño de instrumentos de recolección, una segunda etapa se dedicó a la recolección y análisis de la información y una tercera etapa a la integración del informe y documento meta.

ETAPA	TÉCNICA	OBJETIVO
<b>PRIMERA:</b> Marco conceptual y técnico, diseño de instrumentos	Investigación documental	1. Identificar el grado de prioridad que tiene el desarrollo de capacidades digitales en el empoderamiento económico de las mujeres subocupadas y autoempleadas de Jalisco.
<b>SEGUNDA:</b> Recolección de información	Con enfoque cualitativo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupos Focales</li> <li>• Entrevistas semiestructuradas</li> </ul> Con enfoque cuantitativo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta telefónica con representatividad estadística</li> </ul>	2. Valorar y justificar la pertinencia de brindar una tableta electrónica a las beneficiarias del Programa para cursar el programa de capacitación no presencial.  3. Valorar y justificar la pertinencia de brindar una tableta electrónica a las beneficiarias del Programa en comparación con brindarles el recurso económico proporcional al valor monetario de la tableta.

<b>ETAPA</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>OBJETIVO</b>
<b>TERCERA:</b> Integración del informe y documento meta	Análisis a través de triangulación de la información obtenida a través de la investigación documental y el trabajo de campo	4. Generar una estrategia para mejorar el impacto del Programa en la reducción de la brecha digital de género en el estado de Jalisco. 5. Diseñar dos propuestas alternativas a la tableta electrónica para atender el problema público del Programa.

#### **IV. Actividades realizadas en la etapa preparatoria**

##### **a) Fase cualitativa**

Durante la etapa preparatoria se llevó a cabo la selección de beneficiarias que cumplieran con un perfil de acuerdo con las características de interés analítico por modalidad y esquema de apoyo, es decir, que permitiera comparar hallazgos entre la Modalidad "A" (Estoy emprendiendo) y "B" (Estoy emprendiendo Mujer Indígena), el Esquema del apoyo 1 (\$20,000 a fondo perdido y tableta electrónica) y 2 (\$24,000 a fondo perdido), la edad, los giros de mayor inscripción al programa y la localización del municipio donde residen, distinguiendo entre el AMG y el interior del estado.

Una vez hecha la selección, mediante llamadas telefónicas se llevó a cabo la invitación a participar en grupos focales y por WhatsApp se brindó la información necesaria, el seguimiento y la confirmación para acudir a las instalaciones en donde tendrían lugar las sesiones presenciales, o bien, conectarse a las sesiones virtuales.

Para estas sesiones, en los casos en que se realizarían de forma virtual, se programaron salas virtuales en la plataforma de Google Meet con la intención de privilegiar la sencillez del acceso y participación de las beneficiarias invitadas, se generó un vínculo a través del cual pudieran acceder con un sólo clic y se configuró la reunión para que todas pudiera hablar por medio de su dispositivo o escribir en el chat, además de observar al resto de las participantes utilizando las cámaras digitales de quienes dispusieran de alguna.

En las sesiones presenciales se dispuso de un espacio acondicionado para incentivar la discusión de las participantes con un acomodo circular de los asientos que permitiera el contacto visual entre todas las participantes.

Para las entrevistas se agendaron citas vía telefónica. En el caso de las entrevistas realizadas de forma virtual se les dio seguimiento a las participantes vía telefónica y vía WhatsApp, también se generaron las salas virtuales por medio de Google Meet.

**b) Fase Cuantitativa**

El diseño e instrumentación de la encuesta telefónica consistió en la determinación del método de muestreo que fue probabilístico polietápico estratificado en donde el marco muestral que se utilizó fue el padrón de beneficiarias del año 2021 integrado por 5,524 beneficiarias y los estratos se definieron a partir de las modalidades, esquemas de apoyo y regiones del estado de Jalisco.

**Cuadro 1.** Composición del universo de estudio (beneficiarias del Programa Fuerza Mujeres durante el año 2021) por región, modalidad y esquema de apoyo.

REGIÓN	MODALIDAD A "Estoy emprendiendo"		MODALIDAD B "Estoy emprendiendo Mujer Indígena"
	Esquema 1 (20 mil pesos con tableta electrónica)	Esquema 2 (24 mil pesos sin tableta electrónica)	Esquema 1 (20 mil pesos con tableta electrónica)
Altos Norte	99	261	
Altos Sur	150	255	
Centro	158	312	56
Ciénega	112	271	22
Costa Sur	137	148	157
Costa-Sierra Occidental	143	136	
Lagunas	277	228	
Norte	202	129	559
Sierra de Amula	220	252	20
Sur	233	271	78
Sureste	105	166	1
Valles	145	221	
<b>TOTAL</b>	<b>1981</b>	<b>2650</b>	<b>893</b>

**Cuadro 2.** Distribución muestral por región, modalidad y esquema de apoyo.

REGIÓN	MODALIDAD A "Estoy emprendiendo"		MODALIDAD B "Estoy emprendiendo Mujer Indígena"
	Esquema 1 (20 mil pesos con tableta electrónica)	Esquema 2 (24 mil pesos sin tableta electrónica)	Esquema 1 (20 mil pesos con tableta electrónica)
Altos Norte	6	17	
Altos Sur	11	24	
Centro	7	31	8
Ciénega	12	19	3
Costa Sur	10	5	13
Costa-Sierra Occidental	10	10	
Lagunas	19	16	
Norte	7	10	19
Sierra de Amula	21	23	2
Sur	11	18	12
Sureste	12	14	
Valles	10	15	
<b>TOTAL</b>	<b>136</b>	<b>202</b>	<b>57</b>

La selección aleatoria de los casos por número de folio de identificación se hizo de acuerdo con los estratos de estudio, para lo cual se solicitaron los datos de contacto telefónico a la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres incluyendo una sobremuestra que permitiera completar el tamaño de muestra diseñada en caso de no respuesta por motivos de no contacto por falta de cobertura telefónica o estar fuera de servicio, no elegibilidad o indisposición para participar.

El contenido del instrumento de recolección se diseñó para responder a los objetivos del diagnóstico y con este fin se redactaron 43 preguntas (138 variables de estudio) sobre acceso y usos del internet, disponibilidad de equipos electrónicos en el hogar y el negocio, habilidades digitales, valoración de los contenidos de capacitación que se recibieron a través de la tableta o con enlace por internet, personas a las que recurrieron en caso de dudas, así como la frecuencia y características de uso de la tableta.

Se seleccionó al equipo de investigación de campo conformado por mujeres encuestadoras quienes recibieron una capacitación sobre el objetivo y contexto del estudio, el abordaje telefónico, los criterios metodológicos y el contenido del cuestionario, así como la captura de respuestas en los dispositivos móviles a través de la plataforma electrónica utilizada para la aplicación de la encuesta.

## V. Actividades realizadas en la etapa de recolección de datos

### a) Fase cualitativa

Como parte del estudio cualitativo se realizaron cinco grupos focales con beneficiarias del Programa Fuerza Mujeres con una duración promedio de dos horas cada uno de ellos. Los primeros dos grupos focales se llevaron a cabo de forma presencial en las instalaciones de Demoskópica México y estuvieron conformados por beneficiarias de la Modalidad "A" del Área Metropolitana de Guadalajara. El primer grupo focal se llevó a cabo el 2 de diciembre de 2021 donde participaron nueve beneficiarias del Esquema 1 de los municipios de El Salto, Tlajomulco de Zúñiga, Tonalá, Guadalajara y Zapopan, sus edades se encontraban entre los 26 y los 60 años y los giros de sus emprendimientos eran la venta de ropa, venta de alimentos, belleza y artesanía. El segundo grupo focal se llevó a cabo el día 3 de diciembre de 2021 con siete beneficiarias del Esquema 2 de los municipios de El Salto, San Pedro Tlaquepaque, Tlajomulco de Zúñiga, Tonalá y Zapopan, sus edades iban de entre los 21 y los 56 años y los giros de sus emprendimientos se distribuían entre venta de alimentos, venta de ropa, papelería y belleza.

Los grupos focales tres y cuatro, también de la Modalidad "A", se realizaron de forma virtual a través de la plataforma de Google Meet con beneficiarias que residen en municipios del interior del estado. En el tercer grupo focal realizado el 8 de diciembre de 2021 asistieron nueve beneficiarias del Esquema 1 de los municipios de Ameca, Atotonilco el Alto, Colotlán, Encarnación de Díaz, Guachinango, Jocotepec, Tapalpa y Pihuamo, sus edades iban de los 23 a los 61 años y los giros de sus emprendimientos eran la venta de abarrotes, venta de alimentos, belleza y elaboración de bisutería y manteles bordados. En el cuarto grupo focal que se llevó a cabo el día 9 de diciembre de 2021, participaron seis beneficiarias del Esquema 2 de los municipios de Ahualulco de Mercado, Guachinango, Tototlán, Unión de San Antonio, Villa Purificación y Zapotitlán de Vadillo, sus edades se encontraban entre los 19 y 34 años y los giros de sus emprendimientos en este caso eran la venta de productos de limpieza, la elaboración de piñatas, venta de jabones naturales y repostería.

El último y quinto grupo focal se efectuó el día 14 de enero de 2022 de forma virtual mediante Google Meet con cuatro beneficiarias de la Modalidad "B" que residen en el AMG en los municipios de Guadalajara y Zapopan, edades entre los 26 y 54 años, tres de ellas artesanas y una dedicada a la venta de alimentos y bebidas.

Así mismo con un enfoque regional, se llevaron a cabo 10 entrevistas de forma presencial con beneficiarias de la Modalidad "A", Esquema 1 y 2 el día 11 de diciembre de 2021 en los municipios de El Arenal, Amatitán y Tequila, las edades de las beneficiarias iban de los 23 a los 63 años y los giros de sus emprendimientos abarcaban la venta de alimentos, belleza, venta de abarrotes y la repostería.

Por último, de forma virtual a través de Google Meet, se realizaron nueve entrevistas con beneficiarias de la Región Norte, Sur, Costa Sur y Ciénega del interior del estado de Jalisco en los municipios de Mezquitic, Cuautitlán de García Barragán, Poncitlán y Zapotitlán. Los giros predominantes en este caso fueron la elaboración de artesanías, la venta de ropa, la venta de ropa y la siembra.

Los grupos focales fueron videograbados y las entrevistas se grabaron en audio con el consentimiento de todas las participantes a quienes se les mencionó el motivo de hacerlo para llevar a cabo los procesos de transcripción y análisis de la información que ellas nos proporcionaran.

#### **a) Fase cuantitativa**

En el periodo comprendido del 20 al 24 de enero de 2022 se llevó a cabo el levantamiento de encuestas telefónicas dirigida a beneficiarias del programa Fuerza Mujeres en un horario de 9 de la mañana a 8 de la noche. Únicamente en el caso de las beneficiarias de la Modalidad B se tuvo la necesidad de solicitar una nueva muestra al área responsable del Programa dentro de la SISEMH, ya que, por motivos de falta de cobertura telefónica en la Región Norte, los datos de contacto no fueron suficientes para alcanzar la muestra estimada. Otra estrategia fue el contacto por WhatsApp para hacerles saber del interés de contactarlas y eso permitió que las beneficiarias de la Región Norte regresaran la llamada cuando lograban conectarse a internet y llamar de algún teléfono con mejor cobertura. En total se realizaron 395 casos efectivos que permitieron alcanzar un nivel de confianza de 95% y un margen de error de  $\pm 5\%$ .

### **VI. Sistematización y análisis de la información**

#### **a) Fase cualitativa**

Se realizaron las transcripciones correspondientes de cada una de las sesiones de GF, así como de las entrevistas. La codificación y sistematización de la información proveniente de las intervenciones de cada participante se dividió en cuatro ejes de análisis de acuerdo con la guía de tópicos y a su vez cada eje de análisis identificó las variables que los componen, posteriormente se llevó a cabo una lectura estructurada para el análisis de la información.

#### **a) Fase cuantitativa**

Una vez concluida la aplicación de la encuesta telefónica, la información capturada en la plataforma electrónica se descargó para su validación, limpieza y procesamiento en el programa SPSS y se estimaron los factores de expansión de acuerdo con los parámetros poblacionales. Se hizo una recodificación de las opciones de respuesta abiertas y se realizó el análisis estadístico descriptivo de todas las variables de estudio.

## VII. Técnica de recolección y análisis de datos con indicadores cualitativos

### a) Grupos focales

Se llevó a cabo una aproximación cualitativa a través de grupos focales (GF) los cuales son una técnica de investigación cuyo propósito principal es generar la interacción entre sus participantes para que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones alrededor de los temas de estudio. Previamente se prepara una guía de tópicos que permita una exploración a profundidad con respecto a la experiencia y que recoja la retroalimentación a través de la discusión grupal. El número de participantes recomendado es en promedio de entre 6 y 10 personas además de una persona que funja como moderadora, otras como observadores y relatores. El espacio donde se lleva a cabo debe ser adecuado en tamaño, con un acomodo circular que permita la interacción verbal y visual entre las personas.

Debido a la cuarta ola de contagios por la pandemia de COVID-19 y las dificultades logísticas para el traslado de beneficiarias de distintos municipios del interior del estado, en tres de los cinco grupos que se llevarían a cabo se adaptó la metodología a la forma virtual, en este caso se sustituyó el espacio por una sala virtual mediante Google Meet con cámaras y micrófonos encendidos y un chat para realizar comentarios, además se hizo uso de la plataforma Mentimeter e imágenes mostradas en pantalla como apoyo a algunas de las dinámicas.

### b) Entrevistas semiestructuradas

Además de los GF también se realizó un acercamiento a través de entrevistas semiestructuradas, este tipo de contacto favorece que las personas compartan experiencias, sentimientos y las interpretaciones que hacen cada una sobre sí mismas o de un hecho. Previamente se elabora una guía de preguntas que dan pauta a la conversación al mismo tiempo que brinda flexibilidad. En este tipo de entrevistas se puede mantener el diálogo enfocado en el tema de interés, pero además tiene la bondad de permitir indagar sobre particularidades que puedan ser de interés para la investigación.

En este caso todas las entrevistas fueron realizadas por investigadoras mujeres para propiciar mayor apertura y confianza de las beneficiarias entrevistadas.

Aunque lo ideal es realizar la entrevista de forma personal (cara a cara) por motivo del incremento de casos de COVID-19 por medio de la plataforma de Google Meet que es de fácil acceso, parte de las entrevistas se realizaron de forma virtual con la misma metodología que las presenciales.

## **VIII. Técnica de recolección y análisis de datos con indicadores cuantitativos**

### **a) Encuesta telefónica**

La encuesta es una técnica de investigación cuantitativa caracterizada por la aplicación de un procedimiento estandarizado (las mismas preguntas y opciones de respuesta para todas las personas que participan en el ejercicio) con el propósito de obtener información de una muestra representativa de la población que se pretende estudiar y se decidió utilizar el modo de administración telefónica al contar con un marco muestral del universo de estudio con información de los números de teléfonos fijos y/o celulares que permitió un procedimiento de selección aleatoria, así como reducir el tiempo y costos operativos del estudio a través de un cuestionario que fuera limitado en extensión.

## IX. INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN CADA ETAPA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

### a) Guía de Tópicos de Grupos Focales

Bienvenida al grupo, presentación de moderadora y participantes (nombre y actividad económica a la que se dedica).

- Agradecimiento por su participación, objetivo de la sesión, reglas y dinámica de participación.

### I. MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS DE PARTICIPACIÓN EN FUERZA MUJERES

1. ¿Cómo se enteraron de la convocatoria al programa de Fuerza Mujeres?
2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que decidieron participar en el Programa Fuerza Mujeres?
3. ¿Cómo fue que decidieron elegir la modalidad? **[mencionar según el GF]**
4. Una vez que fueron seleccionadas, ¿se vieron en la necesidad de abrir una cuenta bancaria o ya contaban con una?, en caso de que hayan abierto una, ¿fue sencillo o tuvieron dificultades?
5. ¿Hubo algún requisito durante la fase de inscripción que les haya causado dificultad de cumplir? (el llenado de la solicitud en línea, la carga de archivos, la elaboración del video de su proyecto, etc.)
6. Les voy a pedir que por favor escriban los tres aspectos que **MÁS** les ha gustado del Programa Fuerza Mujeres. **[USO DE TARJETA e indagar sobre los más mencionados]**
7. Y ahora díganme por favor escriban los tres aspectos que **MENOS** les ha gustado del Programa Fuerza Mujeres. **[USO DE TARJETA e indagar sobre los más mencionados]**
8. ¿Cuáles dirían que eran sus principales expectativas al participar en el Programa?, ¿qué tanto se cumplieron esas expectativas?

### II. USO DE LA TABLETA

9. ¿Cuál fue su primera impresión sobre la tableta (mostrar físicamente)?
10. ¿Ustedes cuándo y dónde la utilizan con mayor frecuencia?
11. ¿Para qué la utilizan más, qué tipo de actividades hacen en ella?
12. ¿Cuáles programas utilizan con mayor frecuencia? (¿Word, PowerPoint, Excel, programas de diseño?)
13. ¿Qué tipo de aplicaciones son las que más usan?
14. ¿Cómo considera que ha impactado el uso de la tableta en su vida personal, familiar y laboral?
15. ¿Cuáles son los usos más frecuentes que le dan a su tableta?

16. ¿Alguien de su familia o amistades la ha apoyado para conocer más a detalle todo lo que puede hacer con la tableta, durante las capacitaciones y después?
17. ¿Qué habilidades o conocimientos digitales considera usted que ha desarrollado desde que obtuvo la tableta electrónica?
18. ¿Qué tanto les sirve la tableta para...? **[USO DE MENTIMETER]**
- Área laboral o profesional (herramienta de trabajo, ideas para su negocio, ventas en línea, promoción o publicidad, manejo y administración de su negocio)
  - Formación o aprendizaje (herramienta de estudio, consulta de información, aprender cosas nuevas)
  - Desarrollo personal y conciencia de género (herramienta para tomar buenas decisiones para su vida, derechos de las mujeres, acceder a información sobre la violencia contra las mujeres y cómo buscar ayuda)
  - Familiar y social (convivencia y socialización, mejorar sus relaciones familiares o de pareja, acompañar a sus hijos en sus estudios)
26. ¿Qué procesos lleva a cabo de forma digital? (por ejemplo, pagos, transferencias, contabilidad, facturación, inventarios, etc.) y de estos procesos, ¿cuáles lleva a cabo por medio de la tableta?

### III. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

19. ¿Qué tan fácil les resultó el acceso a los materiales de capacitación (videos, lecturas)?, ¿qué cambiarían en el acomodo del menú, botones o accesos utilizados para llegar a los recursos?
20. ¿Consideran que los colores, el tipo de letra, las imágenes y en general los elementos del sitio o aplicación son adecuados?, ¿qué les cambiarían?
21. Respecto al contenido de los recursos de capacitación, ¿qué les parecen?, ¿son claros?, ¿se entienden con facilidad? En los videos o materiales, ¿hay algunos términos o palabras que no haya comprendido?
22. ¿Cuáles fueron los temas que llamaron más su atención respecto al desarrollo personal o humano?
23. ¿Cuáles temas le fueron de mayor apoyo para su actividad económica en relación con herramientas para emprendimiento? y, ¿para el manejo de sus finanzas?
24. ¿Consideran que los temas abordados en el material de capacitación son suficientes?, ¿qué añadirían?, ¿qué quitarían?
25. ¿Cuánto tiempo dedicó a la exploración de los materiales de capacitación? ¿Los revisó todos?, ¿cuánto pasó desde que inició hasta que terminó (días, semanas, meses)?

26. ¿Qué dificultades tuvo durante la etapa de capacitación y evaluación?
27. ¿Considera que es necesario el acompañamiento en el proceso de capacitación o la existencia de una línea de apoyo para resolver dudas al respecto?
28. ¿Qué otros temas de capacitación consideran que le serían de utilidad para impulsar su actividad económica (emprendimiento o empleo)?

#### **IV. HABILIDADES DIGITALES PARA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA**

27. Generalmente, ¿qué tipo de dispositivos electrónicos (computadora, tableta, teléfono) utilizan más para su vida cotidiana y familiar, su negocio o trabajo?
28. ¿Cuenta con acceso a internet en su hogar o negocio?, ¿es a través de su celular o es una conexión fija?, ¿con qué frecuencia accede?
29. ¿Cuáles son las principales actividades o acciones que realiza en internet (consulta de información, capacitaciones y cursos, acceso a recursos digitales como videos, promover o promocionar su negocio, realizar ventas, uso de redes sociales, etcétera)?
30. ¿Qué aplicaciones o programas utiliza con mayor frecuencia?
31. Cuando tiene algún problema o duda sobre el entorno digital, ¿cuenta con algún familiar, conocido u otra fuente de información a quien pueda preguntarle sobre el tema?

## b) Guía de Entrevista con Mujeres Beneficiarias del Programa

- **INTRODUCCIÓN:** Buenos días/tardes, mi nombre es [...], le agradezco mucho su tiempo para llevar a cabo esta entrevista que tiene como objetivo conocer su experiencia respecto al Programa Fuerza Mujeres, los usos de la tableta y la utilidad del programa de capacitación.

### I. MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS DE PARTICIPACIÓN EN FUERZA MUJERES

1. ¿Cómo se enteró de la convocatoria del programa de apoyo al emprendimiento de Fuerza Mujeres?
2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que decidió participar en el Programa Fuerza Mujeres?
3. ¿Qué elementos tomó en consideración al elegir la modalidad del apoyo (tableta o recurso)?
4. Una vez que fue seleccionada, ¿se vio en la necesidad de abrir una cuenta bancaria o ya contaba con una?, si abrió una, ¿fue sencillo o tuvo dificultades?
5. ¿Hubo algún requisito durante la fase de inscripción que le haya causado dificultad de cumplir? (el llenado de la solicitud en línea, la carga de archivos, la elaboración del video de su proyecto, etc.) (en el caso de quienes realizaron el trámite de forma presencial indagar sobre su proceso y principales dificultades)
6. Durante su inscripción al programa ¿qué esperaba lograr al ser beneficiaria?, ¿qué tanto se ha cumplido o está encaminada a cumplirse esa expectativa?
7. Si no hubiera sido seleccionada como beneficiaria de Fuerza Mujeres, ¿qué otros medios hubiera utilizado para obtener su objetivo?

### II. USO DE LA TABLETA

8. ¿Cómo considera que ha impactado el uso de la tableta en su vida personal, familiar y laboral?
9. ¿De qué forma considera que le ha sido útil la tableta? (por ejemplo, para vender o comprar productos o servicios, capacitarse, estudiar o consultar información, comunicarse con amigos, familiares o clientes, buscar un empleo o, para entretenimiento)
10. ¿Alguien de su familia o amistades la ha apoyado para conocer más a detalle todo lo que puede hacer con la tableta, además de las capacitaciones?
11. ¿Qué habilidades o conocimientos digitales considera usted que ha desarrollado desde que obtuvo la tableta electrónica?
12. ¿Qué aplicaciones, programas, plataformas o páginas usa con mayor frecuencia?
13. ¿Qué procesos lleva a cabo de forma digital (por ejemplo, pagos, transferencias, contabilidad, facturación, inventarios, etc.)? Y de estos procesos, ¿cuáles lleva a cabo por medio de la tableta?

14. ¿Considera la tableta como una herramienta de apoyo que le ha ayudado directamente para el fortalecimiento de sus capacidades o habilidades para su formación profesional?, ¿de qué forma?
15. ¿Alguna otra persona de su familia utiliza la tableta? ¿Qué utilidad le da?

### **III. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN**

16. ¿Considera que acceder al material (videos, lecturas) y completarlo es sencillo?, ¿por qué?, ¿qué cambiaría?
17. ¿Realizó una exploración de los contenidos de la tableta o fué directo a los señalados en la guía del curso?, ¿qué tanto contenido revisó? ¿Cuánto tiempo dedicó a la exploración de los materiales de capacitación?, ¿cuánto pasó desde que inició hasta que terminó (días, semanas, meses)?
18. Respecto al contenido de los recursos de capacitación, ¿qué le parecen?, ¿son claros?, ¿se entienden con facilidad? En los videos o materiales, ¿hay algunos términos o palabras que no haya comprendido ?, ¿Recuerda cuáles eran?
19. ¿Cuáles fueron los temas que llamaron más su atención respecto aquellos que se relacionan con el desarrollo personal o humano?
20. Considerando los temas relacionados con herramientas para emprendimiento, ¿cuáles fueron de mayor apoyo para su actividad económica?, ¿y de los temas para el manejo de sus finanzas personales y de su proyecto?
21. ¿Considera que los temas abordados en el material de capacitación son suficientes?, ¿qué añadiría?, ¿qué quitaría?
22. ¿Qué dificultades tuvo durante la etapa de capacitación y evaluación?
23. ¿Considera que es necesario el acompañamiento en el proceso de capacitación o la existencia de una línea de apoyo para resolver dudas al respecto?
24. ¿Qué otros temas de capacitación considera que le serían de utilidad para impulsar su actividad económica (emprendimiento o empleo)? Estos temas que son de su interés, ¿son más accesibles de forma virtual o presencial?

### **IV. HABILIDADES DIGITALES PARA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA**

25. Generalmente, ¿qué tipo de dispositivos electrónicos (computadora, tableta, teléfono) utiliza más para su vida cotidiana y familiar, su negocio o trabajo?
26. ¿Cuenta con acceso a internet en su hogar o negocio?, ¿es a través de su celular o es una conexión fija?, ¿con qué frecuencia accede?
27. ¿Cuenta usted con un correo electrónico personal?, ¿sabe utilizarlo o necesita apoyo para su manejo?, ¿quién le brinda apoyo cuando lo necesita?

28. ¿Cuáles son las principales actividades o acciones que realiza en internet (consulta de información, capacitaciones y cursos, acceso a recursos digitales como videos, promover o promocionar su negocio, realizar ventas, uso de redes sociales, etcétera)?
29. Cuando tiene algún problema o duda sobre el entorno digital, ¿cuenta con algún familiar, conocido u otra fuente de información a quien pueda preguntarle sobre el tema?
30. ¿Considera que sería útil contar con un foro virtual donde las beneficiarias pudieran ir compartiendo su experiencia, dudas o sugerencias para el emprendimiento? ¿Considera que podría ser bueno contar con un portal virtual donde se publiciten sus productos o los servicios que ofrece su proyecto?

#### **V. MÓDULO ESPECÍFICO PARA FORTALECIMIENTO A LA EMPLEABILIDAD**

31. ¿Cuáles son los temas profesionales que decidió fortalecer o desarrollar con el apoyo del Programa?, ¿ha utilizado la tableta para este fin?
32. ¿A qué instituciones u organizaciones acudió o piensa acudir para que le brinden la formación que busca?
33. ¿Cuánto tiempo estima que le tomará robustecer los temas profesionales lo suficiente para fortalecer su empleabilidad?
34. ¿Conoce organizaciones o contactos que la puedan vincular con fuentes de empleo una vez que concluya su formación?

#### **VI. MÓDULO ESPECÍFICO PARA PROYECTOS PRODUCTIVOS**

35. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando su emprendimiento?
36. Los temas abordados en los materiales de la tableta, ¿pueden aplicarse en su emprendimiento o proyecto?, ¿cuáles sí y cuáles no?, ¿por qué?
37. Principalmente, ¿en qué aspecto de su emprendimiento invirtió o piensa invertir el apoyo que recibió por parte del programa de Fuerza Mujeres? (materias primas, máquinas y herramientas de producción, propaganda y publicidad, contratar empleadas o empleados)?
38. El emprendimiento con el que participó ¿es su única fuente de ingresos, es un complemento de otra actividad económica? Si es un complemento, ¿tiene pensado que se convierta en su única fuente de ingresos?

#### **VII. MÓDULO ESPECÍFICO PARA TRABAJADORAS DEL HOGAR**

39. ¿Cuántos años lleva trabajando en labores domésticas de forma remunerada?
40. ¿Qué la motivó a iniciar un emprendimiento?

41. El emprendimiento que inició, ¿es una actividad adicional para aumentar sus ingresos o tiene el interés de dedicarse por completo a su proyecto de emprendimiento?, ¿por qué?

### **VIII. MÓDULO ESPECÍFICO PARA COMUNIDADES INDÍGENAS**

42. ¿Ha tenido dificultades para el uso de su tableta o accesibilidad a internet?, ¿Cuáles?

43. ¿Cómo ha tratado de resolver esas dificultades que me comentó?, ¿pidió apoyo a la SISEMH?, en caso de que así haya sido, ¿qué medio utilizó para comunicarse con la SISEMH?

44. ¿Considera que la capacitación que recibió por medio de la tableta la podría haber obtenido por otros medios? ¿Cuáles otros? o ¿por qué no?

45. ¿Considera que existe alguna otra herramienta tecnológica que pueda funcionar mejor que la tableta para su negocio o emprendimiento?, ¿cuál?, ¿por qué?



c) Encuesta telefónica

FOLIO [...] FECHA DE LEVANTAMIENTO: \_\_\_\_/enero/ 2022 MODALIDAD: [...]
ESQUEMA: [...] MUNICIPIO: [...]

HORA DE INICIO: [\_\_:\_\_] HORA DE TERMINACIÓN: [\_\_:\_\_]

INTRODUCCIÓN:

Buenos días/tardes, soy [NOMBRE]. Soy parte del equipo de investigación de DEMOSKÓPICA MÉXICO y estamos colaborando con la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres (SISEMH) del gobierno del estado de Jalisco para llevar a cabo una encuesta dirigida a beneficiarias del Programa Fuerza Mujeres con el objetivo de conocer su experiencia e identificar aspectos susceptibles de mejora, por lo que es muy importante que sea muy sincera en sus respuestas, las cuales conservarán el anonimato.

Favor de registrar el número de intentos antes de lograr la entrevista:

Rechazos: [ ] Incompletos: [ ] No elegibles: [ ] No contactos: [ ]

PREGUNTAS FILTRO

¿Participó como beneficiaria del Programa Fuerza Mujeres en el año 2021?

- 1) Sí \_\_\_\_ (Aplicar encuesta) 2) No \_\_\_\_ (No aplicar encuesta)

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo se enteró del Programa Fuerza Mujeres? (Seleccionar una sola respuesta)

- 1) Por una amiga\_\_\_\_ 2) Por una vecina\_\_\_\_ 3) Por mi pareja\_\_\_\_ 4) Por algún familiar\_\_\_\_
5) Por Facebook\_\_\_\_
6) Por la página de la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres del gobierno de Jalisco\_\_\_\_
7) Por el Instituto Municipal de las Mujeres\_\_\_\_ 8) Por otro medio, ¿cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿En qué destinó los recursos que recibió del Programa Fuerza Mujeres? (Puede elegir más de una respuesta)

- 1) Materia prima\_\_\_\_ 2) Mercancía\_\_\_\_ 3) Equipamiento\_\_\_\_ 4) Cursos de capacitación\_\_\_\_
5) Otro destino, ¿cuál? \_\_\_\_\_

3. En una escala del 1 al 10, en donde 1 significa pésimo y 10 significa excelente, ¿cómo valoraría los resultados del Programa Fuerza Mujeres en cuanto a...?

- a) Facilidades que permiten ir formalizando su negocio \_\_\_\_\_
b) Capacitación para mejorar el manejo de su negocio \_\_\_\_\_
c) El reconocimiento de los derechos de las mujeres \_\_\_\_\_
d) Aprender cómo manejar los medios digitales para su negocio \_\_\_\_\_
e) Manejar su tarjeta bancaria \_\_\_\_\_

4. ¿Usted tiene acceso a internet en...?

Table with 4 columns: Question, 1) Sí y es de buena calidad, 2) Sí, pero no es de buena calidad, 3) No. Rows include: a) Su teléfono celular, b) Su casa, c) Su negocio.



**5. ¿Con cuáles de los siguientes equipos electrónicos cuenta usted para uso de su negocio?**

	1) Sí	2) No
a) Teléfono celular		
b) Computadora de escritorio		
c) Computadora portátil (laptop)		
d) Tableta electrónica		

**6. En caso de no contar con internet, ¿a dónde recurre con mayor frecuencia?**

- 1) Cybercafé                      2) Biblioteca pública                      3) Plaza pública con Wifi    4) Casa de vecinos  
 4) Casa de familiares                      5) Casa de amigos                      6) Otro lugar, ¿cuál? \_\_\_\_\_

**7. En ese lugar o lugares que me acaba de mencionar, ¿cuánto le cuesta la hora por acceso a internet?**

Cantidad de pesos mexicanos por hora: [ \_\_\_\_\_ ]

**8. Por favor dígame, ¿con qué frecuencia utiliza el internet para...?**

	1) Diaria (una o más veces al día)	2) Semanal (una o más veces a la semana)	3) Quincenal (Una o más veces a la quincena)	4) Mensual (Una o más veces al mes)	5) Con menos frecuencia (en contadas ocasiones)	6) Nunca
a) Leer noticias sobre lo que sucede en el país, el estado y su municipio						
b) Estar en contacto con su familia						
c) Estar en contacto con sus amistades						
d) Estar en contacto con sus proveedores						
e) Estar en contacto con sus clientes						
f) Promover sus productos y servicios en redes sociales como Facebook o Instagram						
g) Ver videos o tutoriales para conocer sobre negocios similares al suyo						
h) Ver videos o tutoriales para aprender cómo innovar sus productos o servicios						
i) Tomar capacitaciones						
j) Obtener certificaciones						
k) Conseguir precios más baratos						

**9. Respecto a los videos contenidos en su tableta o en el enlace a YouTube que le proporcionó la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres, ¿cuáles fueron los DOS QUE MÁS LE HAN SERVIDO PARA SU VIDA Y NEGOCIO? Anotar 1 y 2, en orden de preferencia**

1. Cuando eras niña
2. ¿En qué uso mi tiempo?
3. Mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente
4. Tus derechos sexuales y reproductivos
5. ¿Vives alguna situación de violencia? No estás sola
6. Cómo cuidarnos todas

**10. Y de los temas de capacitación de la plataforma Kolibrí, ¿cuáles son los DOS QUE LE HAN SIDO MÁS ÚTILES? Anotar 1 y 2, en orden de preferencia**

1. Proyecto de vida
2. Comprobación de gastos, el SAT y las ventas
3. Cómo vender, ser rentable y cuidar mi entorno
4. Herramientas para mi emprendimiento
5. Finanzas personales
6. Desarrollo humano
7. Perspectiva de género

**11. Dígame por favor tres temas que no haya recibido en la capacitación y considera que se deberían incluir**

Tema 1: \_\_\_\_\_  
 Tema 2: \_\_\_\_\_  
 Tema 3: \_\_\_\_\_

**12. ¿A quién le pidió apoyo para resolver dudas durante su exploración de los materiales de capacitación? (Anotar todas las respuestas que sean mencionadas)**

- 1) Grupo de WhatsApp de la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres
- 2) Compañeras del Programa
- 3) A sus hijos
- 4) A su pareja
- 5) Al Instituto Municipal de las Mujeres
- 6) A otra institución municipal, ¿cuál? \_\_\_\_\_
- 7) Otra persona, ¿a quién? \_\_\_\_\_

**13. Actualmente, ¿cuáles de los siguientes programas o aplicaciones utiliza para su negocio?**

	1) Sí	2) No
a) Excel		
b) Word		
c) PowerPoint		
d) Alguna aplicación para control de inventarios		
e) Alguna aplicación para llevar su contabilidad		
f) Alguna aplicación para gestión de sus proyectos		

**14. ¿Usted estaría interesada en aprender sobre comercio electrónico para su negocio?**

1. Sí\_\_\_(Pasar a la pregunta 15)                      2) No\_\_\_(Pasar a la pregunta 16)

**15. ¿Por qué sí?**

1. Así podría vender más      2. Me parece una buena oportunidad para crecer  
3. Me gusta usar la tecnología      4. Otra razón, ¿cuál? \_\_\_\_\_

**16. ¿Por qué no?**

1. Le tengo miedo a que haya fraude                      2. No sé usar los medios digitales  
3. Pueden copiarme mi trabajo                      4. Donde vivo no hay acceso a internet  
5. Otra razón, ¿cuál? \_\_\_\_\_

17. Pensando en lo que gana al mes, ¿qué porcentaje de ese ingreso lo dedica a los siguientes rubros que en total sumarían el 100%?

	PORCENTAJE
a) Resurtir inventario	
b) Pagar a personas que la apoyan en el negocio	
c) Pagar a personas que cuidan a sus hijas e hijos u otros miembros del hogar	
d) Gastos fijos de servicios del negocio (luz, agua, internet, etc.)	
e) Alimentos del hogar	
f) Gastos del hogar (luz, agua, internet, etc.)	
g) Gastos familiares (necesidades de los distintos miembros del hogar para vestido, zapatos, útiles, transporte)	
h) Gastos personales de usted (ropa, zapatos, transporte)	
i) Consultas médicas y medicamentos para los integrantes del hogar	
j) Otros gastos, especificar...	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**MÓDULO ESECÍFICO SÓLO PARA QUIENES RECIBIERON LA TABLETA**

**17. ¿Cuáles son los principales usos que actualmente le da a su tableta?**

	1) Sí	2) No
a) Búsqueda o consulta de información en internet		
b) Tutoriales o videos de capacitación		
c) Herramienta de apoyo laboral (calculadora, agenda, etc.)		
d) Aplicaciones específicas de negocio (control de inventarios, punto de venta, etc.)		
e) Publicidad o dar a conocer mis productos o servicios (catálogos, anuncios, etc.)		
f) Para las tareas escolares de sus hijas e hijos		
g) Entretenimiento (ver series, películas, etc.)		
h) Otro uso no mencionado, ¿cuál? _____		

**18. ¿Con qué frecuencia utiliza actualmente la tableta entregada por el programa Fuerza Mujeres?**

1. Varias veces al día                      2. Varias veces a la semana                      3. Varias veces a la quincena  
4. Varias veces al mes                      5. Menos de una vez al mes                      6. No la uso, ¿por qué? \_\_\_\_\_

**19. Además de usted, ¿quién más utiliza la tableta con frecuencia?**

1. Mis hijas o hijos      2. Mi pareja      3. Mi mamá o papá      4. Algún otro familiar, especificar \_\_\_\_\_  
 5. Alguna otra persona, ¿quién? \_\_\_\_\_      6. Sólo yo

**20. La capacitación brindada sobre el uso de la tableta, ¿le parece que es...?**

1. Muy incompleta      2. Algo incompleta      3. Ni completa ni incompleta (regular)      4. Algo completa  
 5. Muy completa

**21. De acuerdo con el uso que le da a su tableta, ¿usted...?**

	1) Sí	2) No
a) ¿Le ha colocado un "chip" para que funcione como un celular?		
b) ¿Le ha colocado una memoria?		
c) ¿Ha instalado o añadido nuevas aplicaciones?		

**22. En caso de haber añadido nuevas aplicaciones, ¿cuáles fueron?**

---



---

**23. ¿La tableta ha presentado alguna falla o mal funcionamiento?**

1. Sí, describa brevemente cuál \_\_\_\_\_  
 2. No

**24. Pensando en su experiencia, ¿usted recomendaría que la capacitación sobre el uso de la tableta sea virtual o presencial?**

1. Virtual  
 2. Presencial  
 3. Con sesiones virtuales y presenciales (No leer, sólo anotar si se menciona espontáneamente)

**VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS**

- 25. Edad**  
**26. Escolaridad**  
**27. Tipo de negocio**  
**28. Municipio de residencia**

d) Tarjetas de apoyo

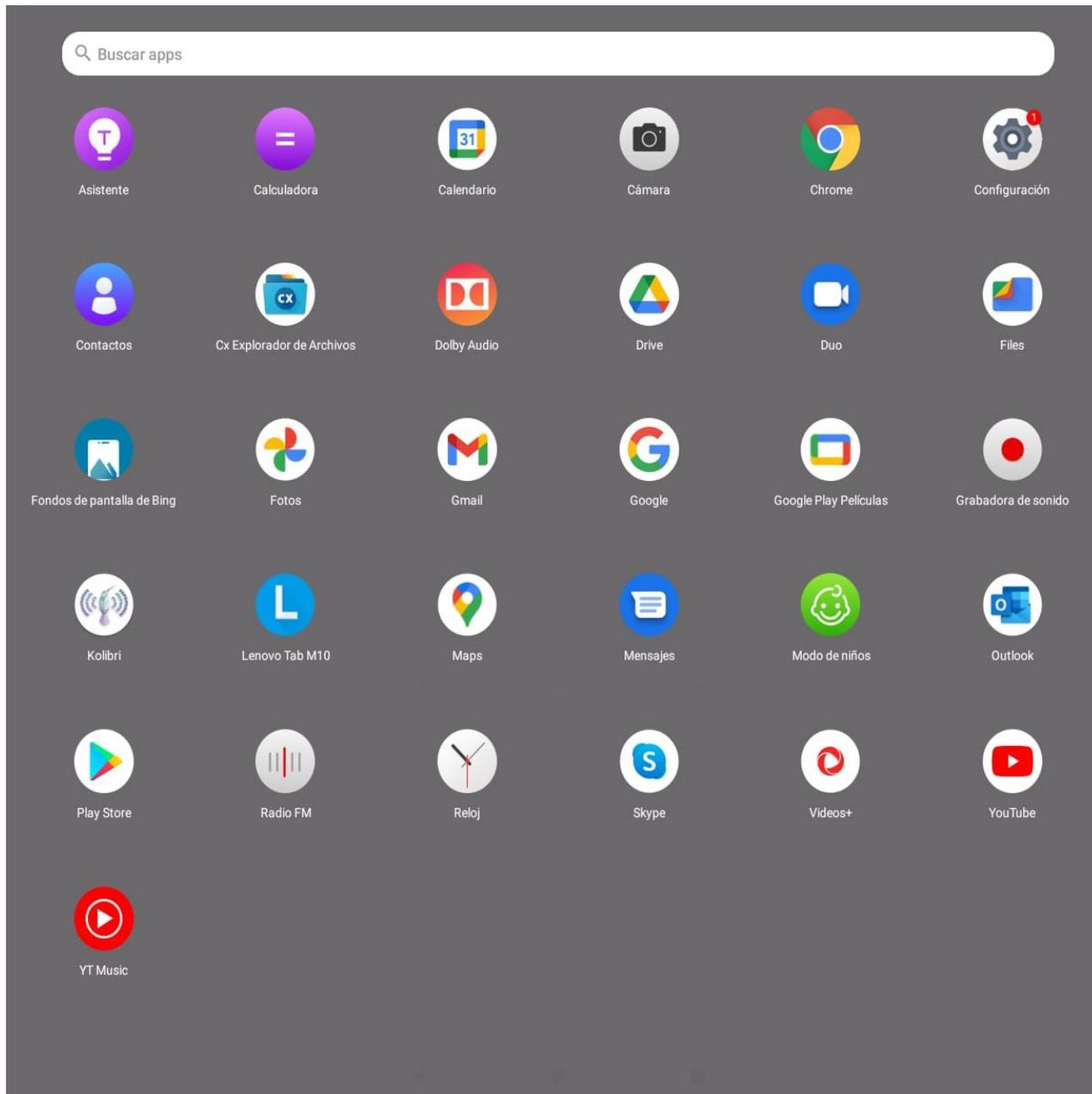
Escriba los tres aspectos que **MÁS** le han gustado del Programa Fuerza Mujeres:

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Escriba los tres aspectos que **MENOS** le han gustado del Programa Fuerza Mujeres:

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Circule las aplicaciones que ha utilizado en su tableta:**



1. Elija los tres videos o podcast que más le gustaron y enumérelos del 1 al 3.
2. ¿Qué es lo que recuerda o le pareció más significativo de los siguientes videos y podcast? (describalo en el espacio en blanco de la derecha)





## X. Resultados del estudio

### a) Fase cualitativa

Con la finalidad de conocer con mayor detalle el contexto en que las beneficiarias han iniciado y sostenido sus emprendimientos, se pidió a las 54 beneficiarias que participaron en los grupos focales y entrevistas que respondieran una encuesta electrónica a la que accedieron de forma remota. Se consideraron características sociodemográficas, datos generales de su emprendimiento, responsabilidades de cuidado, condiciones de su trabajo y sus habilidades digitales con el propósito de distinguir matices relacionados con la dimensión territorial entre quienes habitan en el Área Metropolitana de Guadalajara y el interior del estado de Jalisco en cuanto al esquema de beneficio seleccionado (con o sin tableta electrónica).

En general, la edad de las beneficiarias abarcó un rango muy amplio desde 23 hasta los 76 años, aunque la mitad se concentró por debajo de los 34 años. La principal diferencia por edad se relaciona con el esquema que eligieron, ya que las beneficiarias de mayor edad son quienes prefirieron con más frecuencia el esquema que ofrecía la tableta.

Algo similar ocurre con la escolaridad. En general fue más común que las beneficiarias hubieran concluido secundaria o preparatoria, sin embargo, los casos van desde quienes no tienen estudios, cuentan con nivel primaria, secundaria, bachillerato, carrera técnica o hasta licenciatura. Puede observarse una diferencia significativa si se compara entre el grupo de mujeres que eligió cada uno de los esquemas de apoyo ofrecidos. Quienes optaron por la tableta en su mayoría respondieron tener un nivel de escolaridad de secundaria o menos, mientras que quienes eligieron el esquema de sólo recurso monetario en su mayoría dijo que completó el nivel de bachillerato o superior.

En cuanto a los emprendimientos, se preguntó por la fecha en que las participantes iniciaron actividades en su negocio o emprendimiento. Tal y como puede observarse en el siguiente cuadro, la mayoría fueron de reciente creación, durante los últimos dos años.

**Cuadro 3.** Año de inicio de los negocios o emprendimientos de las beneficiarias participantes en los ejercicios cualitativos.

Año de inicio	Número de emprendimientos
Entre 1990 y 1999	3
Entre 2000 y 2010	2
Entre 2011-2019	16
Entre 2020-2021	21

Año de inicio	Número de emprendimientos
No especificado	4

Cuando se preguntó sobre los días de la semana que trabajan en su emprendimiento, la mayoría lo hace casi todos los días de la semana, incluyendo fines de semana. La mayoría de los emprendimientos están conformados únicamente por la beneficiaria o por ella y una persona más.

Después de esta breve caracterización, a continuación, se presentan los resultados del estudio cualitativo realizado entre el 2 de diciembre del 2021 y el 17 de enero del 2022 para contrastar las experiencias de mujeres beneficiarias en diferentes contextos socioculturales del estado de Jalisco.

### Motivaciones y expectativas de participación en el programa Fuerza Mujeres

Una de las primeras situaciones que se observaron entre las beneficiarias de Fuerza Mujeres es la falta de credibilidad en los programas públicos. Entre los discursos resaltaron frases como “¡No lo podía creer!”, “¿Sí será cierto?” y, “Cuando salí seleccionada no lo podía creer. Dije, es mentira que te van a dar dinero, ¿quién te regala hoy en día dinero?”

Esta percepción de acuerdo con sus discursos se mantuvo aún después de que se hizo de su conocimiento que fueron seleccionadas y en algunos casos no cambió sino hasta el momento en que recibieron la primera parte de su apoyo.

*Entre las que están ahí nos dijeron que iba a haber un proyecto y a la vez yo no me animaba porque ya me había metido en varias cosas y nomás no, nunca había salido en nada y decía pues a lo mejor no y para qué, y me convencieron de meterme y ya cuando me dijeron que salí beneficiada pues ya creí. Me metí al de Prospera y nos habían dicho que habíamos salido, que esto y que el otro y ya al último no nos dijeron nada, ya no supimos nada de eso.*

*[...] ¡Me dio emoción! porque como te digo, nunca había salido en un programa de estos ¡y al verla...! Primero cuando nos dieron las tarjetas fue cuestión de decir “¡sí es cierto!” me la estaba creyendo más y con lo de la tableta... Pues sí son útiles, más que nada, para muchas cosas, hay veces que para las tareas ocupamos para los niños también[...] Me dio emoción al verla que nos la estaban entregando. [Beneficiaria, siembra de limón, 26 años, Modalidad “B”, municipio de Cuautitlán de García Barragán]*

Este hecho señala una clara representación del imaginario de desconfianza que rodea a los programas sociales que se suelen relacionar con corrupción o falsas esperanzas que se le dan a las personas, por lo tanto *Fuerza Mujeres* es visto para ellas como un apoyo importante que les permite creer que existen también oportunidades justas y accesibles para todas las mujeres, además de que

consideran que los requisitos son sencillos de cumplir a diferencia de otros programas donde no alcanzan a cumplir con todo lo que se les pide para inscribirse.

Si bien existe una diversidad de proyectos con los que las beneficiarias eligen participar, para la Modalidad "A" pudo notarse que existe una constante entre ellos y es que se trata de emprendimientos asociados con actividades que les gusta realizar y donde encuentran una gran satisfacción al realizarlas, por ejemplo, la aplicación de uñas, la repostería o la venta de productos que se ha venido haciendo de generación en generación. Otras ganancias secundarias importantes como la administración de sus tiempos u horarios, la complementación con otro empleo o, en algunos casos, la combinación con tareas de cuidado de hijas o hijos pequeños que pueden tener a su lado mientras llevan a cabo su actividad económica.

También se encontraron casos como el de quienes iniciaron su emprendimiento a partir de la pandemia y que hicieron la elección de su actividad tomando en cuenta otras variables tales como la consideración de las habilidades que tienen más desarrolladas o abriendo un comercio a partir de las herramientas básicas con las que ya contaban en casa para su realización. En este grupo destacan proyectos como la repostería casera, la venta de comida, botanas fritas, biónicos, etc. En estos proyectos la inversión para el arranque fue mínima y en ese momento lo más accesible a sus circunstancias. Ante la adversidad encontraron una forma de obtener ingresos y en algunos casos, por la pérdida de empleos ocasionada por la misma pandemia, el emprendimiento pasó a ser un negocio familiar donde todos los integrantes contribuyen en beneficio de la economía del hogar.

*Antes de que se presentara la pandemia yo llevaba mis cajitas a las cafeterías, pero con la pandemia varios lugares cerraron. Yo tenía que ir a recoger a mi hija, yo seguí pintando cajitas y me iba a los mercados a ofrecer a donde fuera. Tenía que llegar con dinero a la casa. Pintura en cajas de cerillos es mi negocio. A mí también me dijo una amiga sobre la convocatoria, cuando vi la lista no lo podía creer. ¿Si era cierto? Yo todavía no creía a pesar de estar en la lista, como nunca había entrado. También tenía una circunstancia, mi esposo falleció, en febrero va a cumplir 2 años, y estaba sola con mi hija y saliendo solitas. **[Beneficiaria 46 años, Modalidad "A", artista plástica, esquema 2, municipio de Zapopan]***

*Cuando inició la pandemia [...] en ese tiempo la casa donde vivíamos nos la pidieron. Tengo 5 hijos. Yo sentía que el mundo se me venía encima porque para empezar mi esposo se quedó sin trabajo. [Llora] Era yo sola y ¿qué hacía? Entonces a mis amigas les dije que sabía cocinar, que sabía hacer quehacer y cuando una de ellas me invitó a su casa a hacer quehacer, una de mis hijas me dijo "¡no mamá!". Yo nunca había trabajado fuera de casa. Mi esposo con lo de su trabajo me solventaba con lo que él me daba, no pagábamos renta, era una ayuda, entonces ya para esto era la comida, los servicios de la casa y la renta. Entonces la verdad no me dio tiempo de ponerme a llorar como ahorita, me puse a hacer quehacer. Luego ya vino la semana*

*santa y le dije a mis hijas "bueno, sé hacer chiles, lo que se usa en semana santa, las tortitas de camarón". Entonces les dije —Ah, voy a decirle a mis amigas que voy a cocinar —¡Pero mamá, ya es mucho! —Solamente yo sé que el dinero no me alcanza. Entonces se pusieron ellas a ayudarme y entre toda la familia. Mi esposo pidió una bicicleta prestada y me llevaba a entregar los pedidos porque se supone que la comida es calentita, hacíamos una cosa y —ya está esto. —Mamá yo te ayudo a terminar eso, ve entrégalo. Y así estuvimos. Nos hacían falta muchas cositas, cuando ya me dijo mi hermana —¿Sabes qué?, hay un programa, métete, que te meta una de tus hijas, que te inscriban-. Cuando salgo beneficiada yo decía, no, qué voy a hacer con ese dinero, asustada. Entonces ahorita compré lo que me hace falta, la herramienta porque empecé a vender sábados y domingos cena [...] Pero estoy muy contenta con el programa porque compré una plancha, compré el cilindro de gas, porque mi pienso es poner los fines de semana una cenaduría bien. En la casa que rento hay cochera, está toda deteriorada, pero se resana y mientras está una empezando poco a poco y más porque los hijos, la familia, como que se une y entonces la pandemia estuvo fuerte, pero ya como que le va saliendo uno y ve uno lo bueno, lo bueno que nos conocimos más, mi esposo nunca estaba en la casa porque trabajaba, no es que diga "¡Ay qué felicidad!" [RISAS] pero por lo menos los quehaceres más fuertes le digo —¿Sabes qué?, ¡échale ganas! **[Beneficiaria, 47 años, venta de alimentos, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Guadalajara]***

Con el apoyo del programa, las beneficiarias que tenían iniciativas menos desarrolladas dieron el paso a crecer o formalizarse con la ayuda de herramientas y equipos profesionales, materiales para producción o productos para vender y aumentar sus ganancias. La creatividad y el compromiso de las mujeres resalta pues al obtener el apoyo económico no sólo reforzaron su emprendimiento, sino que para algunas significó también la oportunidad de ampliar la cantidad de servicios o productos que ofrecen, demostrando así un aprovechamiento eficaz del recurso.

Diferente es el contexto de las beneficiarias de la Modalidad "B", principalmente de quienes se desempeñan como artesanas ya que su labor se caracteriza por ser parte de su identidad cultural heredada de generación en generación. Aluden que desde su infancia se preparan para desenvolverse en dicha actividad por lo que el momento de elección de su emprendimiento queda más difuso, más que una elección puede hablarse del seguimiento de un curso natural de la actividad en que fueron preparadas.

Es con estas mismas iniciativas con las que las mujeres indígenas ven la posibilidad de realizar sus propios proyectos de forma creativa ya sea vendiendo sus creaciones entre familia y conocidos o en algunos casos de forma exitosa en tanto que cuentan ya con espacios donde pueden comercializar sus productos mediante ferias o exposiciones al pertenecer a grupos de artesanos, y en algunos casos incluso extendiéndose las ventas a la exportación cuando se cuentan con habilidades digitales que les permiten promover sus productos en estos medios. Por otra parte, hacen hincapié que en su

cultura es muy importante que las mujeres puedan estar cerca de sus hijas e hijos por lo que la elaboración de artesanías les permite combinar ambas actividades que con frecuencia realizan las mujeres de diferentes localidades y que, aunque no es la única actividad en que se desenvuelven, puede notarse que otros emprendimientos cuentan con características similares que les permiten de igual forma estar cerca de sus hijas e hijos. En este grupo de proyectos se encuentra la venta de ropa y abarrotes desde casa o la siembra.

*Mi emprendimiento son las artesanías de chaquira, collares, todo tipo de eso. Trajes bordados, morrales. Hago estas artesanías desde hace mucho tiempo. En la sierra siempre nos dedicamos desde niños y ya cuando estamos grandes ya podemos hacer nuestros propios proyectos. [...] Actualmente radico en Colotlán, tengo un poco de habilidad de manejar la tecnología, ahí me enteré de la convocatoria e hice los trámites porque es un gran apoyo para nosotros, porque se nos dificulta para reunir la cantidad y comprar los materiales básicos [...] las compañeras de aquí la estaban compartiendo entre nosotras y ahí nos dimos cuenta. [...] [Lugar donde las vende] A través de las redes sociales, a veces las personas que me conocen me piden y tengo una hermana que me ayuda y va a vender en las exposiciones y yo le doy mis artesanías.*  
**[Beneficiaria, 30 años, Modalidad "B", municipio de Mezquitic]**

*El proyecto en el que he estado trabajando es la artesanía Wixárika. [...] Yo desde que era niña he trabajado en esto, ayudando a mi mamá, a mi abuela. Yo les ayudaba vendiendo y haciendo pulseras chiquitas, en lo que podía. Con el tiempo tuve a mi familia y tuve que hacer mi propio negocio de artesanías y sacar adelante a mi hijo.*  
**[Beneficiaria, 24 años, elaboración de artesanía Wixárika, Modalidad "B", municipio de Mezquitic]**

El apoyo que las beneficiarias recibieron del programa en todos los casos denota un impacto positivo que se extiende más allá del desarrollo de su emprendimiento o la adquisición de herramientas y materiales pues resulta además un gran aliciente para que las mujeres continúen adelante con sus proyectos por el compromiso que ven hacia el programa. Se sienten impulsadas, apoyadas y motivadas a continuar con sus proyectos de vida, para algunas su emprendimiento significa poder llevar a cabo labores de cuidado que desean realizar por sí mismas o la administración de su tiempo para continuar con sus estudios, incluso una forma de terapia motivacional que les permite salir de estados emocionales severos como la depresión.

*Yo recibí el apoyo, perdón si se me salen las lágrimas [voz quebrada] porque el año de la pandemia en mi casa hubo un feminicidio, la verdad este apoyo me sirvió para salir adelante porque cuando viene la depresión, viene toda esta carga pues no quiere uno salir de estar deprimido, cuando me dicen te ganaste... una amiga me dice "¿por qué no te metes al apoyo?" sí pero yo ya no quería ir a trabajar, yo trabajo en el tianguis y pues se va decayendo de que no hay ventas, no hay ganancias, trabaja uno y vuelve a dar la vuelta al dinero, soy madre y*

*padre. Cuando pasa esto de mi hija, todo se me viene encima, pero cuando recibo el apoyo como que me dio una luz, digo bueno, voy a seguir adelante, a seguir adelante porque yo ya no quería nada por esa depresión tan grande y apenas voy saliendo porque tiene poquito todavía, fue en el 2020, el año pasado y pues la verdad sí es difícil, yo como mamá ver a mis nietos que se quedaron sin mamá, que no hay justicia, porque la verdad es duro saber hasta las personas quienes fueron y no hacer nada, entonces yo no quería salir a trabajar y ahorita con el apoyo estoy viendo algo diferente, dije "voy a echarle ganas y salir adelante".*

**[Beneficiaria, 55 años, venta de ropa, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Tonalá]**

*Mi negocio es la repostería, también le incluí lo que son desayunos sorpresas, cenas románticas y todo eso, pero mi fuerte es la repostería, repostería personalizada con fondant. Yo me enteré buscando apoyo porque me sentía muy deprimida por eso me metí a estudiar y dije "¡No! Necesito superarme" porque no puedo estar así. Estuve buscando programas de apoyo, [...] no que me regalen dinero, sino que me impulsen, entonces encontré Fuerza Mujeres.*

**[Beneficiaria, 36 años, repostera, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Tlajomulco de Zúñiga]**

*Fue el impulso necesario que hacía falta para tomar esto como más en serio o como más formal. [...] Y al principio solo lo veía como una entrada extra mi negocio, me ayudó a impulsarlo, a formalizarlo también y a crecer justamente en la parte de que ya tengo más insumos, pero más herramientas intelectuales. Fue lo completo, tanto lo económico y las herramientas que te dan. Con esto mi negocio creció muchísimo, a raíz de esto, de tomármelo en serio, después de ser seleccionada.*

**[Beneficiaria, 24 años, elaboración de piñatas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Aqualulco de Mercado]**

Durante la exploración se preguntó a las beneficiarias si contaban con una cuenta bancaria, más de la mitad mencionó que no. Entre las mujeres que necesitaron obtener una cuenta por primera vez, Banco Azteca y BanCoppel fueron los bancos a los que mencionaron haber recurrido con mayor frecuencia por ser las instituciones bancarias que les ofrecían mayores facilidades y mayor rapidez en el trámite para la apertura. Una vez con que contaron con su cuenta, la mayoría refirió que la ha continuado utilizando para recibir depósitos y, aunque en pocos casos, algunas también la han usado para guardar ahorros o incluso aprendieron a utilizar la aplicación del banco para hacer movimientos como transferencias y pagos.

Con referencia a las beneficiarias de la Modalidad "B" del interior del estado quienes recibieron la tarjeta bancaria por parte del programa, solo han utilizado esta tarjeta para retirar el dinero, desconocen qué tipo de cuenta es y si pueden seguirla utilizando en el futuro. Algunas de quienes se desempeñan como artesanas mencionaron que ya contaban previamente con una cuenta bancaria

que utilizan para recibir depósitos de familiares o de compradores que realizan pedidos de sus productos.

En cuanto al tema de inscripción al programa y trámites posteriores para la entrega del beneficio, puede decirse que quienes tenían conocimientos básicos del manejo de medios digitales se inscribieron y siguieron su proceso sin complicaciones, este grupo está compuesto principalmente por mujeres jóvenes que viven en el AMG. Cabe destacar también que en este grupo la mayoría de ellas se enteraron del programa mediante páginas de Facebook o buscando ellas mismas un programa de apoyo o en otros casos por recomendación de conocidas que ya se habían inscrito antes en el programa. Particularmente las mujeres adultas mayores mencionaron haber necesitaron del apoyo de otra persona para inscribirse en el programa y dar continuidad a su proceso de principio a fin, aún así reconocen haber aprendido a realizar algunas tareas por sí mismas como el comunicarse mediante WhatsApp o incorporarse a videollamadas para estar atentas a lo que se les informaba.

En cuanto a las beneficiarias del interior del estado de la Modalidad "A", la mayoría recurrió a inscribirse en los módulos instalados en sus municipios. La forma en que se enteraron con mayor frecuencia del programa fue a través de alguna persona conocida que les informó. Solo pocas mujeres mencionaron haber conocido el programa por medios digitales y en esos casos fue porque el municipio cuenta con un grupo de WhatsApp o una página de Facebook donde se socializa este tipo de información.

Esta situación sugiere un área de oportunidad para la difusión del programa pues de acuerdo con las respuestas resulta más probable que participen quienes tienen una persona conocida que les hable del programa lo que hace que disminuya la probabilidad de un alcance justo para todas las mujeres que necesiten del apoyo.

Para la Modalidad "B" del interior del estado sólo dos de las participantes se inscribieron mediante la página del programa, siendo dos de las más jóvenes y con mayores habilidades digitales. El resto de las participantes se inscribieron mediante un módulo y se enteraron de la convocatoria por medio de personas conocidas de su localidad o municipio, La mayoría de ellas iban a inscribirse acompañadas y era común que se invitaran como una forma de darse ánimos y apoyo durante el proceso de inscripción, además se mantenían informadas entre ellas mismas de lo que surgiera durante todo el proceso como la publicación de las listas de beneficiarias o las fechas en que debían presentarse a recibir su tarjeta o la tableta.

También en la Modalidad "B" fue poco común que contarán con un grupo de WhatsApp de beneficiarias o que supieran a quién recurrir o a qué número marcar en caso de tener una duda. Destacan en sus discursos vacíos importantes de información y un seguimiento irregular por parte del programa.

Un tema que surgió de forma espontánea con todas las beneficiarias de la Modalidad "A" fue el de la facturación y la comprobación de gastos. La mayoría mencionó haber pasado por momentos de angustia y desesperación, primeramente al no encontrar con facilidad lugares que hicieran facturas con RFC genérico, limitando así los lugares donde podían comprar a buenos precios para hacer rendir el monto asignado y en segundo lugar, por la comprobación de gastos que aunque reconocen una labor espléndida, paciente y generosa por parte de las personas que les capacitaron y apoyaron para llevar a cabo el proceso, aun así les pareció una actividad muy complicada para la que se apoyaron de terceras personas como sus parejas, hermanas, hijas o incluso amigas, así como de otros familiares.

*Anduve por todo Obregón [en referencia a la calle comercial en el centro de Guadalajara], desde el día 2 de noviembre hasta el 24 que fue mi última compra. Anduve por todo Obregón y al siguiente día todo Javier Mina, y al siguiente día un lugar que está en Tonalá, San Gaspar, para que me dieran una factura con el RFC genérico. Fui a donde me entregaron la tableta e iba con mi dinero. Yo llegué a regresar el dinero a alguien porque no me querían facturar, ya era 18 de noviembre y yo no encontraba alguien que me facturara con RFC genérico. **[Beneficiaria, 32 años, salón de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Zapopan]***

*Tardé muchísimo en cargar los documentos a la página. Fui a un ciber y estuve 4 horas intentando subirlos y no aparecía la palomita de que ya se había subido y fue difícil subir los archivos. No son problemas de conexión, sino de la plataforma. **[Beneficiaria, 24 años, elaboración de piñatas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Ahualulco de Mercado]***

*Me apoyó muchísimo María Araceli, estoy super agradecidísima con ella, porque yo atoradísima. Yo vivo en el cerro, no tengo luz para cargar la Tablet, cargar el celular, super batallando a ver quién me ayudaba a subir las facturas, notas. Allí en el pueblo me hicieron los PDF todos mal, me sacaron como 5 veces los mismos, fue un santo show para poder subir los datos, entonces al último como desesperada le hablé a María Araceli y me dijo ya señora, ya no se preocupe más, ella me recibió porque yo tampoco sabía subir a la plataforma nada, entonces ella y Sarita me ayudaron a inscribirme y me dieron seguimiento. **[Beneficiaria, 60 años, elaboración de artesanías, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Zapopan]***

*Aquí en el municipio había señoras de la tercera edad o personas que en su vida han usado una computadora y sí pensé que hubiera sido mejor híbrido, con medias capacitaciones en línea y la otra en la casa de la cultura o algo así. Pero aquí si vi que había mucho apoyo; días antes de la última semana para la comprobación, si vi mucho movimiento de que "te ayudo haciendo esto o lo otro" y la última semana si vi que se ignoraba el grupo, nadie se contestaba y yo tuve una duda y justo, nadie me contestó. Entonces me acerqué a la del ciber y ella si me*

ayudó. **[Beneficiaria, 24 años, elaboración de piñatas, Modalidad “A”, esquema 2, municipio de Aqualulco de Mercado]**

Se exploraron también cuáles eran los aspectos que más les habían gustado del programa y los que menos les habían gustado. Entre lo que más les gustó del programa se encuentra en primer lugar el apoyo y la atención que recibieron durante el seguimiento y la capacitación para la comprobación de gastos, así como para las dudas concretas que surgían, una atención que siempre fue con amabilidad, calidad y calidez desde la perspectiva de las beneficiarias. En segundo lugar, el tipo de apoyo que se les dio que les parece un apoyo muy útil que tuvo un impacto importante en su actividad económica y, en tercer lugar, los aprendizajes que obtuvieron por medio de las capacitaciones.

Entre los aspectos que menos les gustaron se encuentra la incertidumbre por no contar con una fecha concreta para la entrega de los apoyos, que tardó varios meses en ser entregado, que fuera en dos exhibiciones y no en una sola, que el tiempo que se les dio para realizar la comprobación les pareció muy poco y, por último, que la comprobación fue digital mediante una plataforma que tenía fallas.

### Uso de la tableta

Una de las principales motivaciones en beneficiarias de la Modalidad “A”, esquema 1, al haber elegido la tableta, es el hecho de que no contaban con un equipo electrónico más allá de su teléfono móvil y aunque su prioridad inicial era tomar la capacitación y mantenerse en comunicación durante el proceso, así como la toma de clases virtuales por parte de sus hijos, pronto descubrieron diversos usos potenciales. Otras por el contrario ya veían el potencial de la tableta para sus emprendimientos desde la inscripción al programa, pues contaban con experiencia previa en la administración y gestión de todo lo relacionado a su proyecto por medio de su celular, desde toma de fotos y publicidad hasta ventas y compras, actividades que les resultaba incómodas desde una pantalla pequeña y que querían realizar con mayor facilidad y comodidad mediante una tableta.

*Dije, “la tableta les sirve a mis hijos, la vamos a poder utilizar en el negocio, pero también para sus tareas”, porque yo con lo de la pandemia me tuve que deshacer de muchísimos artículos de mi casa. Me quedé sin computadora, sin varios artículos y yo dije, ¡no pues la tableta! y la verdad es que se me ha hecho de muy buena utilidad para ellos [...] Yo tengo mi programa de Excel y lo uso para ver lo de las ventas y todo eso [...], fue una herramienta buena, fue familiar. [...] aparte que los cursos ya los tenías en la tableta, sin necesidad de ir al ciber o de estarte metiendo... buscándolos... ¡ya los tenías ahí!* **[Beneficiaria, 38 años, venta de alimentos y botanas, Modalidad “A”, esquema 1, municipio de El Salto]**

*Porque no tengo computadora, de hecho, no cuento con internet tampoco en mi casa, pero ya con la Tablet fue más fácil acercarme a una red WiFi que me prestaron para poder subir todo lo... no cuento con otro dispositivo como para estar subiendo, aparte el curso ya ves que fue en la tableta y se me hizo mucho más fácil. [Beneficiaria, 29 años, venta de ropa, Modalidad "A", esquema 1, Municipio de El Arenal]*

*Pues yo porque a veces me fallaba mucho mi celular y para mí era importante cómo me iba a comunicar con ustedes y todo y pues también me sirve para estar en contacto con todas y a ver qué sigue, qué tenemos qué hacer y también para las tareas sí la ocupo [...]sí me sirve la verdad y ahí me ayudo para muchas cosas y estoy aprendiendo más que nada porque no sé; mi hijo me está enseñando apenas mi hijo me está enseñando porque así cuando entramos con ustedes o que me ayuda, pues sí se aprende porque no sabía yo, no sé mucho de los celulares. [...] Yo creo que sí me va a servir más en un futuro y yo creo que para mi negocio sí me va a servir, pero yo creo que sí es importante aprender primero. [Beneficiaria, 39 años, venta de artículos de limpieza, Modalidad "A", esquema 1, Municipio de Tapalpa]*

Uno de los mayores contrastes que se encontraron en relación con la tableta es el uso y el significado que se le ha dado a esta. Para las mujeres de la Modalidad "A" la tableta desarrolló un sentido de pertenencia hacia el programa y una mayor apropiación de los contenidos en comparación de las beneficiarias de la Modalidad "B". Esto puede deberse al hecho de que las beneficiarias de la Modalidad "A" tuvieron como requisito el cumplir con una evaluación que, aunque sencilla, resultó evidente que les motivó a explorar los contenidos con mayor detenimiento y no sólo aquellos que en la guía de capacitación aparecían como "obligatorios", sino incluso aquellos contenidos "extras" fueron vistos con alto interés y motivación ya que los percibieron como contenidos dedicados a ellas.

Algunas de las causas para haberla usado o no más allá de la exploración de los contenidos de la capacitación, son el acceso a internet y el conocimiento de los posibles usos potenciales. Lo anterior se reflejó claramente durante las sesiones de grupos focales donde comenzaron a compartirse consejos de cómo usarla, por ejemplo, ponerle un chip para que tenga funciones de teléfono móvil, hacer un catálogo de sus productos con fotografías o descargar aplicaciones para editar imágenes, videos, o para llevar procesos de administración. Esto denota la importancia de capacitaciones para quienes carecen de habilidades digitales, y donde destaca especialmente la necesidad de apoyo para mujeres de mayor edad quienes prefieren no usar la tableta o que sean sus hijos quienes les digan qué hacer o cómo usarla para lo más esencial que es la capacitación.

Entre los principales usos que le han dado a la tableta para el impulso y gestión de su actividad económica encuentran actividades como la elaboración de muestrarios con la captura fotográfica de los trabajos que van realizando, la creación de una agenda digital de citas y actividades, la publicidad por medio de redes sociales ya sea desde su cuenta personal de WhatsApp o de Facebook donde

comparten sus productos o servicios por medio de grupos de ventas o por medio de una página de Facebook exclusiva para promocionar sus productos y que al contar con una cuenta bancaria tienen la posibilidad de recibir pagos para realizar las ventas o levantamiento de pedidos. Y aunque son muy pocas, también algunas hacen compras mediante páginas de internet, sin embargo, la mayoría percibe esta acción como riesgosa y con posibilidad de ser estafada, por tanto, algunas de ellas prefieren solo consultar precios en diferentes tiendas, pero ir en persona para hacer su compra. Cabe destacar que, antes de contar con la tableta, el celular era su instrumento para gestionar todo lo relacionado a su emprendimiento.

*De hecho estaba buscando así como que cuál era el más adecuado porque casi siempre lo anotaba, iba haciendo manualmente en una libreta o de repente con la calculadora del teléfono, pero qué mejor que llevar un control así en cuanto a gastos y en cuanto a ingresos, [...] aunque pagues uno que no sea muy elevado y te sirva para que lleves un control, lo más certero que pueda ser posible, es mejor, pero ahora sí como a la antigua, todo a mano lo hacía [la tableta te ha despertado ese interés] sí, tengo una libreta y ya puedo tener una en la tableta, una libreta digital, de hecho ya no encargué, casi siempre encargo por estas fechas y ya este año no lo hice, [para su agenda...] lo puedo tener ligado a mi celular y ya aquí me aparece [calendario de citas] nos sirve la tableta para conocer, para ahorrar y para todo.*  
**[Beneficiaria, 30 años, aplicación de uñas, Modalidad "A", esquema 1, municipio de El Arenal]**

Otro uso importante que se le ha dado a la tableta es como una herramienta para la capacitación profesional donde las principales fuentes de consulta de información y de capacitación son el buscador de Google para explorar información y la plataforma de YouTube para acceder a tutoriales o videos sobre temas de su interés de acuerdo con los giros de su emprendimiento, por ejemplo, cómo elaborar decoraciones de repostería, nuevas técnicas de aplicación de uñas, elaboración de artesanías, etc. También Pinterest fue mencionada por algunas participantes, refiriendo que ahí encuentran diseños que pueden replicar o donde pueden tomar inspiración, ya sea en temas de repostería, aplicación de uñas o elaboración de artesanías. Los temas de consulta de información varían según el interés y van desde consultas sencillas y breves hasta tomar cursos en línea, siendo estos últimos los menos nombrados.

*Yo la utilizo para ver videos de cómo están haciendo los empavonados porque has de cuenta que primero hacen los olanes y después tienen que hacer como una figura en los agujeritos, entonces a mí se me complicaba mucho cómo hacerlo y me agarro videos y ya más o menos estoy agarrando la idea.* **[Beneficiaria, 28 años, elaboración de bordados, Modalidad "A", esquema 1, municipio Encarnación de Díaz]**

*A mí me sirve por ejemplo porque uno en el teléfono se satura de fotos, de esto... porque toma uno fotos al trabajo que uno hace, dije —ya tengo mi tableta, la utilizo, ¿para qué?, para subir toda esa información de mi trabajo. Porque de repente llegan, —oye, un color. Entonces a mí se me hizo un poquito más fácil para ya poder tener mi material de información, que es lo que les muestro en la tableta [...] le hago el trabajo y al último le tomo una fotito, porque a mí ya me queda, obviamente no se ve igual el color en el frasquito que [ya] aplicado, entonces, siempre me preguntan, y para no estar perdiendo el tiempo, porque de repente hay más citas y "ah mira, el color azul se ve así, el color este se ve así" y ya se lo enseño aplicado, cómo queda ya terminado. [...] Por ejemplo para hacer mis muestrarios veo qué está en tendencia o detalles de esos [...] Hay una página que se llama Pinterest, hay infinidad de cosas, entonces mi cuenta es como de uñas, uñas, uñas, [...] creo que sí te tienes que registrar y sí te da tendencias, [...] y desde ahí te da la opción para por ejemplo ir a... como todo, vas a comprar material y... es primavera, qué colores están, qué se está usando, qué diseños están, qué decoración está, todo eso está como que padre. [...] de repente sí como si hay algún diseño que no lo usa uno tanto [...] es para lo que se usaría [YouTube], para mí, YouTube, porque de repente te llega la clienta que quiere cada diseño... [...] tengo una página de las uñas, tengo una en Instagram. [...] creo que se le pone chip, quiero ponérsela pues para que me quede mejor, ahí imagínate, estar escribiendo es más a gusto, cuando me hagan una cita es mejor.*

**[Beneficiaria, 30 años, aplicación de uñas, Modalidad "A", esquema 1, municipio de El Arenal]**

Una de las formas en que la tableta también ha sido usada comúnmente es como herramienta de estudio de las hijas e hijos de beneficiarias, con la que no sólo toman clases en línea, sino que además pueden llevar a cabo tareas de investigación o resolución de dudas sobre ejercicios que no quedan claros. Aunque este es un uso común, hay beneficiarias que comentan que la tableta no la comparten con ninguna persona, aunque tengan hijos en edad escolar ya que la consideran un objeto propio destinado para ellas.

A partir de los temas de capacitación la tableta también ha sido utilizada para motivación personal y no sólo para ellas sino también para otras mujeres con quien han socializado o compartido los contenidos de la capacitación y algunos otros que investigan por iniciativa propia.

*A mí me gusta mucho ver videos de superación personal, porque la mayoría de mis clientas son mujeres y me gusta, [...] se me arriman varias señoras y me dicen "oye, tengo este problema" y ahí estoy buscándole para ayudarle a solucionarlo [...] se los comparto [los videos] les mando "oye, sigue a tal persona, dan consejos bien padres y no se dejen" [Risas] les digo yo. [temas que le gustan] Me gusta más sobre la independencia de la mujer, sobre los valores y más que nada que no se dejen maltratar, que no las humillen, les digo yo que no necesitamos de un hombre para salir adelante, tengo mi esposo voy aclarando y es muy bueno, pero*

*siempre les digo y a mi hija también [de 16 años...] y le digo "ven para que veas los videos" y me encanta que hayan quedado en la tableta porque cada vez que siento que los necesito digo "¡ay! déjame recuerdo dónde estoy".* **[Beneficiaria, 33 años, venta de artículos de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Pihuamo]**

Los usos señalados con menos frecuencia fueron aquellos relacionados con el entretenimiento personal, sólo pocas beneficiarias comentaron usarla para ver series, películas o pasar tiempo en redes sociales. También con poca frecuencia se mencionó que sea usada como objeto de entretenimiento de sus hijas e hijos a quien en ocasiones les prestan la tableta, pero procurando que sea con fines de estudio.

En lo referente a la Modalidad "B" del interior del estado existe una brecha muy amplia del uso que se le ha dado a la tableta, pues mientras que en algunas localidades carecen totalmente de infraestructura que les permita acceder a internet, existen otras beneficiarias que sí cuentan con el acceso a este, lo que hace que el uso vaya de nulo a muy frecuente según sea el caso. Aunado a lo anterior es importante hacer hincapié en que pocas beneficiarias recibieron una capacitación o explicación de cómo usar y para qué usar la tableta, nuevamente las mujeres más afectadas en este tema son las de mayor edad, que además de no haber usado la tableta aún, tampoco visualizan de qué forma podría llegar a servirles.

Por otro lado, debe tomarse en consideración que las beneficiarias de esta Modalidad llevan menos tiempo con su tableta en comparación con las beneficiarias de la Modalidad "A", o que incluso algunas de ellas aún no la han recibido. Estas cuestiones dificultan explorar e identificar el impacto que la tableta ha tenido en esta población debido a la diversidad de condiciones que presentan en temas de seguimiento, capacitación y acceso a internet.

*[No la ha usado, se le pregunta que si le gustaría usarla] Sí, yo pienso que sí, pero yo pienso que no sabría [Sólo le dieron la tableta sin ningún tipo de capacitación, no recuerda si le dieron otra información, no ha usado la tableta], la usaría mi familia. [¿Para qué cree que le podría servir a usted?] No pues no, no sabría para qué. [...] a lo mejor alguno de mis hijos me puede enseñar. [¿Le gustaría aprender a hacer videollamadas con sus hijos, así como ahora en esta entrevista?] Sí [Sonríe] [¿Tener fotos de sus nietos en la tableta?] No pues sí, cómo no, que se aumentaran más, sí, eso sí es bueno también [Sonríe emocionada]* **[Beneficiaria, 73 años, venta de ropa, Modalidad "B", municipio de Zapotitlán de Vadillo]**

*Pues yo ahorita nada más la he utilizado para eso de las tareas y para ver los videos que nos dijeron que descargáramos, para ver esos videos. [...] lo de Google, el Facebook, [para qué usa Google] como para cosas que no sé, ahí es donde pregunto y ya me da respuesta [...] hay veces que como palabras que no entiende mi niña o no entiendo yo, es lo que buscamos y ya son donde nos dan la explicación de eso, de qué se trata. [...] de qué se le puede aplicar a las*

*plantas y qué no. [...] [aplicaciones que le ha descargado] nada más la de WhatsApp y los videos [de la capacitación].* **[Beneficiaria, 26 años, cosecha de limón, Modalidad “B”, municipio de Cuautitlán**

En cuanto a las beneficiarias de la Modalidad “B” del AMG, puede decirse que el uso es más similar al de las beneficiarias de la Modalidad “A”, llevando a cabo actividades como publicidad, ventas, capacitación y consulta de información. De acuerdo con lo que mencionaron sí contaron con una breve capacitación para el uso de la tableta.

*Nos dieron una mini capacitación para el uso de la tableta, también algunos contenidos los vimos por equipos, como de 10 equipos, nos dijeron que los revisáramos con la tableta, nos entregaron la tableta mucho después. Primero nos depositaron el dinero y después la tableta. En esa mini capacitación nos dijeron que nos iban a pasar otros videos y que los investigáramos. Nos explicaron cómo prenderla, cómo se conecta[...] fue la muchacha con la que estuvimos en el equipo, abrió el paquete y nos dijo cómo íbamos a meter a los videos. Pero también nos recalcó que hay unas capacitaciones que van a aparecer dentro de la tableta. [...] Sí nos ha servido mucho, en sacar otras ideas, de lo que es mi área de trabajo. Ahorita ya me aferro a algo que es mío, lo cual ahorita estoy en la Tablet. También estaría de acuerdo con que se hagan capacitaciones con el uso de la tableta y estar en comunicación con otras compañeras. [...] Sí me ha servido para bajar mis tutoriales para hacer mis faldas, mis blusas, como combinar colores. Si lo estoy aprovechando al máximo.* **[Beneficiaria, 54 años, elaboración de artesanías, bordado y joyería, Modalidad “B,” municipio de Zapopan]**

### Programa de capacitación

El programa de capacitación también marcó una importante diferencia de aprovechamiento entre las beneficiarias. Como ya se había mencionado una de las causas puede deberse a que, para la Modalidad “A” se pedía una evaluación como requisito, mientras que para la Modalidad “B” esta evaluación no se requirió. Por otro lado, las beneficiarias de la Modalidad “A”, contaron con seguimiento, un número de contacto en caso de dudas y grupos de WhatsApp para difusión de información y resolución de dudas, algo que todas sin excepción mencionaron, mientras que las beneficiarias de la Modalidad “B” del interior del estado señalaron no haber contado con estos apoyos.

En lo referente a la capacitación para mujeres de la Modalidad “B”, en localidades rurales, esta se dio de forma heterogénea. Por ejemplo, las beneficiarias del municipio de Cuautitlán mencionaron haber tenido una capacitación corta cuando se les entregó la tableta y más tarde una capacitación a modo de taller de cinco horas de duración donde se les habló de temas, que por lo que describen, tienen que ver con la *igualdad de derechos entre mujeres y hombres, violencia de género* y un poco en el tema de *emprendimiento*. Sin embargo, es difícil decirlo con certeza ya que recordaban poco y lo

más significativo del taller para ellas fue el poder conocer otras mujeres, convivir con ellas y sentirse más fortalecidas y apoyadas como mujeres, incluso mencionaron que les gustaría que no sólo sea una capacitación, sino que haya más. El resto de las beneficiarias de los municipios de Mezquitic, Zapotitlán de Vadillo y Poncitlán refieren no haber recibido capacitación ni información detallada durante la entrega de sus tabletas más allá de la mención de que tenían algunos videos para que revisaran, pero al preguntarles sobre esos contenidos ninguna los había explorado.

*Nos citaron después a otra capacitación, sí, fuimos como hace quince días. Fue de las mujeres, que debe uno que luchar por lo que tiene, no dejarnos del maltrato, que porque el machismo... Dicen que aquí nunca ha habido una delegada, siempre puro delegado, que porqué le dan prioridad a los hombres si también las mujeres podemos. Es lo que estuvieron diciendo, que también nosotras como mujeres podemos, no nomás los hombres. [...] Esa duró 5 horas porque también nos pasaron a exponer en cartulinas, nos pusieron a escribir en cartulinas, en grupos de seis y nos pasaron a decir y explicar qué entendimos y todo y muy bonito, a mí sí me gustó también, [...] de la violencia y de varias cosas nos tocó exponer. **[Beneficiaria, 42 años, venta de ropa, Modalidad "B", municipio de Cuautitlán de García Barragán]***

*[No ha recibido la tableta] Nos dijeron que cuando entregáramos la comprobación hasta en ese momento nos van a dar la tableta. [Capacitación] Fue presencial y nos dijeron cómo nos podemos ayudar. [Duración] 3 horas. [Tema] Acerca del programa, algunas actividades que realizamos, no recuerdo. Eran unos juegos de trabajo en equipo, luego contestar unas preguntas. [¿temas de finanzas y emprendimiento?] sí, ayudarnos entre conocidos, por ejemplo, mi hermana me ayuda cuando ella se va a vender. **[Beneficiaria, 30 años, elaboración de artesanía en chaquira, Modalidad "B", municipio de Mezquitic]***

De acuerdo con la experiencia de las beneficiarias de la Modalidad "A", acceder a los materiales de capacitación por medio de la tableta resultaba sencillo ya que la guía que les indicaba los pasos a seguir era muy clara y los contenidos ya se encontraban precargados. Sin embargo, hubo quien presentó dificultades con los contenidos de la plataforma Kolibrí. Mencionaron que los videos tardaban en reproducirse y que era difícil seguir la secuencia de lo que ya habían explorado y lo que aún no. Las beneficiarias de mayor edad mencionaron que sus hijas e hijos les brindaron apoyo en la etapa de capacitación para ponerles los contenidos y que ellas pudieran revisarlos. Cabe mencionar que beneficiarias jóvenes de diversos municipios comentaron que es necesario que se les brinde apoyo especial a las mujeres de mayor edad, ya que es la población que notaban más angustiada por la dificultad que les causaba llevar el ritmo tanto de la capacitación como de la comprobación de gastos.

*Me hubiera gustado que hubiera un apoyo en una sala para resolver dudas, porque yo tuve una compañera que tuvo muchas dudas en la capacitación y se acercó conmigo para hacerla*

*juntas y aparte de que estaba muy extensa. [Beneficiaria, 23 años, elaboración de dulces y bolis Gourmet, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Guachinango]*

*Yo sí, como nunca le había picado [...] Yo no sé si por lo datos, como estoy en el bosque arriba, algunos no me abrieron. Entonces, si batallé y dije "lo voy a buscar en otro lado" y luego en otro lado había lo mismo, pero si querías especializarte lo tenía que buscar allá, no sé cómo es ese rollo. El caso es que lo que no estaba lo traté de buscar, porque en el cuestionario tomaban en cuenta. Entonces lo tengo que ver, no sé cómo, pero lo tengo que ver. [Beneficiaria, 60 años, elaboración de artesanías, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Zapopan]*

*Yo mientras estaba en la Tablet iba apuntando, y me preguntaba ¿ese ya lo vi? y me regresaba y marcaba el título con un color y revisaba cuáles había hecho. [Beneficiaria, 32 años, salón de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Zapopan]*

En el caso de las beneficiarias del esquema 2, quienes accedieron a la capacitación en línea, no mencionaron dificultades en cuanto al acceso a los contenidos, pues en su mayoría mostraban un manejo más ágil de los medios digitales. Sin embargo, al igual que las beneficiarias del esquema 1, mencionaron que los contenidos de Kolibrí tenían una estructura que dificultaba seguir la secuencia de lo que ya habían explorado y lo que no, además hicieron mención de que el nombre de algunos temas no coincidía con lo señalado en la guía de capacitación por lo que tenían que intuir a cuál podría estarse refiriendo la guía. Otras dificultades tienen que ver con que una parte del contenido se percibió como inapropiado para emprendimientos pequeños, se consideró que se hace referencia a grandes empresas por lo que no se ven identificadas, además de que el lenguaje que se utiliza les pareció complicado en algunos casos.

*Siento que a lo mejor fue difícil para algunas personas porque no tenían lógica o secuencia. [Los temas de Kolibrí] [...] La lógica no funcionaba ahí. Yo creo que si debieron hacerlo como un poco más estructurado y sencillo. No estaba complicado, pero había algo que... [que estuviera como en niveles] Si, porque te enviaba de aquí, luego para acá y de acá te volvía. [Beneficiaria, 47 años, elaboración de repostería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de San Pedro Tlaquepaque]*

*Si estaba un poco tedioso, de que me mandaba de un lado a otro, llegué a un punto en que si me confundí mucho y estaba tomando otra cosa que no era. Tuve que volver a checar para encontrarle el sentido. Es de ir y venir y si te confundías con ese orden. [Beneficiaria, 24 años, elaboración de piñatas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Ahualulco de Mercado]*

*Yo también me perdí mucho, decía "esto ya lo vi", hasta que después entendí que te iban poniendo una estrella en una hojita y decía "este ya lo vi". Y la verdad me perdí. [Beneficiaria, 39 años, papelería, Modalidad "A" esquema 2, municipio de El Salto]*

*[...] en donde fue más problema fue en el curso que teníamos que ver, ahí sí los videos tardaban mucho en cargarse y era la página[...] y me dijeron que era la aplicación. [...] en la computadora podía ver las letras, pero no los videos y en el celular podía ver los videos, pero no las letras, eran muy difíciles. Estaba en los dos lados [...] Los últimos se me hicieron muy difíciles, y yo creo que con las que estuve platicando los últimos se les hicieron muy difíciles, de las que salieron beneficiadas también los últimos se les hicieron muy difíciles. muy complicados de entender, como que tenían mucha información, muy elevadas, para una empresa. [acompañamiento] para los temas que vienen más complicados sí estaría padre que alguien te los explicara [...] igual virtualmente para las personas que no pueden ir [...] nada más de las aplicaciones, algunas estuvieron lentas. [Beneficiaria, 33 años, cafetería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Amatitán]*

*Lo tedioso fue regresarse para ver otro tema, porque le dabas a un tema y te desglosaba dos o tres temas y para regresarte ya no sabías a cuál picarle. [Beneficiaria, 26 años, elaboración de repostería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Zapotitlán de Vadillo]*

*Me fue bastante difícil, yo no soy de programas no sé nada, entonces se me hizo bastante difícil, tuve que pedirle apoyo a mi esposo. [...] Siento que por eso se me dificultó, porque tenía trabajo que hacer, a lo mejor si fuera soltera me dedicara todo el tiempo a la computadora a ver mis videos más tranquila. Pero, como fue muy rápido no entendía nada y me estresé, estuvo cañón. [...] [acompañamiento durante la capacitación] si, mucho, me hubiera servido bastante. A lo mejor muchas tienen facilidad que dominen eso, pero yo no. Yo soñaba porque alguien me ayudara, me dijera que seguía. Y yo muy estresada, me hubiera gustado que alguien se acercara y me ayudara. Que tuvieran tiempo, aunque yo fuera a ese lugar que me ayudaran aventajáramos, aunque me tomara 1 hora una vez a la semana, por ejemplo, me hubiera sentido mejor, porque si batallé bastante. Me hubiera gustado alguien que me guiara, no que me lo hiciera, que me dijera qué onda. No me podía concentrar porque tenía trabajo, tenía cosas que hacer, me saturé bastante. No dormía por el apuro de que iba hacer, de no saber cómo subir, y me metía a la guía y seguía los pasos hasta que humanamente. No sé cómo estaba la computadora, pero estaba muy trabajoso, había muchas letras y había como mil cosas a donde picarle. [Beneficiaria, 23 años, aplicación de uñas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Amatitán]*

Explorando los temas de capacitación que más tuvieron un impacto significativo en las beneficiarias, pueden agruparse en dos grandes categorías. La primera son aquellos videos de la SISEMH que contienen las tabletas o que están disponibles en YouTube y que tuvieron un impacto principalmente en su desarrollo personal y humano, y la segunda categoría serían aquellos temas contenidos en la plataforma Kolibrí que tienen un beneficio directo para mejorar sus emprendimientos.

El contenido de la capacitación fue tan bien valorado que con frecuencia se hizo mención que se compartió con otras personas multiplicando así su alcance. Algunas beneficiarias mencionan que vieron el contenido acompañadas de sus hijas, teniendo la oportunidad de conversar sobre temáticas como *violencia de género* o *igualdad de derechos entre mujeres y hombres*, pero también en algunos casos se acompañaron de sus parejas, hijos u otros familiares, incluso socializaron este contenido con amigas y vecinas, o en el caso de una beneficiaria psicóloga que lo ha estado compartiendo con sus pacientes al considerarlos temas que deben llegar a todas las mujeres.

*De las capacitaciones que vienen aquí, dos o tres si las he compartido. Se me hacen muy prácticos los talleres que están ahí, es un tema que debe ir a todas las mujeres. Pacientes que llegan con problemas de violencia le digo ¡chútatelo, porque está buenísimo!* **[Beneficiaria, 30 años, psicóloga, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Tlajomulco de Zúñiga]**

*Me gustaron mucho los temas, que a veces no le toma una la importancia, de la violencia hacia la mujer, hay que estar informado sobre eso. Duré como una semana en revisarlo, porque había comenzado a estudiar. Cada uno de los temas deja algo, los estuve compartiendo con amistades y a veces mi mamá se ponía a ver conmigo videos y entre las dos nos nutrimos de los temas.* **[Beneficiaria, 19 años, venta de productos naturales, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Guachinango]**

Aunque todos los videos fueron bien valorados y mencionados, *¿Vives una situación de violencia? no estás sola* y *Cómo cuidarnos todas*, fueron aquellos que la mayoría señaló como los más significativos al hablarles de su derecho a vivir una vida libre de violencia, a dónde acudir en caso de necesitarlo, pero también porque las concientizó de los diferentes tipos y modalidades de violencias que existen y que se tienen con regularidad normalizadas o que no se identifican como tal, además fueron de los videos que más se socializaron con familiares y amigas, lo cual marcó un punto importante para algunas familias donde por primera vez se hablaba del tema.

*Y me gustó el de ¿Vives una situación de violencia? Después de haber visto ese tema, dije que tengo normalizadas tantas situaciones de violencia que no me doy cuenta de que ya las había vivido y decía que no. Ayuda a darse cuenta de situaciones que parecen normales, pero que no lo son. Como en el año pasado, puse mi negocio porque me despidieron y mi pareja me dijo "ese negocio no deja nada, tu nada más estás y eso te toma mucho tiempo", demeritaba mi trabajo y mi esfuerzo; no lo veía como una actividad digna, era de ¿en serio vas a hacer*

piñatas? Empezó a hacer comentarios un poco groseros y me hicieron pensar en ¿sigo o no sigo? Ya cuando me fue bien, me acuerdo de que se quedó como sorprendido. **[Beneficiaria, 24 años, elaboración de piñatas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Ahualulco de Mercado]**

Conocer otras violencias, yo no sabía eso, que hay ya una ley que te protege y puedes ir a denunciar ahí. [...] decía ahí que hay muchos tipos de violencia: física, verbal, psicológica, monetaria. Dices, "bueno, yo conocía la física, pero no las demás. **[Beneficiaria, 33 años, maquillista, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Amatitán]**

Me gustaron muchas cosas, me hicieron como tomar conciencia de que las mujeres normalizamos la violencia por creer que es nada más que si te pega un hombre es violencia y no, hacen violencia desde muchisisísimas maneras, el violentómetro, de que dices, ¡que lo normalizas! "ay, me cela porque me quiere", cosas de ese tipo, entonces sí es como muy interesante para que se le dé más difusión, no nada más para las que tuvimos este curso. **[Beneficiaria, 47 años, elaboración de repostería, Modalidad "A2", esquema 2, municipio de San Pedro Tlaquepaque]**

Los de motivación, valores, el de la violencia, todos esos temas [ayudaron a su vida]. Porque te ponen a pensar y uno que está tan disperso, tan ocupada en otras cosas que no te pones a pensar en cosas importantes. [...]Y que hay muchísima gente que viven violencia actualmente y a veces ni sabe uno si es normal o si estas en violencia ¿cómo puedo reconocerlo? Y te abre otro campo. El apoyo que te da y la fuerza [llora] porque muchas veces las mujeres dejamos lo de nosotros al último, los hijos, el esposo la casa, otras ocupaciones y dices ¿y lo mío, a qué hora? Entonces, así como escucharon a todas esas mujeres digo que chido hay que echarle más y hacer algo que nos gusta que nos divierta. **[Beneficiaria, 44 años, repostera, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Tequila]**

Otro de los videos más reconocidos fue el de *Mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente* y con entusiasmo cada una compartió cómo a partir de que tomaron conciencia buscaron una forma de reutilizar materiales que surgen a partir de su actividad económica como bolsas, cajas o incluso papel aluminio.

A mí me gustó mucho el del medio ambiente porque en el negocio donde mi esposo vende, somos un grupo de artesanos, ahí también tenemos reuniones, talleres de cómo trabajar en grupo, individual, como cuidar el área donde tienen sus negocios. De hecho, ahí no nos dejan usar bolsas de plástico para poner el artículo, [...] nos permiten usar bolsas de papel, periódicos. los productos van ahí; los anillos, los aretes. **[Beneficiaria, 35 años, elaboración de artesanías tejida y en madera, Modalidad "B", municipio de Zapopan]**

*Otro, mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente, la mayoría del producto que yo adquiero viene en bolsa de plástico, entonces junto las bolsototas y le llevo a mi mamá y a la vecina para que la reutilicen porque es bolsa que está limpia. Trato de agarrar todas porque son de 2, 3 o 4 kilos y son bolsas que puedo reutilizar y a veces digo que ojalá lo manden sin bolsa, no necesita. [Beneficiaria, 33 años, venta de artículos de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Pihuamo]*

*Me llamó la atención el de mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente, nos damos cuenta qué materiales estamos utilizando, que tanto impacto están teniendo en el medio ambiente y no nos damos cuenta. También en nuestra casa, en la vida diaria utilizamos tantas cosas que podemos reciclar y lo botamos a la basura. [Beneficiaria, 23 años, elaboración de dulces y bolis gourmet, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Guachinango]*

*Vamos a aprender y a ser independientes nosotras mismas y también en eso del cuidado de cuidar el ambiente también, yo de mi negocio como traigo en cajas el mandado que estoy iniciando, quito las cajas y las acomodo de una forma que cuando vengan a comprar algo les doy cajitas o algo y ahí las voy utilizando, pero no las tiro a la basura para cuidar el ambiente y trato de no darles bolsas les digo que traigan su bolsita para cuidar el ambiente. [...] y eso de que una sea independiente es muy bueno y de que no abusen de uno, todo es muy bueno. [...] Tenemos que ser independientes, no dejarnos de nadie, no dependemos de ningún hombre para salir adelante, nosotros somos fuertes y somos valientes para salir adelante siempre. [Beneficiaria, 39 años, venta de artículos de limpieza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Tapalpa]*

Uno de los videos que tuvieron no sólo efecto en las beneficiarias del programa, sino que en algunos casos les llevó a reconfigurar o reorganizar su dinámica de pareja o familiar, fue el de *¿En qué invierto mi tiempo?*, video que con proponer una actividad sencilla como enlistar las actividades y el tiempo que cada quien emplea en ellas, puso de manifiesto de forma clara y objetiva las desigualdades que surgen en la repartición de tareas cuando no se encuentran equitativamente distribuidas y que con regularidad esta distribución afecta más a las mujeres, quienes llevan una carga mayor de actividades frente a otros integrantes del hogar. Otro de los beneficios de este video fue el aprender a administrar sus actividades de una manera más organizada siendo conscientes de las tareas que necesitan realizar.

*A mí me gustó la de ¿En qué invierto mi tiempo? Nunca me había puesto a contar las horas y las actividades que se realizan en un día, y por ejemplo en la pareja, las que más hacen son las mujeres. Los hombres prácticamente se levantan, al trabajo, llegan y a dormir; nosotras nos hacemos bolas con los hijos, con la comida, con infinidad de cosas y la verdad me pareció muy interesante. Desde ahí ya empezamos a dividirnos tareas, le dije mira, ve esto, ve todo lo*

*que yo hago en el día y ve lo que haces tú, ¡porque hice mi listita!... nomás le daba risa de todo lo que estaba escribiendo yo. [Beneficiaria, 28 años, aplicación de uñas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Tonalá]*

*También el de ¿En qué uso mi tiempo?; Porque una vez que emprendí aquí, necesitaba organizar bien mi tiempo, porque sí son varias cosas que hay que cumplir y me ayudó para organizar por días y ya soy más productiva. [Beneficiaria, 24 años, elaboración de piñatas, Modalidad "A", esquema 2, municipio Ahualulco de Mercado]*

*Me gustó el de ¿Cómo administro mi tiempo?, porque dicen que la mujer no hace nada, entonces en casa ¿cómo no hacemos si yo me levanto a las 6:45 am? soy la primera en levantarme y la última en acostarme. Y toca que el esposo diga "es que yo también estoy trabajando" sí, pero él solo está en una sola cosa y llegas y comes y yo no, yo trabajo, les hago el lonche, la comida, el quehacer y todo y no dejaba tiempo para mí y me daba remordimiento de salir. Lo hicimos juntas [ejercicio del video] mi hija y yo, todo lo hicimos juntas y me decía "mira, y eso que no hacíamos nada" le dije "hacemos bastante y tu papá solo quiere venir a sentarse y comer, que chido yo también quiero ser hombre". [Beneficiaria, 33 años, venta de artículos de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Pihuamo]*

*También me gustó el de administrar mi tiempo porque comparando el tiempo de un hombre nos dimos cuenta de que las mujeres somos más productivas en esta labor y nomás llegan a casa y dicen "no hiciste nada" o "nada más hiciste esto" y no se ponen a pensar todo lo que hicimos en todo el día, que tenemos que hacer muchas actividades y no se valora. [Beneficiaria, 23 años, elaboración de dulces típicos, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Guachinango]*

El video *Cuando eras niña* se valoró como un video emotivo que las llevó a recordar todas esas metas y sueños que tienen desde su infancia y que en muchos casos han ido olvidando o dejando de lado ante la cotidianidad o dificultades de sus vidas. Es un video que logró que se replanteasen lo que han hecho hasta el momento y qué más les falta por hacer en su vida siendo un motivante en tanto que tienen la oportunidad de reconocer la importancia de lo que ellas quieren lograr tanto en lo personal como en lo laboral, dándose cuenta de que sus sueños y metas son tan importantes como los de cualquier otro miembro de su familia pero que esos sueños requieren de atención, dedicación y esfuerzo para ser alcanzados.

*También el de Cuando eras niña, se me hizo muy bonito, en cuestiones de que te hace recordar y piensas realmente "¿en qué parte me quedé?, ¿qué me debo de mis sueños, de lo que yo pensaba? y no me debo de quedar a deber nada". [Beneficiaria, 39 años, venta de alimentos y botanas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de El Salto]*

*Me encantó, me hizo recordar a esa niña que tenía tantas ilusiones de salir adelante y ayudar a su familia me motivó a retomar mis sueños y ahora estoy enfocada en ellos. [Beneficiaria, 36 años, elaboración de repostería, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Tlajomulco de Zúñiga]*

*Cuando somos pequeños muchas aspiraciones a futuro, cuando creces te das cuenta de que enfrentarse a muchos desafíos es difícil. Este video habla sobre las ideologías que teníamos de pequeños, ahora que somos adultos somos conscientes que los sueños se pueden cumplir siempre y cuando se luche por ellos. [Beneficiaria, 21 años, venta de ropa, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Tlajomulco de Zúñiga]*

*El retomar de conciencia de cómo fue tu niñez, retomar tus sueños, y te empieza platicar ella y dices "si es cierto" y te quedas pensando que todo lo que dice es correcto y tantas mujeres que lucharon porque tuviéramos el derecho a votar y toda la historia que hay más detrás. [Beneficiaria, 44 años, repostera, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Tequila]*

Por último, pero no menos nombrado, el video de *Mis derechos sexuales y reproductivos* también fue muy importante para las beneficiarias en tanto que no son pocas las que desconocían su derecho a tener una sexualidad y una maternidad deseada. Principalmente beneficiarias del interior del estado destacan lo útil que les fue el contenido de este video pues se encuentran inmersas en contextos donde muchas mujeres no conocen esta información y se ven obligadas a acceder ante las demandas de sus parejas. También es uno de los videos que se aprovecharon más para ser compartidos principalmente con sus hijas y hablar del tema para que cuenten con esta información y sean libres de elegir cómo y cuándo ejercer sus derechos sexuales y reproductivos.

*También me gustó Mis derechos reproductivos, porque como en mi pueblo las señoras de antes, se utiliza todavía, que por ejemplo querían estar con ellas, tenían que hacerlo y aquí nos estamos dando cuenta que ya tenemos voz. [Beneficiaria, 23 años, elaboración de dulces típicos, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Guachinango]*

*Me gustó Tus derechos sexuales y reproductivos, porque yo no sabía que no es una obligación tener que cumplir como esposa, tienen que respetar. Yo también estoy cansada, yo también hoy no quiero y ya y no deben de obligarte a hacer algo que en el momento no quieras. Yo puedo decidir si quiero más hijos o no, aunque mi pareja no porque yo mando en mi cuerpo. El de violencia me encantó, vimos que hay muchos tipos de violencia. [Beneficiaria, 33 años, venta de artículos de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Pihuamo]*

Como ya se mencionó, las beneficiarias de la Modalidad "A" tuvieron un aprovechamiento más significativo de la capacitación, esto también se reflejó al explorar los contenidos que fueron de mayor utilidad de la plataforma Kolibrí, que durante la fase de capacitación se les pidió que

exploraran principalmente tres temas, pero aproximadamente la mitad de las beneficiarias comentó haberlos explorado todos, ya que les habían parecido muy útiles y muy interesantes, principalmente las beneficiarias del esquema 1 que ven como una gran ventaja el contar con los temas de capacitación en su dispositivo con un fácil acceso y al que pueden recurrir a hacer un repaso siempre que quieran, mientras que ninguna de las beneficiarias del esquema 2 mencionó haber realizado un repaso posterior.

Entre los contenidos más significativos de la plataforma Kolibrí destaca en primer lugar *Cómo vender y ser rentable*, tema que les ofreció también algunos aprendizajes de corte más cualitativo. Es decir, además de incidir en la forma de llevar la administración, las beneficiarias retomaron cambios en la imagen de los productos o servicios que ofrecen. Por ejemplo, promover sus productos con mayor seguridad, sabiendo que eso confiere ciertas cualidades a su oferta que puede facilitar su venta o la formalidad con que se da a conocer su iniciativa, siendo esto consecuencia de tener mayor organización en general.

Dentro de este mismo tema, uno de los aprendizajes mencionado como más útil fue el cómo sacar el costo de sus productos para que su negocio sea rentable. En el desarrollo de este tópico, las mujeres lograron reconocer componentes de su proceso de negocio que no habían identificado, los cuales les facilitaron dimensionar el flujo de sus recursos y cómo este impacta en, por ejemplo, sus ganancias. Gracias a lo anterior, algunas implementaron medidas o acciones que les permitieron tener más control sobre la dinámica de su negocio y con ello llevar una administración más clara al saber exactamente de cuánto son sus ganancias, aportando así a su objetivo de contar unas finanzas más sanas.

*Eso del costeo que venía cómo sacar el costo de los productos si eres, como en mi caso, un revendedor que no elaboró, no compro materia prima, no tengo los gastos fijos. Eso me ayudó mucho para saber cuánto es lo que le debo de ganar a cada cosa, nada más por traerla y venderla aquí otra vez, eso me ayudó. De hecho, hice la tablita de cómo sacarlo para saber cuánto le debo de gastar, siento que a mi es lo que más me ayudó. También venía el de tener un inventario para saber y también otra tablita para saber lo que entra y lo que sale, las entradas, lo que estás ganando y las salidas, lo que estás gastando para saber cuánto es lo que te está quedando de ganancia y saber realmente si es productivo el negocio. En ese rato lo hice, hice hasta mi hojita y dije, "aquí le voy a seguir" pero hay veces que no te da tiempo de hacerlo, pero es a lo que quiero llegar, en mi cuaderno que estuve haciendo dije "deja me calo" [...] me gustó ese ejercicio porque ya ahí ves "ah sí le estoy ganando bien" o "deja le subo un poquito más" pero es a donde quisiéramos llegar, al inventario y a los gastos para estar viendo si realmente estamos llevando bien el negocio. [Beneficiaria, venta de ropa, 29 años, Modalidad "A", esquema 1, municipio de El Arenal]*

*A mí los primeros me llamaron muchísimo la atención, que fue lo que digo que veía aquí que debes detectar tu tipo de clientela, tu producto cómo vas a definir su precio, [...] a quién se lo vas a vender, dónde se lo vas a vender, el precio que le vas a poner dependiendo de dónde estés, eso me llamó mucho la atención y sí, los primeros, como cuando vas a iniciar tu negocio. [...] en los primeros temas sí venía, cómo crear tu producto, cómo darle precio, cómo organizarte. **[Beneficiaria, 33 años, cafetería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Amatitán]***

*Me dieron tips de cómo vender y ser rentable que yo no sabía. Por ejemplo, yo antes llevaba mis cosas para que las vieran y me preguntaban ¿lo das en pagos? y yo así de "sí", y volvía y me decían no puedo darte esta vez y así se me alargaban los pagos y no veía pronto mis ganancias. Y ahora les digo que me den un anticipo y lo demás te lo dejo en 2 pagos. Y va mejorando mi situación en mi negocio y veo más pronto reflejado la ganancia. **[Beneficiaria, 49 años, elaboración de bisutería, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Atotonilco el Alto]***

*Aprendimos a como entrar en la mente de las personas, de las mujeres de "mira, este se te ve super padre". Tenemos que aprender a vender, primero hay que conocer el producto para después poderlo recomendar y así poder vender más. Porque si la persona te ve segura de lo que estás ofreciendo te lo compra. Nos ha ayudado bastante porque nos está desarrollando en este ámbito y nos ha gustado mucho. **[Beneficiaria, 33 años, venta de artículos de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Pihuamo]***

*Me gustó mucho el de Cómo vender, ser rentable, Medio ambiente y el de Finanzas personales. Porque estaba muy desorganizado, era muy informal, ahora somos más formales. Nos dimos a conocer a más personas, estamos intentando hacer inventarios, para saber que materiales tenemos porque si nos ha pasado que se nos acaban los colores y ¿cómo? si teníamos 5 paquetes completos. Así que checar para prever y hacer los pedidos con tiempo, porque esto de temporadas todo es de tiempos planeados. **[Beneficiaria, 24 años, elaboración de piñatas, Modalidad "A", esquema 2, municipio Ahualulco de Mercado]***

Otro de los temas más mencionados fue el de Finanzas Personales. Las beneficiarias destacaron la importancia de contar con unas finanzas sanas al entender que estas se encuentran ligadas a las finanzas de su emprendimiento, por lo tanto, administrar su negocio de forma eficiente también se vuelve indispensable para que cuenten con más ingresos que egresos llevando el control tanto del dinero que entra como del que sale evitando tener gastos hormigas. Consecuente a esto algunas beneficiarias han implementado acciones más estructuradas para llevar un control de sus finanzas, por ejemplo, hacer separación del dinero y respetar el monto asignado a cada necesidad, incluso tener un apartado de ahorros o de emergencias lo que les brinda una sensación de mayor estabilidad

y control pues esto lo pueden proyectar directamente a su negocio para potencializarlo y hacerlo prosperar.

*Me gustó mucho el de Finanzas personales y Finanzas para aplicar en el negocio [...] que tiene uno que hacer separación de dinero para poder llegar a la meta, para poder ayudarse uno a cumplir sus metas [¿lo ha aplicado?] sí, de hecho, tengo botecitos en mis finanzas personales y hago separaciones para gastos personales, médicos y sí, sí ha funcionado porque me siento un poquito más estable. [...] tiene uno más estabilidad, sabiéndose administrar, lo que pasa es que digo "trabajo, trabajo y trabajo y no veo resultados, ¿dónde queda el dinero?" entonces ahorita ya como que toda esta cuestión de finanzas aprendí a separar, "esto es para esto y esto exclusivamente para ahorro y esto es para emergencias".* **[Beneficiaria, 41 años, tienda de abarrotes, Modalidad "A", esquema 1, municipio de El Arenal]**

*El de Finanzas personales también estaba padre porque te decía cómo administrar tu negocio, los gastos hormigas.* **[Beneficiaria, 25 años, papelería y ciber, Modalidad "A", esquema 2, municipio de El Salto]**

*A mí el del SAT se me hizo muy interesante para tener el negocio en regla y no tener problemas. El de Finanzas personales también, para mí es muy importante tener unas finanzas sanas para poderlas proyectar a tu negocio, [...] si la economía es saludable también nos da paz.* **[Beneficiaria, 47 años, elaboración de repostería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de San Pedro Tlaquepaque]**

Otros aprendizajes valorados y que las beneficiarias han puesto en marcha en sus proyectos productivos son aquellos que les dieron herramientas para potencializar sus ventas como por ejemplo poner promociones llamativas para atraer clientes y aumentar las ventas, además en algunos casos también le han dado importancia a mejorar el aspecto de su negocio, cuidando y fortaleciendo la imagen tanto de los productos como del espacio donde los exhiben para atraer más clientes.

*Como yo no pongo promociones de nada, también sé hacer invitaciones digitales con las piñatas y había un video que decía que hay que hacer promociones y pues hice, que en esta semana agenda tu piñata y te regalo la invitación digital. Eso me llamó la atención del video, porque yo no hacía promociones de nada.* **[Beneficiaria, 32 años, elaboración de piñatas, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Villa Purificación]**

*Nos ayuda a mantener nuestro lugar limpio, muebles limpios. Ayudaba a tener mejor presentación, sea llamativo para los clientes. De la limpieza de los artículos que vendemos, cuidar todos los detalles. [...] Todos los días tenemos que barrer, sacar la basura, ver que los cables estén bien conectados, por el bien de nuestros compradores.* **[Beneficiaria, 35 años, elaboración de artesanía tejida y en madera, Modalidad "B", municipio de Zapopan]**

Se realizó así mismo una exploración de temas de capacitación que pudieran ser de utilidad e interés para las beneficiarias y que no se encuentren en los contenidos que exploraron. Entre las respuestas más significativas les gustaría aprender a utilizar Excel con fines administrativos para su negocio donde podrían llevar a cabo tareas de contabilidad o inventarios, ya que por el momento la mayoría se administra mediante métodos manuales como anotaciones en libretas lo que reconocen como un método que no les permite llevar un control eficiente y certero de las finanzas de su emprendimiento.

Una de las beneficiarias sugirió que en la tableta venga anexado un punto de venta que facilite el escaneo de sus productos para optimizar sus procesos, una idea que apoyaron otras beneficiarias que cuentan con negocios de papelería.

*Que gusto sería que traigan un punto de venta anexado, me facilitaría la vida porque son bastantes productos, como es maquillaje, son muchas cositas pequeñas que tengo que ir de uno por uno. Si lo tuviera incluido ¡qué padre! [Inventario y Contabilidad] [...] no sé cómo organizar [inventario], me interesaría una capacitación para saber organizar mi inventario, mi contabilidad, nunca se cuánto gano ni cuanto vendo. [Beneficiaria, 33 años, venta de productos de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Pihuamo]*

Otro de los temas de interés mencionados fue el de facturación y cobro con tarjeta, al respecto mencionan que hoy en día hay personas que no desean cargar dinero en efectivo por lo que solo asisten a lugares que hagan cobros con tarjetas. Igualmente brindar facturación es algo que le encuentran beneficios tanto para formalizar su negocio como para atraer más clientes que necesiten factura. Aunque cabe mencionar que este es un tema controversial entre las beneficiarias, ya que formalizar su negocio en muchos casos no les parece viable ya que dar cuentas al SAT les parece más problemático que benéfico por la complejidad que puede acarrearles. Ello revela también la necesidad de una capacitación previa en este tema para clarificar sus dudas y aliviar sus miedos al respecto.

*A mí lo que me gustaría hacer es la facturación, yo lo desconozco. Tuve que ir con el del ciber [para la comprobación], el cobro con tarjeta me gustaría saber cómo se maneja y emitir factura. Me di cuenta de la importancia en lo de tener todo el inventario, es muy importante. Me di cuenta de que puedo tener más clientes simplemente con el pago de tarjeta porque muchos ya no quieren traer efectivo por la inseguridad, se me hizo interesante. [Beneficiaria, 39 años, palería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Tlajomulco de Zúñiga]*

*Me gustaría capacitarme, a no tener el miedo a expansión de mi venta. Porque, como dice mi compañera, tenemos miedo a los impuestos cuando a veces no tenemos grandes ventas como para decir puedo pagar impuestos. Me gustaría que nos den capacitación en estos temas. [Beneficiaria, 55 años, venta de ropa]*

Con relación a recibir una capacitación en el tema de *Comercio Digital* la mayoría respondió que sí le gustaría porque ven la posibilidad de aumentar sus ventas contando con otras formas de comercializar sus productos o servicios. No obstante, no todas las respuestas apuntaron a un sí absoluto. Por un lado, algunas beneficiarias no reconocen ni visualizan cómo podrían sus giros entrar en el ámbito del *Comercio Digital*, por otro lado, otras beneficiarias mencionan que es algo que les causa miedo. Una artesana menciona que ve algunas desventajas de dar ese paso, por una parte, le preocupa que otros artesanos copien sus diseños originales y por otra parte, menciona que no le ha sido posible contar con una capacidad suficiente de material para cubrir pedidos de productos al mayoreo.

*Yo sí tengo [temor en el comercio en línea] porque entre los artesanos casi siempre estamos viendo qué onda, que está vendiendo y si lo subes a la semana siguiente ya lo tienen. Y luego, los proveedores a veces van de puesto en puesto donde estamos y al rato se satura todo. Haz de cuenta, yo le pongo una florecita y si yo lo subo al Face mañana mi compañero va por la florecita. Yo empecé a subir cosas en el Face y no, es más, hasta cuándo van pasando, viendo que es lo que tienes [vende su artesanía en el Expiatorio y Chapultepec], hay mucha competencia. Si fuera en el grupo de Fuerza Mujeres, sería otra cosa. [...] Lo que sucede con los artesanos si vendemos al mayoreo no hay material para eso, si no consigues el material para alguien que pide 500 piezas de lo mismo no se puede. Mucha gente me ha dicho especialízate en una cosa, pero el problema es ese que no hay material. Ya he visto esos altibajos de vender en línea. [Beneficiaria, 60 años, elaboración de artesanías, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Zapopan]*

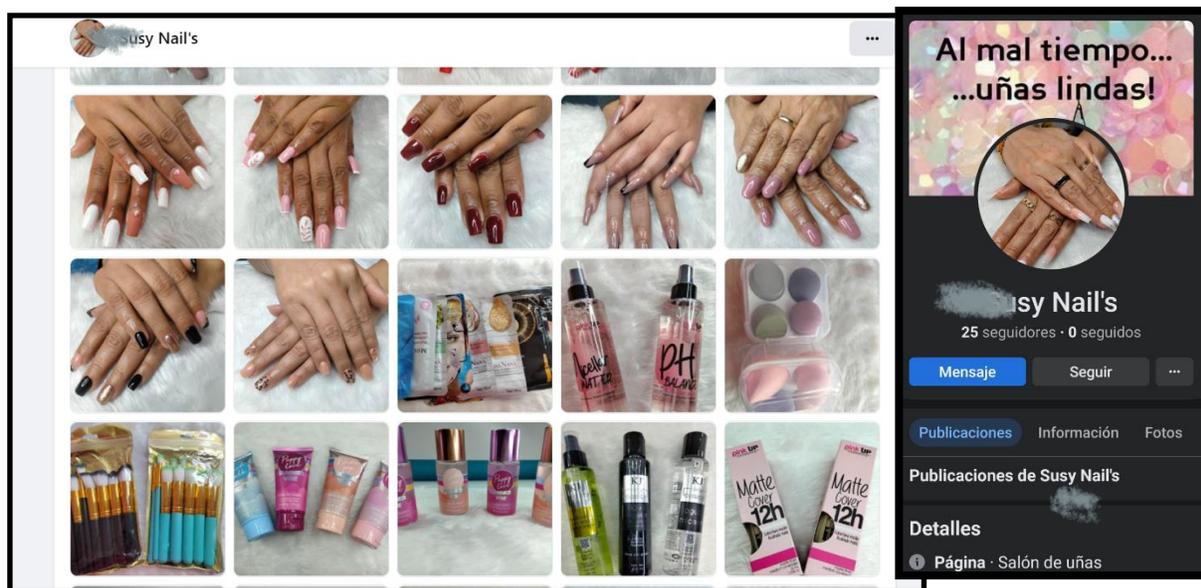
### Habilidades digitales para su actividad económica

Al explorar las principales aplicaciones que las beneficiarias utilizan en sus actividades diarias, resaltan varios nombres que se repiten posicionándose como las más utilizadas. Por una parte, las redes sociales como Facebook y WhatsApp se usan principalmente para dar a conocer sus productos o servicios, y para mantenerse comunicadas con sus clientes o con actores relevantes para su negocio como trabajadores o proveedores, aunque también refieren que sacan provecho de estas plataformas para comunicaciones de tipo personal.

*WhatsApp es el más importante, y las redes sociales para subir mis diseños y ahí me promuevo más y me sirve, pero más bien son recomendaciones [sus clientas], pero también las redes me han funcionado bastante. [...] YouTube] Casi no lo uso porque no tengo mucho tiempo. [...] Del Banco Azteca, la muchacha me descargó la aplicación y ahí me llegan mis notificaciones. Está muy práctica, no tiene mucho chiste. [ Facebook] Es de mi cuenta personal, tengo una página, pero casi no la abro. Todo es en mi cuenta personal, ahí pongo mis fotos y me promuevo. [...]*

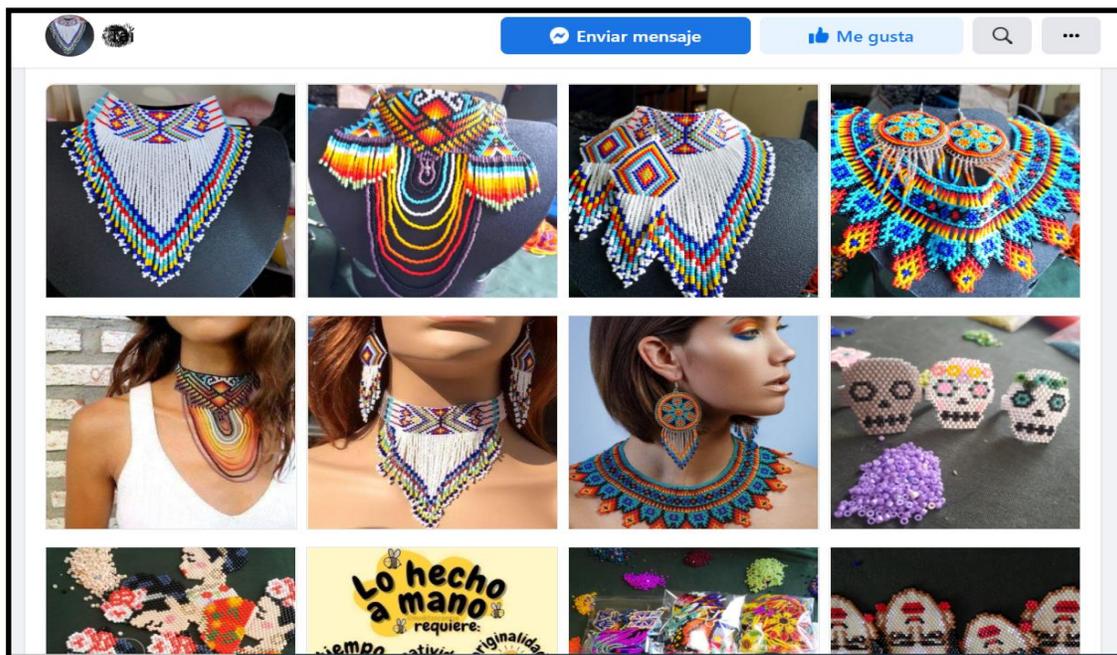
*Me agendan más por WhatsApp una que otra por Messenger, pero es más por WhatsApp.*  
[Beneficiaria, 33 años, maquillista, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Amatitán]

**Figura 1.** Página de Facebook de beneficiaria, 28 años, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Tonalá



**Fuente.** Tomada de la página de Facebook de la beneficiaria.

**Figura 2.** Página de Facebook de beneficiaria de 24 años, Modalidad "B", municipio de Mezquiti



**Fuente.** Tomada de la página de Facebook de la beneficiaria.

Aunado a lo anterior, algunas mujeres también utilizan las redes sociales para tomar inspiración o sugerencias novedosas en los diseños de sus productos, en estos casos recurren a plataformas cuyo principal enfoque son fotos o imágenes, como Pinterest.

*Google, Messenger, Pinterest, de ahí es donde bajo para hacer las imágenes que hago, de hecho, acabo de hacer unos cubrebocas de navidad y traen de los 2 lados unas campanitas, velitas, noche buenas. [Beneficiaria, 28 años, elaboración de bordados, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Encarnación de Díaz]*

Otro grupo de aplicaciones como ProntiPago o Treinta, son mencionadas como software de apoyo para tareas específicas de su negocio, como el registro de pagos o transacciones, compras e inventarios. A dichas aplicaciones podemos añadir otras como las de correo electrónico o del banco en el que tienen una cuenta, las cuales también apoyan en algunas tareas pertenecientes a su emprendimiento, pero que al mismo tiempo funcionan para ayudarles en necesidades de índole personal.

De entre todas las aplicaciones o plataformas utilizadas, destaca especialmente YouTube por dos aspectos: su consulta por una amplia cantidad de beneficiarias, y el provecho que de ella sacan. Respecto a lo primera, parece que la plataforma de videos es fácil de acceder y manejar, ya que la mayoría de quienes tienen acercamiento a cuestiones digitales la utilizan; en cuanto a lo segundo, llama la atención que frecuentemente YouTube es visto como un acervo de información con aplicación pedagógica, pues se accede a este sitio para buscar tutoriales o cursos sobre temas o aprendizajes relevantes para las mujeres.

*Uso el Google para descargar imágenes, el YouTube, la cámara para tomar fotos a mis artesanías y a veces hago pedidos, las fechas en que me piden, las marco en el calendario. [Beneficiaria, 35 años, elaboración de artesanías, Modalidad "B", municipio de Zapopan]*

*Ya digo, bueno me voy a meter a Google" y ya se mete uno a Google y ya busca uno si algo se me traba que no esté mi hermana o no esté mi hijo, [...] "bueno voy a buscar un tutorial" me voy a YouTube y busco un tutorial" [...] lo que es YouTube y Google son los que más uso[...] sí tengo Facebook y tengo WhatsApp, pero en el celular. [...] ¡ah!, el correo también lo uso en la Tablet. [Beneficiaria, 41 años, tienda de abarrotes, Modalidad "A", esquema 1, municipio de El Arenal]*

*Las fotos, para tomarle fotos a mis productos y poderlas subir; Chrome es el navegador que yo utilizo; Gmail porque ahí me doy cuenta de productos nuevos de la página de belleza y ahí voy a ver que producto es o el de bisutería que subieron nuevos collares, ahí me llegan las notificaciones de las tiendas donde yo compro; App Store para descargar la aplicación que*

*necesitaba para hacer mis pedidos, varias. Estoy aprendiendo.* **[Beneficiaria, 33 años, venta de productos de belleza, Modalidad "A", Esquema 1, municipio de Pihuamo]**

Otro grupo de aplicaciones que algunas de las beneficiarias descargan son aquellas que facilitan los usos personales o familiares que no se relacionan directamente con su negocio o emprendimiento. Entre este grupo de mujeres que refieren aprovechar la tableta en este tipo de usos, con mayor frecuencia es en beneficio de sus hijos e hijas en edad escolar, pues debido a las medidas de contingencia, la virtualización de sus clases exige seguimiento a través de aplicaciones de mensajería instantánea (como WhatsApp) o correo electrónico, realizar investigación o exploración de temas en la red, así como la dinámica continua en línea necesaria en plataformas de aulas virtuales.

*Google, YouTube (los videos que hay que ver de los niños) Facebook, WhatsApp y el correo a veces, no siempre. el WhatsApp para mis hijos porque las maestras, ya ve, todo es en línea.* **[Beneficiaria, 28 años, elaboración de bordados, Modalidad "A", esquema 1, municipio Encarnación de Díaz]**

*"En el celular son muchas las aplicaciones como el YouTube, la de recrea porque tengo que estar al tanto de las cosas de mi hija sus calificaciones. Tengo para edición de fotos y video algo sencillo, tengo Photostudio es la que más uso. YouTube lo uso para ver videos, ya sea para ayudarle a mi hija a que haga sus tareas, más que nada para información, para recetas, para ver las noticias."* **[Beneficiaria, 44 años, repostera, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Tequila]**

Respecto a los procesos que realizan de manera digital, en general son pocos los casos que han adoptado las herramientas tecnológicas para optimizar sus procesos, quienes lo han hecho refieren que el control de inventarios y/o el registro de las finanzas del negocio son aquellos procedimientos que se les han facilitado con diversas aplicaciones.

Un segundo conjunto de beneficiarias, el conformado por la mayoría de ellas, solo ha encontrado apoyo de las plataformas digitales para las tareas de pagos o transferencias, y en menor medida para compras por internet. Algunas de estas usuarias incorporan la tableta en tareas más específicas y cotidianas, como lo reflejan al afirmar que la utilizan como calculadora para las cuentas.

Una cantidad menor de casos admiten que no han implementado la digitalización de procesos, pero también expresan su deseo e interés por hacerlo. Finalmente, otra cantidad significativa de beneficiarias no se apoyan en las plataformas digitales para optimizar sus procesos, pero sus expresiones también denotaron desconocimiento sobre el tema y una reserva que identificaron como temor.

Al hablar de acceso a internet, las condiciones de las beneficiarias son muy diversas pues queda claro que el acceso depende de variables como la infraestructura y cobertura de su localidad, la solvencia económica para costearlo, que cuenten con dispositivos para poder acceder, su nivel de dominio y el conocimiento del alcance y ventajas que puede ofrecerles este servicio. En el AMG pudo notarse una significativa diferencia entre las beneficiarias del esquema 1 y 2, en el primer grupo sólo algunas contaban con una red fija y otras lo hacían mediante la compra de datos, en el segundo grupo todas contaban con acceso a internet. En el interior del estado el acceso a internet se comportó de forma similar, sin embargo, era más común que la falta de acceso a internet se debiera a la falta de solvencia económica y también de infraestructura.

Para las beneficiarias de la Modalidad "B" del interior del estado el acceso a internet es uno de los indicadores que marcan mayor brecha digital, mientras que en algunas localidades son escasos los lugares que cuentan con internet y tampoco se cuenta con red telefónica que brinde la posibilidad de acceder a internet mediante datos, existen otras localidades donde es mayor en número de personas que cuentan con internet. En estos casos es común que se organicen entre varias familias vecinas para pagar el servicio y compartírselo. En el caso de las beneficiarias del AMG la mayoría sí contaba con acceso a internet a excepción de una de ellas.

*No es fácil entrar aquí Internet, nos cobran. Vale 15 pesos la hora y tenemos que pagar, no tenemos dinero para venir a cada rato. Me gustaría aprender más de esto. [Beneficiaria, elaboración de artesanías y bordado, Modalidad "B", municipio de Mezquitic, comunidad Las Tapias]*

*Casi no hay Internet, solo hay unas que contratan Internet y renta por tiempo. En las escuelas solo son para los maestros, pero para la gente en público la verdad no. A veces es muy lenta, dependiendo de la cantidad de personas que se conecten. Tampoco hay señal, y no todos manejan el Internet no tienen las facilidades para conectarse. Debería ser presencial. [Beneficiaria, 24 años, elaboración de artesanías, Modalidad "B2, municipio de Mezquitic, comunidad San Sebastián Teponahuatlán]*

Cuando las beneficiarias necesitan apoyo en temas digitales, en algunos casos solicitan ayuda a las personas que atienden algún ciber-café, aunque con mayor frecuencia piden apoyo a los integrantes de su familia con quienes sienten mayor confianza. Además, recurrir a estos últimos facilita un entorno de aprendizaje pues quien les ayuda no sólo resuelve la tarea por ellas, sino que les permite aprender a hacerlo por sí mismas. En los casos donde las mujeres beneficiarias tienen hijas o hijos mayores recurren principalmente a ellas o ellos para resolver sus dudas, y aunque la mayoría de estas beneficiarias mantienen su deseo ser autónomas en el uso de la tecnología, en este grupo se presentaron algunos casos de mujeres mayores que le temen a los medios digitales y el tipo de apoyo que solicitan es buscando no involucrarse en el manejo tecnológico, pidiendo a otra persona

que las inscriba o les preste un correo electrónico para recibir su información, poniendo con ello en riesgo su privacidad.

*Estaba con los programas que mandaron ustedes y espero que llegue alguien de mis hijos para que me instruyan. [Beneficiaria, 64 años, repostera, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Jocotepec]*

*[...] Estoy aprendiendo, porque me enredo y le digo a mi hija [16 años] ¿cómo le hago?, es la ventaja de tener a mi hija que está estudiando y que está conmigo para que me ayude. [Beneficiaria, 33 años, venta de artículos de belleza, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Pihuamo]*

*A prueba y error y les pregunto a mis hijos y les dijo "enséñame". Y ya me siento más capaz para lo que venga. [Beneficiaria, 56 años, tratamientos de belleza, municipio de Zapopan]*

*Mi hijo me está enseñando apenas, mi hijo me está enseñando porque así cuando entramos con ustedes o que me ayuda, pues sí se aprende porque no sabía yo, no sé mucho de los celulares ni de nada y él es el que me ayuda gracias a Dios. Yo creo que sí me va a servir más en un futuro y yo creo que para mi negocio sí me va a servir, pero yo creo que sí es importante aprender primero y me está ayudando mucho porque de ahí me agarro para aprender con la Tablet, si no quién sabe. [Beneficiaria, 39 años, venta de artículos de limpieza, Modalidad "A2, esquema 1, Municipio de Tapalpa]*

Cuando se trata de mujeres más jóvenes regularmente se apoyan en sus parejas o hermanas y si cuentan con habilidades digitales más desarrolladas no suelen pedir apoyo de terceros, sino que buscan por sí mismas las respuestas en un explorador de contenidos como Google o en tutoriales de YouTube.

*Yo solita, ya si algo no entiendo lo busco en YouTube. [Beneficiaria, siembra de limón, 26 años, Modalidad "B", municipio de Cuautitlán de García Barragán]*

*También me apoyo en YouTube para algún problema, se me hace más fácil estar viendo el video, que estar leyendo como se hace. [Beneficiaria, 26 años, elaboración de repostería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de Zapotitlán de Vadillo]*

Asimismo, se exploró qué tanto les beneficiaría que existiera una plataforma o foro de beneficiarias y qué características les gustaría que tuviera. Las respuestas fueron muy favorables pues es una idea que les atrae en general y en la que encuentran diversos beneficios, entre los que destaca que el programa contribuya a la comercialización de sus productos y servicios, el que sea un espacio para

establecer alianzas con otras mujeres, el poder fortalecer las redes de comercialización y el que sea una fuente de motivación y aprendizaje al conocer otros proyectos con características similares.

*Estaría muy bien, pero tendría que ser por zonas. Porque una vez estaba en un grupo de donde vivo y pedían tamales hasta El Salto y nosotros somos de Tlajomulco. ¿Por qué se están anunciando en grupos de acá? ... Debe tener una estructura básica, porque si es de Fuerza Mujeres y yo vivo en El Salto no me va a servir. [Beneficiaria, 30 años, psicología, Modalidad "A", esquema 1, municipio de Tlajomulco de Zúñiga]*

*Eso sería padre, apoyarnos entre nosotras mismas, yo te ofrezco lo que yo hago y tú me ofreces lo que tú haces [...] que hubiera un padrón de todas las beneficiarias con lo que hace cada una y entre nosotras mismas se puede armar algo. [Beneficiaria, 47 años, elaboración de repostería, Modalidad "A", esquema 2, municipio de San Pedro Tlaquepaque]*

*Sería como que te daría ánimos, ver lo que venden las demás y tú también darte a conocer más todavía. [Beneficiaria, 29 años, venta de ropa y calzado, Modalidad "A", esquema 1, municipio de El Arenal]*

Finalmente, las beneficiarias también mencionaron algunos aspectos de mejora del programa, entre estos, refieren que la difusión del programa pueda estar acompañada de imágenes y testimonios de mujeres que ya hayan sido beneficiarias para aumentar la credibilidad de que el apoyo sí se ha brindado y ha tenido resultados exitosos. También comentaron que sería muy positivo que el tiempo que se brinde para realizar la comprobación de gastos sea mayor, que la capacitación pueda ser también presencial y con una duración suficiente para ver los temas de forma detenida, que exista una línea telefónica especializada para brindar apoyo y seguimiento en caso de dudas y que haya apoyo particular y capacitación para mujeres con dificultades en temas de uso de las tecnologías

## b) Fase cuantitativa

Los resultados de la encuesta telefónica se muestran por eje temático y con relación al conjunto global de beneficiarias, así como de forma comparada entre modalidades y esquemas de apoyo del programa para observar posibles diferencias que revelen contextos y necesidades específicas.

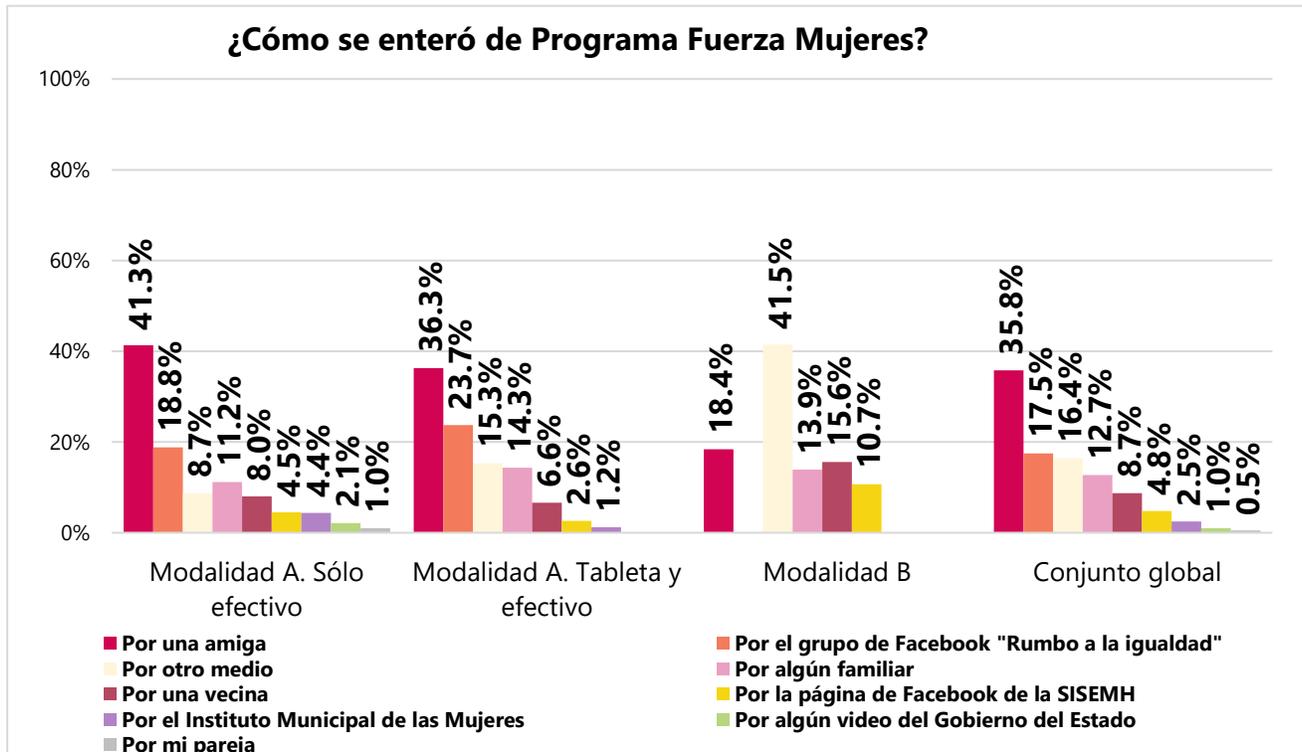
### Percepción del Programa

La encuesta deja claro que, para las beneficiarias que participaron en el programa durante el año 2021, la principal vía de difusión sobre la existencia del Programa de Fuerza Mujeres fue la recomendación o de "boca en boca" por sus redes de amistad, pues más de una de cada tres (35.8%) conoció el programa de esta forma. En segundo lugar, se encuentra el grupo de Facebook llamado

“Rumbo a la igualdad”, donde el 17.5% de las beneficiarias tuvieron su primer acercamiento con el Programa.

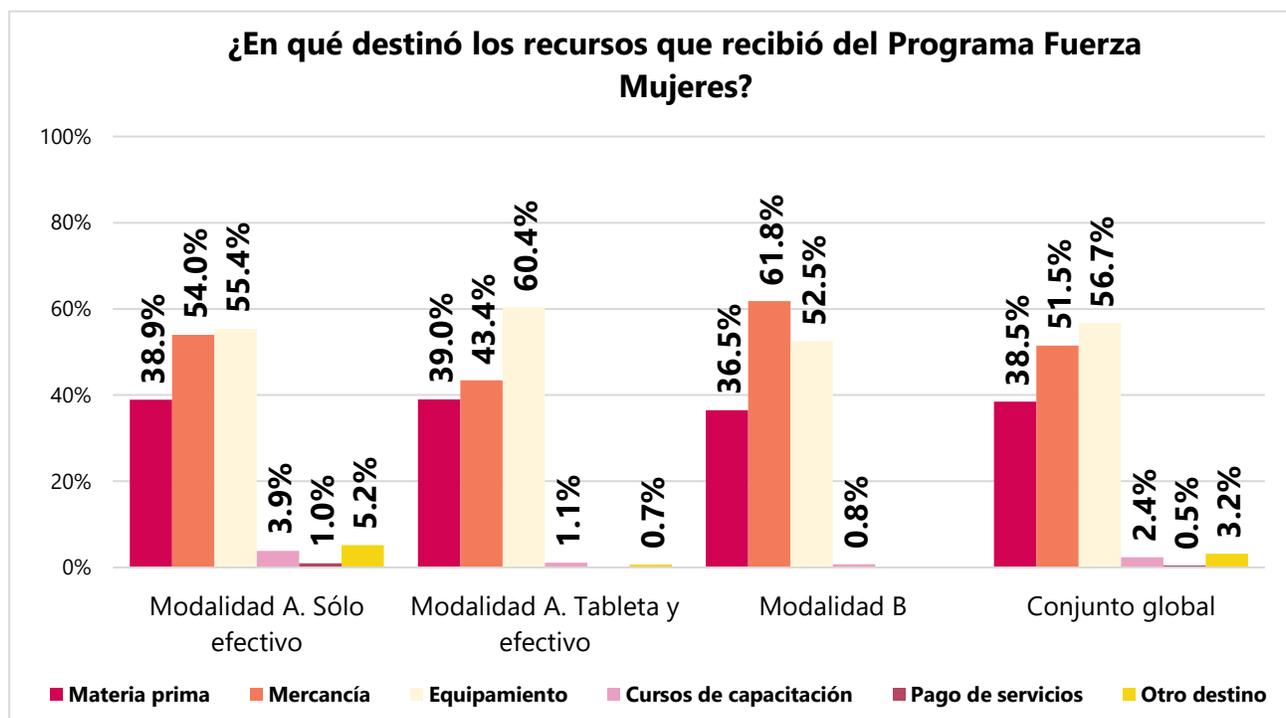
Aunque se encuentra en tercer lugar, con una proporción muy cercana a la del grupo de Facebook, la respuesta “Otro medio” con el 16.4% tiene una importancia diferenciada entre las beneficiarias de cada modalidad y esquema. Mientras que en la modalidad “A” se agrupan en esta respuesta menciones como el ayuntamiento del municipio, algún trabajador o trabajadora del propio ayuntamiento, el DIF, o alguna persona conocida, es un medio de difusión de poca relevancia para quienes participan en el esquema de sólo efectivo y ligeramente más importante para aquellas que también recibieron una tableta (8.7% y 15.3% respectivamente); por su parte, en la modalidad “B” fue la respuesta más frecuente en que las beneficiarias se enteraron de la existencia del programa, detallando que esta respuesta refiere principalmente a las Casas Comunales Indígenas de su localidad y en un segundo término a alguna o algún funcionaria(o) municipal que les comentó sobre la existencia del Programa. Cabe resaltar que en esta modalidad “B” ninguna beneficiaria se enteró del Programa a través del grupo de Facebook, sugiriendo el poco alcance de difusión que estos medios tienen para este grupo poblacional.

**Gráfica 1.** Porcentaje de beneficiarias que se enteraron de la existencia del Programa Fuerza Mujeres por medio de difusión, modalidad y esquema del beneficio.



Al explorar el destino del recurso que recibieron, más de la mitad de las beneficiarias refirieron que lo usaron en equipamiento (56.7%) y mercancías (51.5%) para su negocio. En tercer lugar, con una proporción ligeramente menor, se mencionó la materia prima (38.5%), aunque esta disminución porcentual puede deberse a que la cantidad de emprendimientos que conllevan un proceso de transformación son menos frecuentes en comparación con aquellos de compraventa. Observando lo anterior es claro que, en la mayoría de las ocasiones, el beneficio recibido se utiliza en activos fijos o circulantes del negocio, mientras que rubros como el pago de servicios o capacitaciones (0.5% y 2.4% respectivamente) que podrían entenderse como activos diferidos o aquellos que sirven para sostener a largo plazo la actividad económica, generalmente no se ven impactados por el recurso del programa.

**Gráfica 2.** Porcentaje de beneficiarias que utilizaron el recurso recibido para cada destino por modalidad y esquema del beneficio.



Respecto a la capacitación que ofrece el programa, se pidió a las beneficiarias participantes en la encuesta que evaluaran en una escala del uno al diez los resultados en cuanto a aspectos relacionados con mejorar el manejo de su negocio, reconocimiento de los derechos de las mujeres, aprender a manejar los medios digitales para su negocio, manejar su tarjeta bancaria, facilitar el acceso a herramientas o recursos necesarios para su emprendimiento, mejora de la suficiencia de los ingresos para satisfacer necesidades de gasto y toma de decisiones relevantes para su vida personal o negocio. En general, las mujeres valoran muy positivamente lo logrado en todos los rubros mencionados, pues califican cada uno de ellos con promedios altos que oscilan entre 9 y 9.5.

Existe una pequeña diferencia negativa en la calificación promedio que las beneficiarias de la modalidad "B" otorgaron a los resultados obtenidos en el programa, especialmente en aspectos relativos a facilitar el acceso a herramientas o recursos necesarios para su negocio o emprendimiento, aprender el manejo de medios digitales para su negocio y el manejo de su tarjeta bancaria, donde esta distancia se marca lo suficiente como para que la calificación promedio descienda por debajo del nueve (8.9, 8.7 y 8.4 respectivamente).

### Acceso a internet y usos más frecuentes

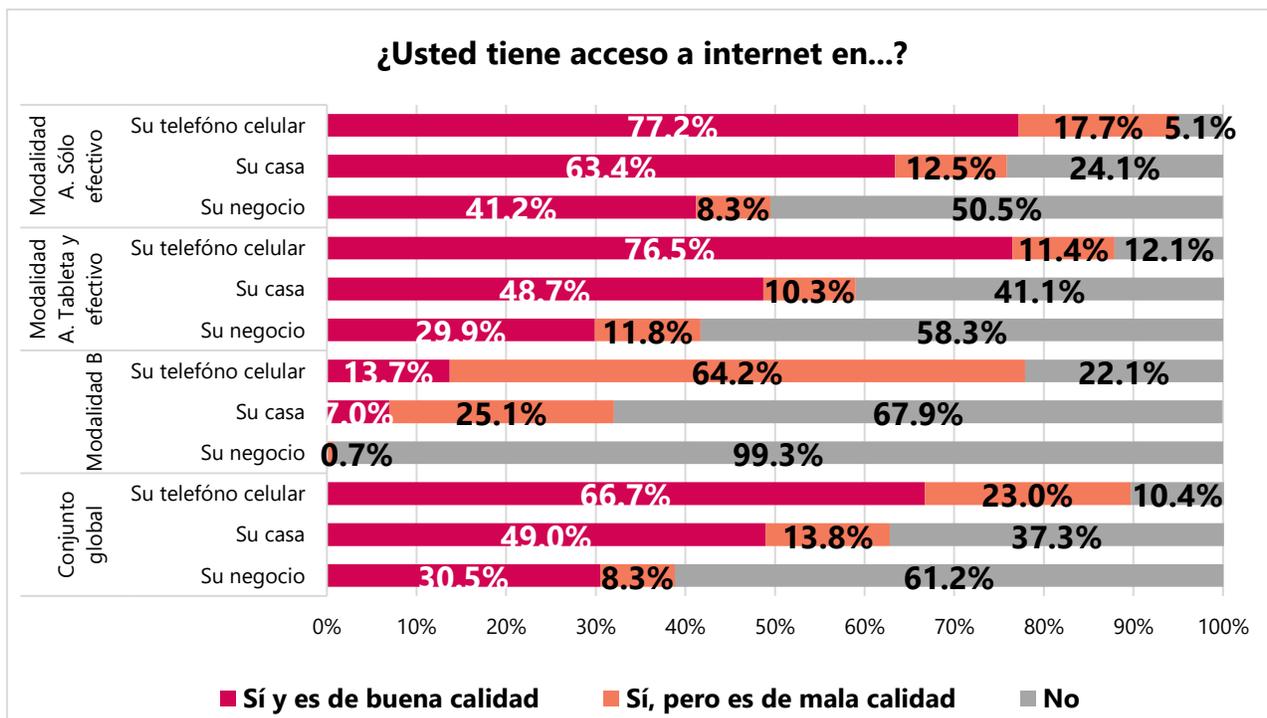
El principal medio desde el cual las mujeres beneficiarias pueden acceder a internet es su teléfono celular, es decir, una conexión móvil que relega en segundo término los accesos fijos que pueden realizarse en sitios como su casa o su negocio. Aunque de acuerdo con lo referido por las participantes el acceso, a internet desde su teléfono es de buena calidad, generalmente la oferta para las conexiones desde celular presenta límites en la cantidad de datos que pueden descargarse cada mes, una característica que podría convertirse en un obstáculo en escenarios de alta demanda de datos (reproducción de videos en alta calidad, uso de la función de guía en los mapas virtuales). Aunado a lo anterior, caber resaltar que de las beneficiarias de la modalidad "B" para quienes también es más común acceder a internet desde su celular, sólo el 13.7% refiere tener una buena conexión, el 64.2% mencionó que cuenta con la conexión, pero es de mala calidad.

La proporción de mujeres de la modalidad "A" que cuenta con acceso a internet de buena calidad en su casa disminuye significativamente, rondando el 50%, y en el caso del negocio la caída en la proporción es aún mayor, llegando a una proporción aproximada de una de cada tres (el 29.9% y el 42.2% para los esquemas de sólo efectivo y tableta/efectivo, respectivamente). Caso especial son las beneficiarias de la modalidad "B" donde las conexiones fijas desde casa son pocas (25.1%) y de mala calidad, mientras que en su negocio son prácticamente nulas (0.7%)

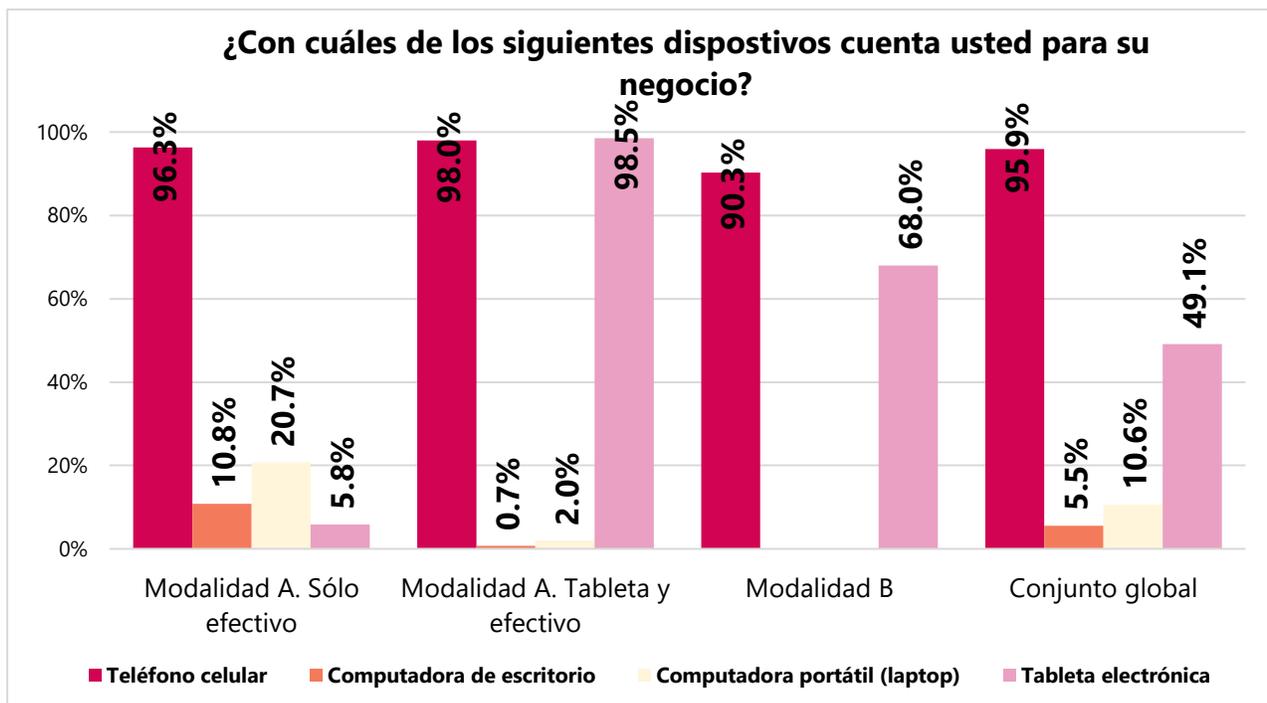
En íntima relación con lo anteriormente mencionado, el celular es el dispositivo electrónico con el que prácticamente la totalidad de las mujeres (95.9%) cuenta para apoyarse en las tareas de su negocio y podría decirse que sería el único, pues sólo una de cada diez cuenta con computadora portátil (10.6%) y la mitad de esta proporción con una computadora de escritorio (5.5%). Es aquí una de las dimensiones donde cobra mayor relevancia el apoyo en especie entregado por el programa, pues en los esquemas donde se incluía la tableta electrónica este dispositivo se suma a las herramientas utilizadas en el negocio o emprendimiento, bajo este es esquema, 98.5% de la modalidad "A" utiliza el dispositivo en su negocio y 68.0% de la modalidad "B" hace lo respectivo<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Aunque en la modalidad "B", sólo el 10.7% no había recibido aún la tableta electrónica al momento de aplicación de la encuesta telefónica, aproximadamente un 21.3% de este grupo también respondió que no cuenta con tableta para su negocio debido a que no sabían utilizarla para llevar a cabo tareas relacionadas con su emprendimiento.

**Gráfica 3.** Porcentaje de beneficiarias que cuentan con acceso a internet desde cada lugar por modalidad y esquema.

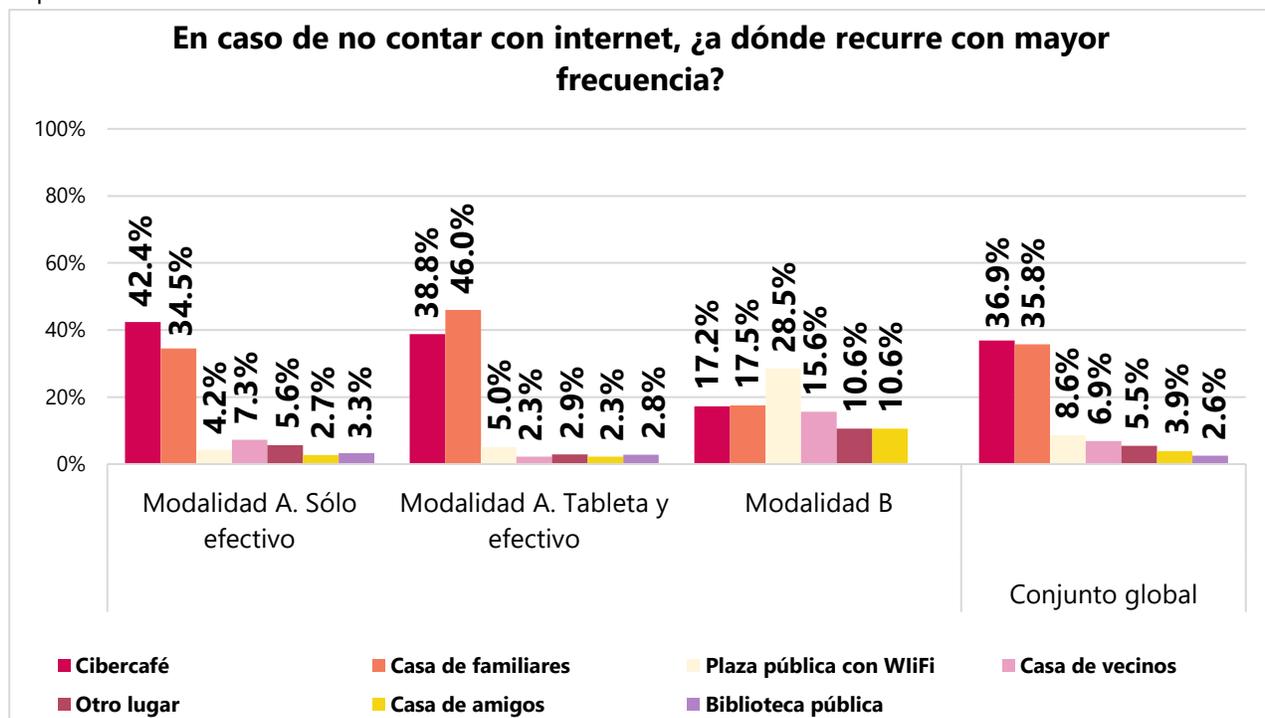


**Gráfica 4.** Porcentaje de beneficiarias que cuentan con cada dispositivo electrónico por modalidad y esquema.



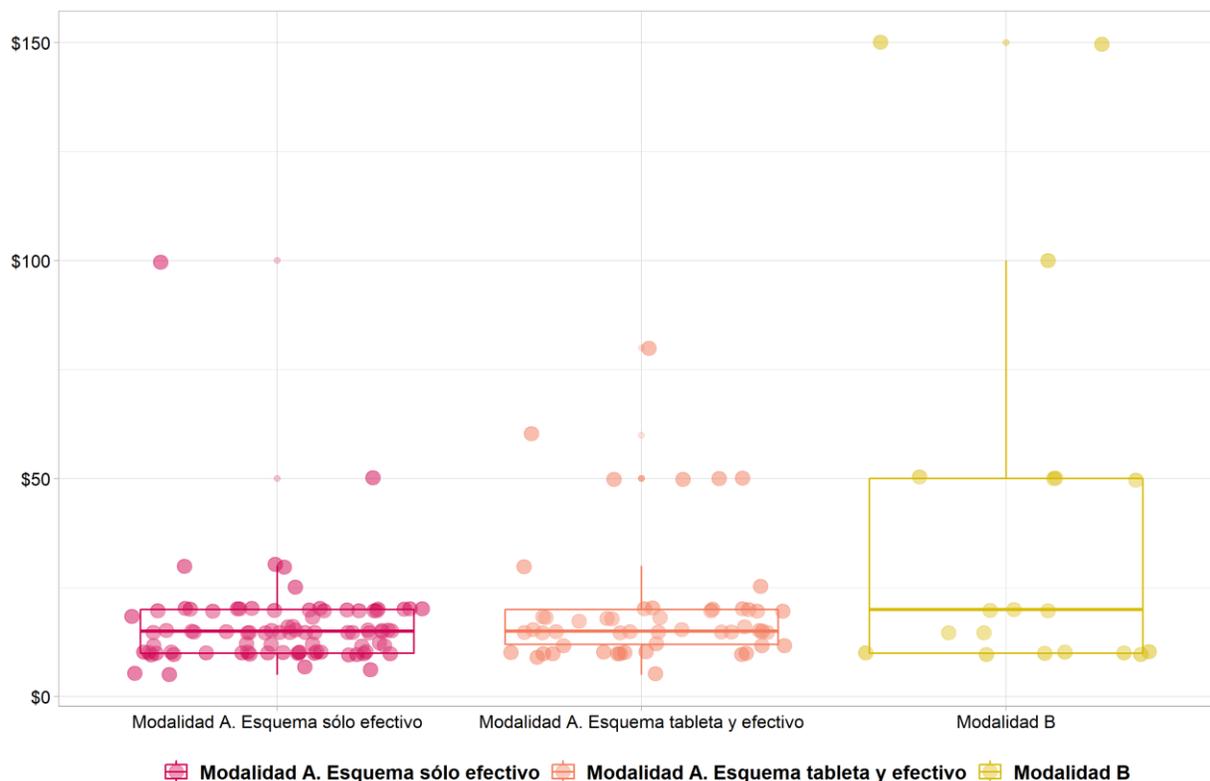
En las situaciones donde las beneficiarias no cuentan con acceso a internet recurren con mayor frecuencia a un cibercafé (36.9%) o la casa de algún familiar con internet (35.8%). Esta situación predomina en la modalidad "A", sin embargo, el grupo de la modalidad "B" se apoya principalmente en la señal Wifi disponible en alguna plaza pública, pues más de una de cada cuatro (28.5%) participantes lo refiere así, dejando en segundo término el cibercafé y los familiares (17.2% y 17.5% respectivamente). Es también en la modalidad "B" donde opciones de otros lugares agrupan las respuestas como "acudo a un poblado cercano" y "acudo al centro comunitario" tienen mayor relevancia, pues alrededor de una de cada diez (15.6%, 10.6% y 10.6% respectivamente) menciona dichos sitios, en comparación con la modalidad "A" quienes lo hacen en proporciones mucho más bajas.

**Gráfica 5.** Porcentaje de beneficiarias acuden a cada sitio cuando no cuentan con internet por modalidad y esquema.



La relativa baja popularidad del uso de los cibercafé por las beneficiarias de la modalidad "B" puede entenderse mejor si se observan los costos por hora de dicho servicio. Aunque en la mayoría de los casos el precio ronda entre los \$10 y \$15 pesos, en los lugares de residencia de las mujeres de la modalidad "B" es donde más variación hay en dicha cantidad y donde más alto puede llegar a costar alcanzando hasta los \$150 pesos por hora, lo cual queda plenamente representado en el promedio (\$16.2 para la modalidad "A" en el esquema sólo efectivo, \$19.8 para la modalidad "A" en el esquema tableta y efectivo, y \$40 para la modalidad "B").

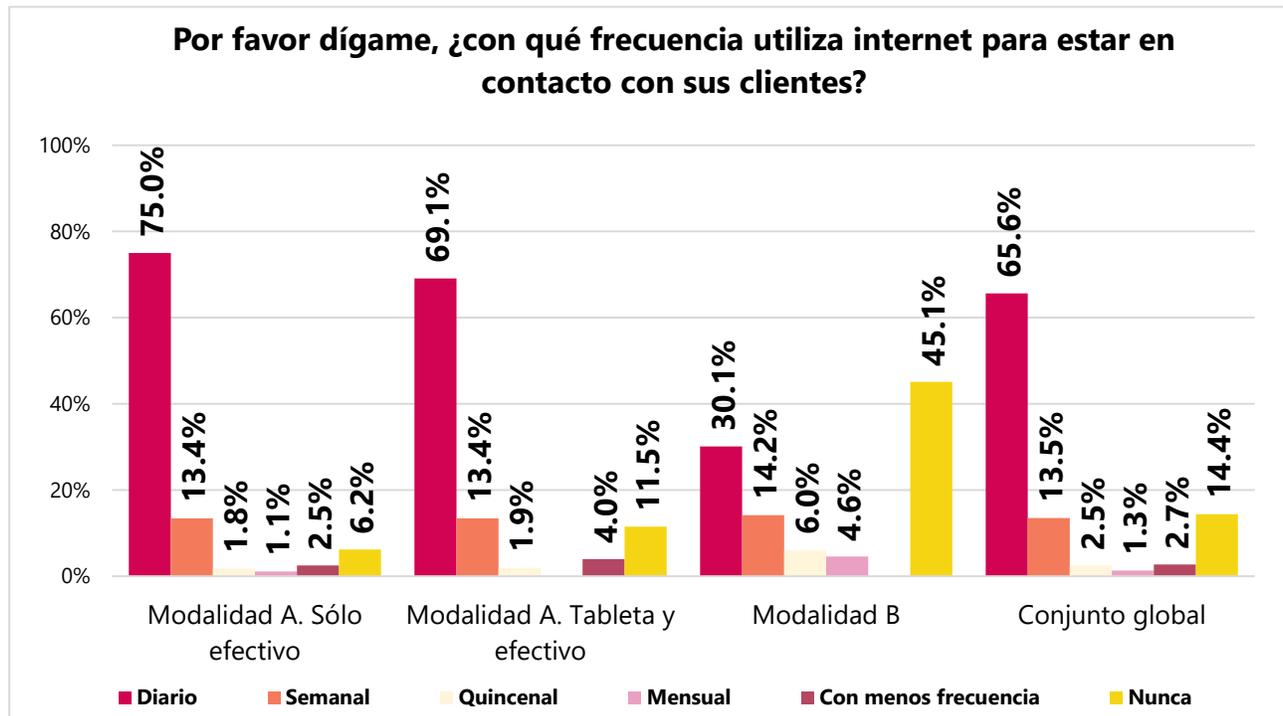
**Gráfica 6.** Distribución de precios por hora de internet referidos por las beneficiarias por modalidad y esquema. **En ese lugar que acaba de mencionar, ¿cuánto le cuesta la hora por acceso a internet?**



Respecto a los usos que las mujeres beneficiarias le dan al internet se pueden dividir en tres grupos de acuerdo con la frecuencia en que se llevan a cabo, considerando actividades en internet con un uso alto, medio y bajo. A su vez, cada una de estas agrupaciones presenta variaciones principalmente en función de la modalidad del programa, pues probablemente debido al contexto social y de infraestructura, en la modalidad "B" hay diferencias significativas en la frecuencia de los usos de internet.

Dentro de los usos que con mayor frecuencia hacen las mujeres de internet se encuentran: estar en contacto con sus familiares, con sus amistades y con sus clientes. Las dos primeras mantienen proporciones consistentes al observar las respuestas agrupadas por modalidad y esquema, la mayoría lo realiza de forma diaria (entre 60.0% y 70.0%); por su parte, el contacto con los clientes presenta diferencias para las beneficiarias de la modalidad "B", pues en este grupo menos de una de cada tres (30.1%) contacta de forma diaria a sus clientes, e incluso casi la mitad (45.1%) no lo hace nunca.

**Gráfica 7.** Distribución porcentual de la frecuencia con que las beneficiarias utilizan el internet para estar en contacto con sus clientes por modalidad y esquema.

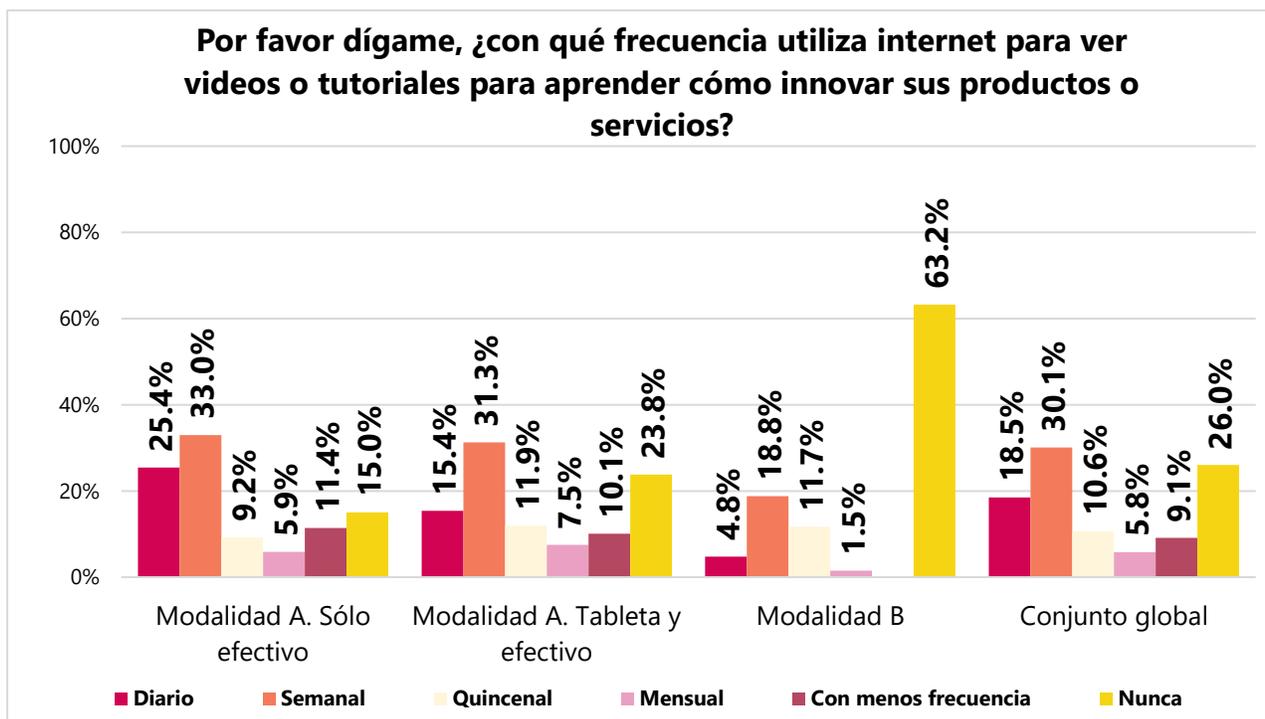


En cuanto a los usos de internet con frecuencia media, las beneficiarias refirieron acciones como leer noticias sobre lo que sucede en el país, estado o municipio, promover sus productos y servicios en redes sociales como Facebook o Instagram, estar en contacto con sus proveedores, conseguir precios más baratos, conocer negocios similares al suyo y aprender cómo innovar sus productos o servicios.

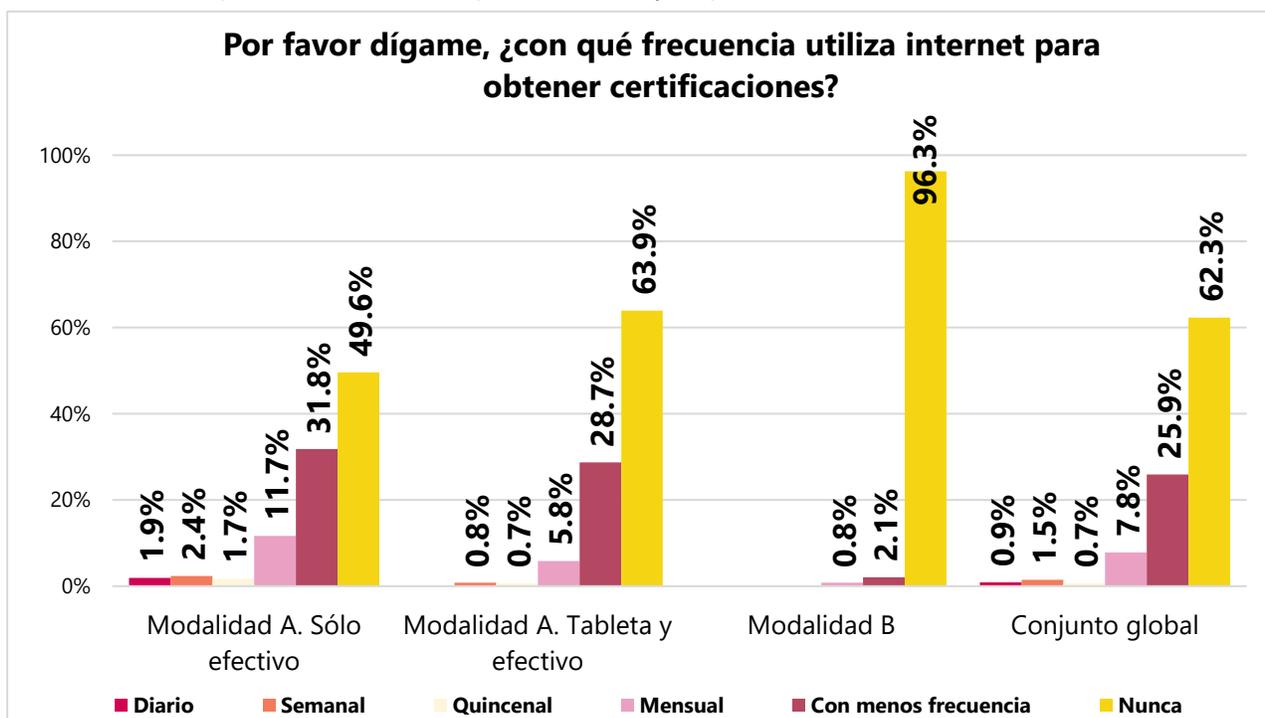
Estas actividades se caracterizan por presentar en el grupo de la modalidad "A" proporciones similares para las frecuencias diaria y semanal, rondando el 25% o 30% para cada respuesta, mientras que las frecuencias más espaciadas como "quincenal", "mensual" e incluso "con menos frecuencia" alcanzan porcentajes de alrededor del 10%. Las beneficiarias de la modalidad "B" se distinguen claramente en estos usos de internet pues, con excepción de leer noticias, en todas las actividades de este conjunto prima la respuesta "nunca" rondando entre el 70% u 80%, lo que es un reflejo del acceso restringido a internet.

Finalmente, los usos de internet que en general las beneficiarias realizan con menor frecuencia son tomar capacitaciones y obtener certificaciones. En estos usos, las beneficiarias coinciden en que lo más común es nunca realizar dicha actividad, proporción que ronda el 50% en ambos esquemas de la modalidad "A", mientras que en la modalidad "B" se acentúa hasta alcanzar prácticamente la totalidad (96.3%). Las pocas mujeres que sí llevan a cabo capacitaciones o certificaciones lo hacen con una frecuencia menor a la mensual.

**Gráfica 8.** Distribución porcentual de la frecuencia con que las beneficiarias utilizan el internet para aprender cómo innovar sus productos o servicios por modalidad y esquema.



**Gráfica 9.** Distribución porcentual de la frecuencia con que las beneficiarias utilizan el internet para aprender cómo innovar sus productos o servicios por modalidad y esquema.



## Consulta y apropiación de los materiales de capacitación del programa

También se preguntó sobre los materiales de capacitación, específicamente en torno a los seis videos que estaban precargados en la tableta electrónica, o bien, a los cuales se podía acceder en línea a través de un vínculo proporcionado por la SISEMH. Se encontró una brecha muy amplia entre la proporción de las beneficiarias de la modalidad "A" que vieron los videos y las que no según el esquema de apoyo. Las beneficiarias del esquema 1 que incluía la tableta electrónica mostraron un porcentaje mucho más alto de exposición a los contenidos de capacitación que quienes optaron por el esquema 2 que no incluía la tableta electrónica. En el primer caso, quienes contaron con la tableta del Programa solamente alrededor del 25% no vio los videos, mientras que quienes no tenían la tableta rondó entre el 50 y 89% que no los vio.

También llama la atención la proporción de beneficiarias en la modalidad "B" que no vieron los videos pues, a pesar de que dicha modalidad incluye la tableta como parte del apoyo, los porcentajes de quienes no conocen el material son similares a los de la modalidad "A" que no recibieron tableta electrónica, teniendo un rango desde el 50% hasta el 85% que admite no haber visto los videos. Esta situación muestra que existen diversos factores que inciden en la apropiación por las mujeres del material de capacitación. Aunque en la modalidad "A" la diferencia del esquema de apoyo seleccionado genera un efecto de mayor acercamiento a los videos para quienes recibieron tableta, en la modalidad "B" no sucede lo mismo, quienes en las entrevistas y grupos focales mencionaron que su capacitación fue muy corta, además de las condiciones del contexto donde el acceso a internet y en general a los medios digitales es mucho más escaso.

Al observar el detalle de quienes sí vieron los videos de capacitación, se aprecian las similitudes y diferencias entre las modalidades y esquemas al expresar sus preferencias de los videos apreciados como los más útiles para su vida o negocio. El video titulado "Cuando eras niña" fue considerado como el video más útil con mayor frecuencia en todos los grupos según modalidad y esquema. En un segundo término los materiales titulados "Mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente" y "¿Vives alguna situación de violencia? No estás sola" destacan especialmente para el grupo de beneficiarias de la modalidad "A" del esquema que incluye tableta y efectivo.

Del mismo modo, se le pidió a las encuestadas que seleccionaran un segundo video que consideraran de mayor utilidad. En esta categoría el video "¿En qué uso mi tiempo?" destaca acumulando el mayor número de menciones como el segundo más útil en todos los grupos. Similar a la categoría anterior, dos materiales más resaltan, pues resultaron significativos para el grupo de beneficiarias de la modalidad "A" del esquema que incluye tableta fueron: "Tus derechos sexuales y reproductivos" y "Cómo cuidarnos todas".

**Cuadro 4.** Porcentaje de beneficiarias que vieron y que no vieron los materiales audiovisuales de capacitación por modalidad y esquema.

**Respecto a los videos contenidos en su tableta o en el enlace que le proporcionó la SISEMH, ¿cuáles fueron los dos que más le han servido para su vida o negocio?**

		Modalidad A. Sólo efectivo	Modalidad A. Tableta y efectivo	Modalidad B.	Conjunto global
		Porcentaje de quienes <b>SÍ VIERON</b> cada video			
<b>Es el más útil</b>	Cuando eras niña	31.4%	77.9%	36.5%	48.9%
	¿En qué uso mi tiempo?	11.4%	8.0%	4.8%	9.1%
	Mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente	26.3%	70.6%	19.0%	41.0%
	Tus derechos sexuales y reproductivos	3.3%	23.5%	5.8%	10.9%
	¿Vives alguna situación de violencia? No estás sola	17.5%	52.7%	13.3%	29.5%
	Cómo cuidarnos todas	9.9%	24.0%	4.9%	14.2%
<b>El segundo más</b>	Cuando eras niña	16.7%	9.5%	12.9%	13.5%
	¿En qué uso mi tiempo?	28.2%	67.4%	1.3%	40.7%
	Mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente	26.6%	16.0%	14.1%	20.8%
	Tus derechos sexuales y reproductivos	7.2%	50.3%	18.0%	24.4%
	¿Vives alguna situación de violencia? No estás sola	12.7%	21.9%	11.0%	15.7%
	Cómo cuidarnos todas	8.4%	51.1%	10.0%	24.0%
		Porcentaje de quienes <b>NO VIERON</b> los videos			
<b>No los vi</b>	Cuando eras niña	51.9%	12.6%	50.6%	37.6%
	¿En qué uso mi tiempo?	60.4%	24.6%	76.9%	50.2%
	Mi casa y mi negocio cuidan el medio ambiente	47.1%	13.4%	66.8%	38.2%
	Tus derechos sexuales y reproductivos	89.5%	26.2%	76.3%	64.7%
	¿Vives alguna situación de violencia? No estás sola	69.8%	25.4%	75.7%	54.8%
	Cómo cuidarnos todas	81.7%	24.9%	85.0%	61.9%

Con los materiales de capacitación de la plataforma Kolibrí se realizó el mismo ejercicio, solicitando a las beneficiarias que seleccionaran el más útil y el segundo más útil. Al igual que con los materiales de capacitación, la diferencia es amplia entre quienes sí revisaron los temas y quienes no lo hicieron cuando se comparan los esquemas de la modalidad "A", siendo más vistos por aquellas mujeres que recibieron tableta como parte del apoyo. Asimismo, la proporción de mujeres pertenecientes a la modalidad "B" que no revisaron los temas es muy similar a quienes no recibieron tableta de la modalidad "A".

Dentro de los temas del bloque Kolibrí, el más valorado por todas las beneficiarias fue el llamado "Proyecto de vida", siendo elegido por el 40.5% de las mujeres. Cabe destacar el tema "Cómo vender, ser rentable y cuidar mi entorno", el cual fue particularmente útil para las beneficiarias de la modalidad "A" en el esquema de tableta y efectivo, siendo elegido el más útil por el doble de las participantes de los otros grupos.

En segundo lugar de utilidad se posiciona el tema "Herramientas para mi emprendimiento", el cual de forma consistente es referido como tal por todas las beneficiarias. Nuevamente hay un segundo tema que, si bien no tiene una preferencia hegemónica para ocupar el segundo puesto, sí hubo un grupo de mujeres para quienes fue significativamente más útil el tema de "Comprobación de gastos, el SAT y las ventas" que fue apreciado particularmente por las beneficiarias de la modalidad "A" en el esquema tableta y efectivo.

El análisis realizado permite también conocer cuáles fueron los videos y temas de capacitación menos vistos por las beneficiarias. Estos fueron "Tus derechos sexuales y reproductivos" y "Cómo cuidarnos todas" superan la proporción de tres de cada cinco mujeres que no los vieron (64.7% y 61.9% respectivamente). Para los temas contenidos en Kolibrí, son tres los que se acercan al 70% de beneficiarias que no revisaron su contenido, estos fueron: "Perspectiva de género" (69.3%), "Desarrollo humano" (67.9%) y "Comprobación de gastos, el SAT y las ventas" (67.1%).

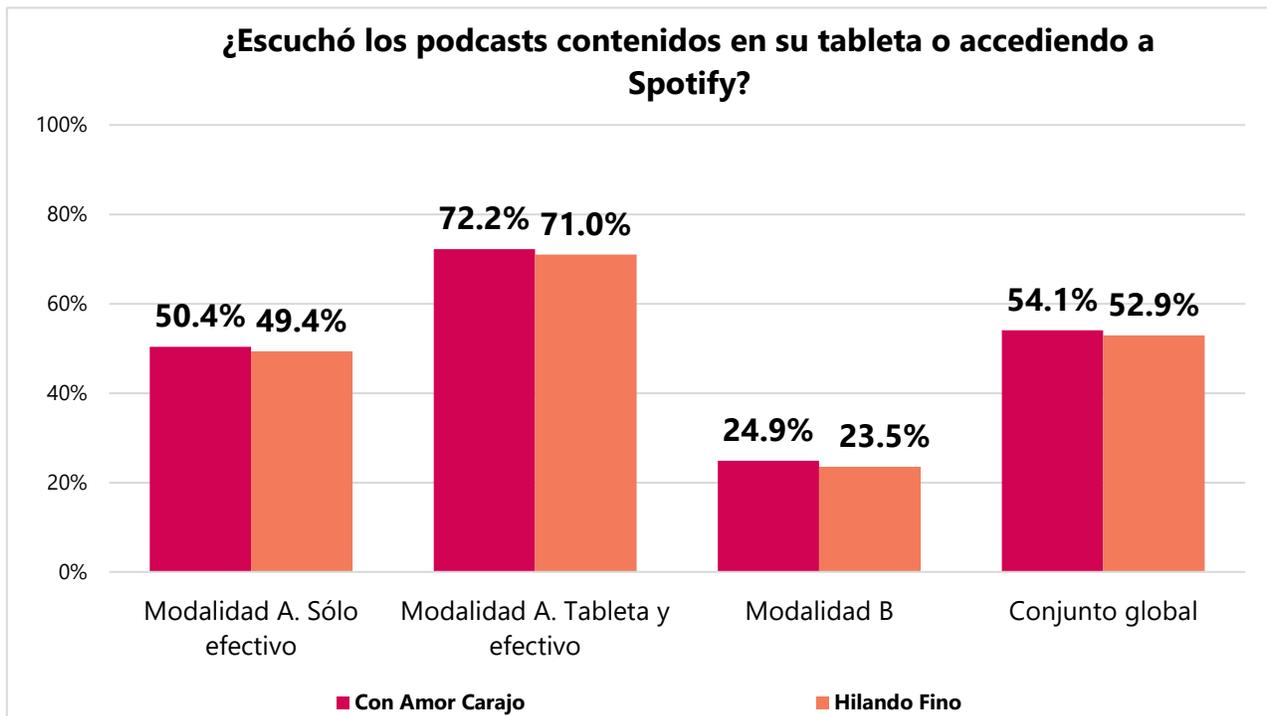
De manera consistente, la correlación que se presenta entre el esquema que incluye la tableta y el mayor acercamiento a los contenidos de capacitación del programa, se repite con los podcasts "Con Amor Carajo" e "Hilando Fino" que refleja nuevamente una diferencia significativa entre los grupos de beneficiarias en la modalidad "A" con esquema de sólo efectivo y aquellas en la misma modalidad pero que recibieron tableta electrónica, de estas últimas siete de cada diez refirió que escuchó los audios, mientras que las primeras lo hicieron en una proporción aproximada de una de cada dos, marcando una diferencia aproximada de 20 puntos porcentuales. Para la modalidad "B" sólo aproximadamente una de cada cuatro tuvo oportunidad de escuchar este material, aunque como se mencionó con anterioridad, en este grupo las condiciones de infraestructura y contexto social parecen tener un impacto determinante en el acceso a materiales y recursos digitales.

**Cuadro 5.** Porcentaje de beneficiarias que vieron y que no vieron los materiales audiovisuales de Kolibrí por modalidad y esquema.

**Y de los temas de capacitación de Kolibrí, ¿cuáles son los dos que le han sido más útiles?**

		Modalidad A. Sólo efectivo	Modalidad A. Tableta y efectivo	Modalidad B.	Conjunto global
		Porcentaje de quienes <b>SÍ VIERON</b> cada video			
<b>Es el más útil</b>	Proyecto de vida	19.2%	71.8%	33.9%	40.5%
	Comprobación de gastos, el SAT y las ventas	6.1%	22.9%	0.7%	11.3%
	Cómo vender, ser rentable y cuidar mi entorno	24.4%	<b>56.4%</b>	22.0%	35.5%
	Herramientas para mi emprendimiento	17.7%	38.8%	21.6%	25.9%
	Finanzas personales	20.6%	39.3%	5.2%	24.8%
	Desarrollo humano	4.3%	32.7%	4.2%	14.5%
	Perspectiva de género	4.7%	38.0%	0.0%	15.9%
<b>El segundo más útil</b>	Proyecto de vida	6.7%	8.0%	12.1%	8.0%
	Comprobación de gastos, el SAT y las ventas	7.1%	<b>50.0%</b>	2.1%	21.7%
	Cómo vender, ser rentable y cuidar mi entorno	21.5%	31.6%	24.4%	25.6%
	Herramientas para mi emprendimiento	<b>29.1%</b>	<b>44.9%</b>	<b>23.9%</b>	<b>33.9%</b>
	Finanzas personales	23.8%	40.7%	16.5%	28.7%
	Desarrollo humano	6.5%	39.7%	1.5%	17.6%
	Perspectiva de género	4.3%	33.5%	4.2%	17.8%
		Porcentaje de quienes <b>no vieron los videos</b>			
<b>No lo vi</b>	Proyecto de vida	<b>74.1%</b>	20.3%	54.0%	51.5%
	Comprobación de gastos, el SAT y las ventas	<b>86.8%</b>	27.1%	97.2%	67.1%
	Cómo vender, ser rentable y cuidar mi entorno	<b>54.1%</b>	11.9%	53.6%	38.9%
	Herramientas para mi emprendimiento	<b>53.2%</b>	16.3%	54.5%	40.2%
	Finanzas personales	<b>55.6%</b>	20.0%	78.4%	46.5%
	Desarrollo humano	<b>89.3%</b>	27.6%	94.3%	67.9%
	Perspectiva de género	<b>90.6%</b>	28.5%	28.5%	<b>69.3%</b>

**Gráfica 10.** Porcentaje de beneficiarias que escucharon los podcasts “Con Amor Carajo” e “Hilando Fino” por modalidad y esquema.



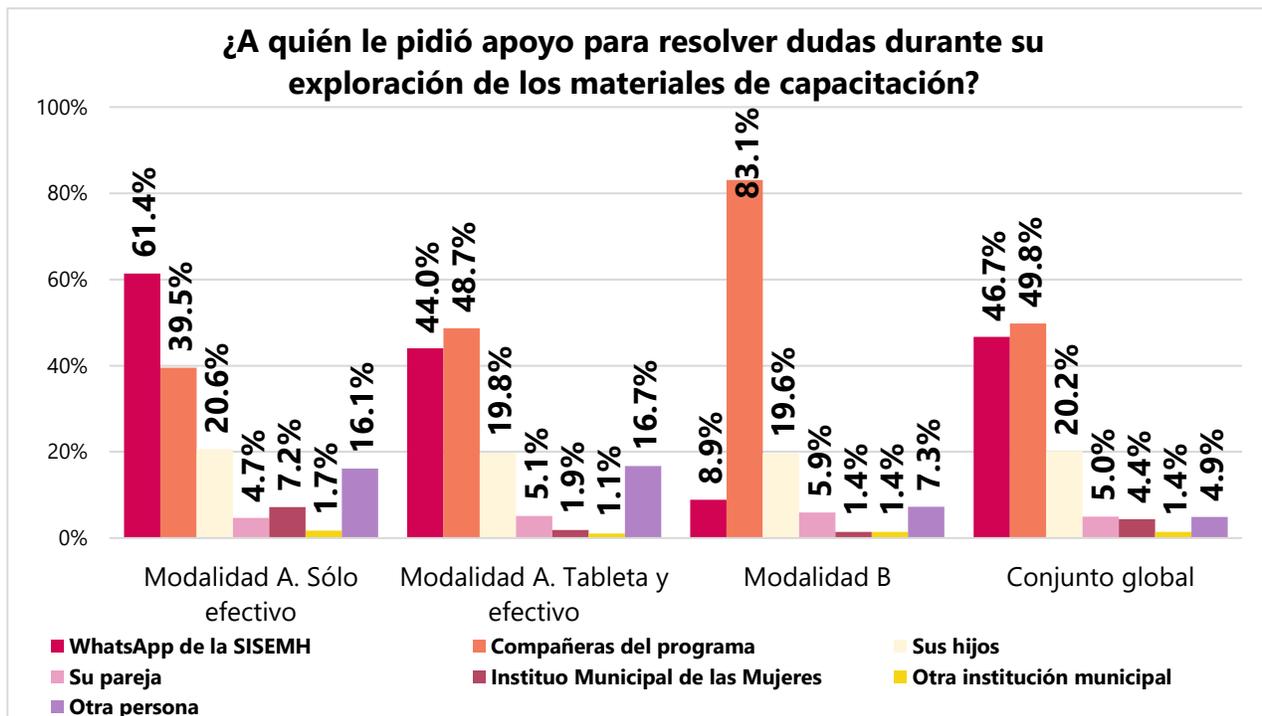
Los motivos por los cuales las mujeres participantes no escucharon los podcasts son los mismos y con frecuencias muy similares para todas las modalidades y esquemas. Aproximadamente siete de cada diez mujeres refirieron que no conocían la existencia de estos materiales, una de cada cinco dijo que, aunque sabía de su existencia no tiene acceso a Spotify o internet y cerca de unade cada diez refirió la falta de tiempo como la razón principal.

En cuanto a su utilidad, la mayoría (83.5%) señaló que encontró que los podcasts le sirvieron para mejorar su vida diaria, sin embargo, observando estas respuestas a nivel de grupos por modalidad y esquema, las beneficiarias de la modalidad “B” difieren, pues sólo el 48.4% encontró que el contenido de estos audios les sirvió mucho en su vida diaria, el resto se distribuye entre las respuestas “me sirvió en algo” (23.9%) y “me sirvió poco” (27.7%).

Se consultó a las beneficiarias acerca de las fuentes a las que recurrieron cuando se les presentó alguna duda durante la exploración de los materiales de capacitación. Las opciones mencionadas con mayor frecuencia fueron en el WhatsApp de la SISEMH y directamente con alguna conocida que también perteneciera al grupo de beneficiarias del programa, ambas fueron expresadas por aproximadamente una de cada dos mujeres. En un tercer lugar, aunque en una proporción significativamente más baja (20.2%), los hijos también fueron una fuente de información en donde las beneficiarias buscaron solventar sus inquietudes.

Nuevamente la modalidad "B" se distingue de la "A" mostrando una distribución de respuestas distinta. Para las mujeres indígenas, la fuente de información más importante en caso de alguna duda fueron otras compañeras beneficiarias del programa (83.1%), mientras que las hijas y los hijos ocuparon el segundo lugar, pero con una frecuencia mucho menor a la primera (19.6%).

**Gráfica 11.** Porcentaje de beneficiarias que escucharon los podcasts "Con Amor Carajo" e "Hilando Fino" por modalidad y esquema.



### Adopción e interés de medios y herramientas digitales para su negocio o emprendimiento

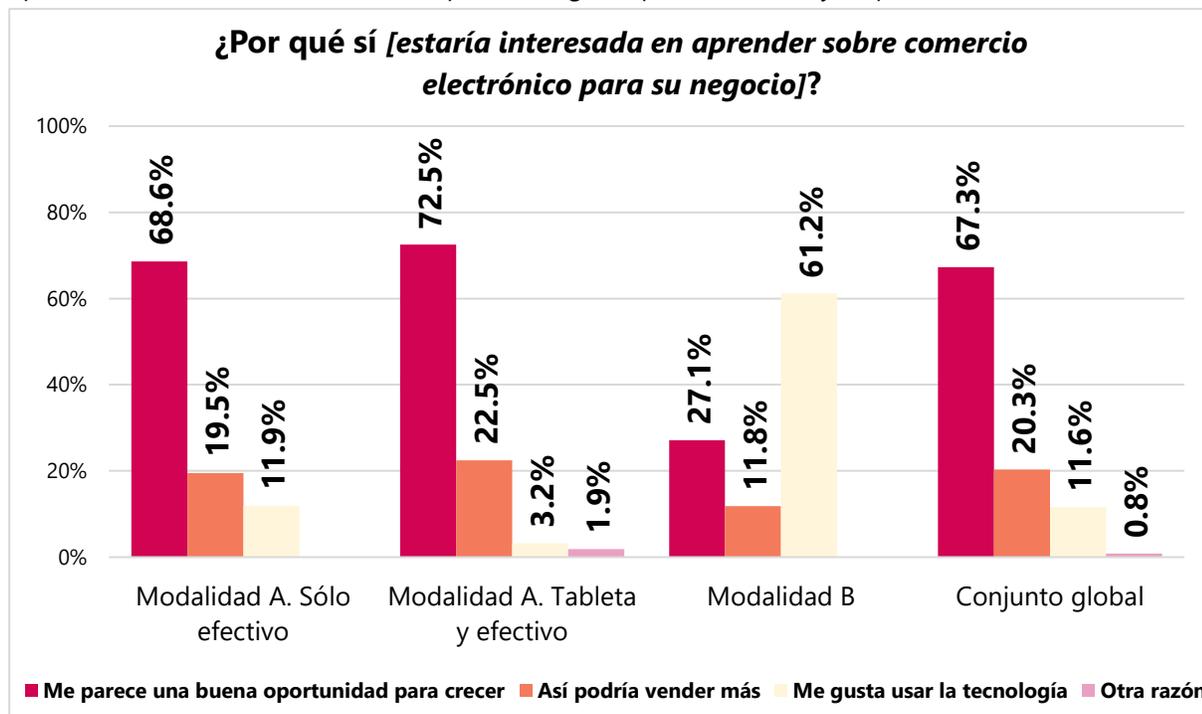
La adopción de programas o aplicaciones digitales para llevar a cabo los distintos procesos de sus negocios o emprendimientos es muy baja, menos de una de cada cinco (16.8%) mencionó que utiliza la paquetería Office para su negocio y en aplicaciones más especializadas como aquellas diseñadas para inventarios, contabilidad o gestión de proyectos, el acercamiento cae significativamente, llegando a rondar en tan sólo alrededor del 2.0% de beneficiarios que las utilizan.

En contraste, hay consenso entre las mujeres que manifiestan el entusiasmo por aprender sobre medios digitales, así lo refieren aproximadamente tres de cada cuatro (76.5%) beneficiarias quienes dicen tener mucho interés en este tema. Aunque en la modalidad "B" este interés decae un poco (67.0%), lo cual se explica por el nivel tan bajo de acceso a internet en donde las habilidades digitales no se pueden poner en práctica. En este mismo sentido, cuando se pregunta específicamente sobre

el tema del comercio electrónico, el interés se mantiene en la modalidad "A", pero en la "B" 63.3% de las mujeres dice no tener interés alguno en ello.

Lo anterior puede entenderse mejor al observar las razones que las beneficiarias señalan en torno a su interés por el comercio electrónico. Mientras que en la modalidad "A" la motivación más frecuente tiene que ver dimensionar esta alternativa como una buena oportunidad para crecer, las mujeres de la modalidad "B" se muestran abiertas a conocer sobre el comercio electrónico y mencionan el gusto que tienen por el uso de la tecnología. Por tanto, la principal motivación para las mujeres de la modalidad "A" está relacionada con las condiciones del mercado, es de carácter externo; en tanto que para la modalidad "B" es una razón más personal.

**Gráfica 12.** Distribución porcentual de las razones que las beneficiarias tienen para estar interesadas en aprender sobre comercio electrónico para su negocio por modalidad y esquema.

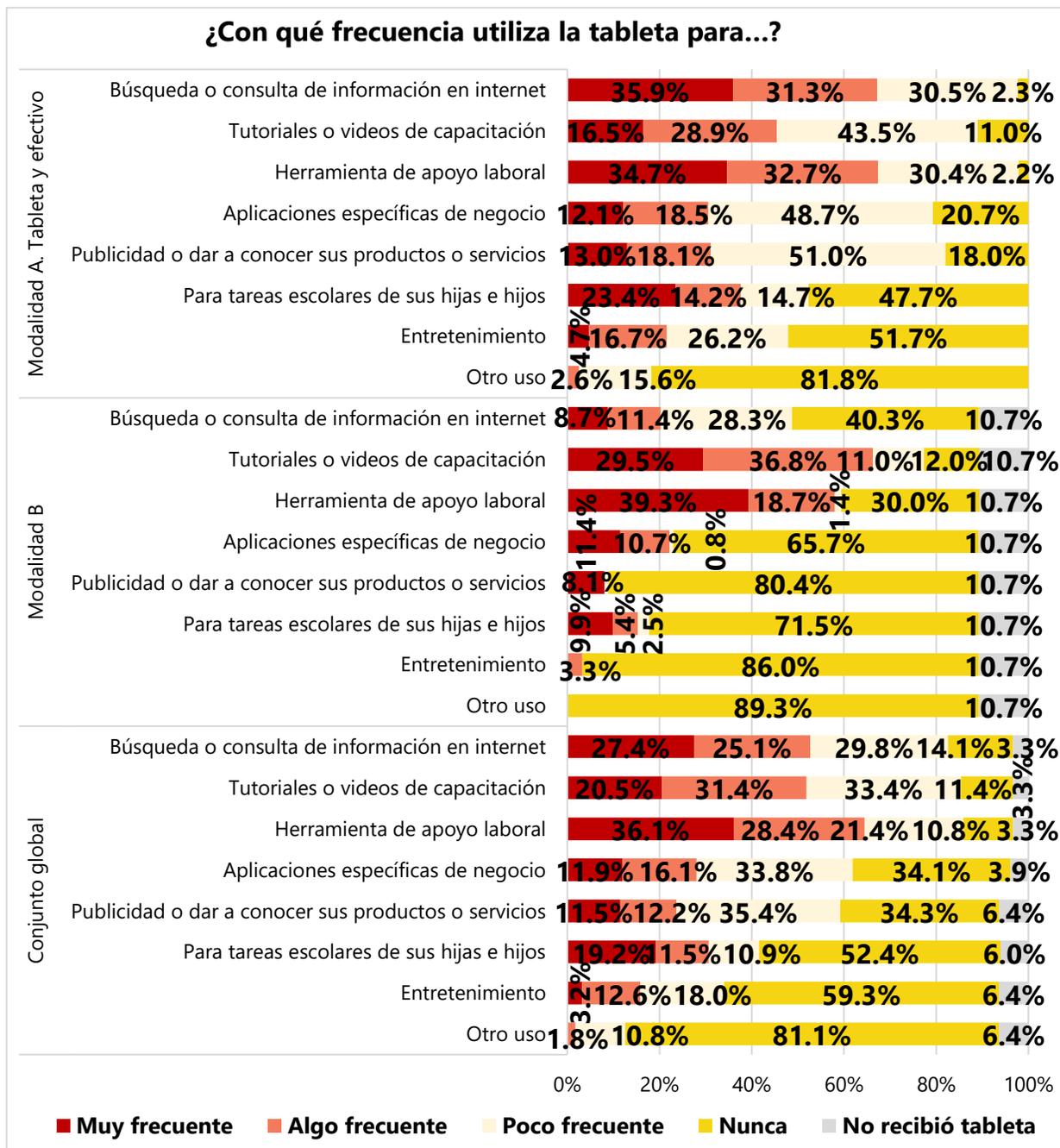


De forma complementaria, las beneficiarias de la modalidad "B" que mencionan no tener interés en el comercio electrónico refieren como principal razón el difícil o nulo acceso a internet con el que cuentan (81.9%), mientras que en el grupo de la modalidad "A" la razón más común para rechazar la idea de dicha modalidad de comercio es no contar con el conocimiento del uso de medios digitales (53.9%).

### Experiencia y uso de la tableta

Los reactivos de esta sección exploran el impacto que la tableta tiene para las beneficiarias, tanto en lo relativo a su negocio o emprendimiento, como para asuntos familiares o de su vida diaria. Por tanto, las preguntas de esta sección fueron respondidas únicamente por las beneficiarias cuya modalidad o esquema incluyó el apoyo en especie como parte del beneficio.

**Gráfica 13.** Distribución porcentual de la frecuencia con que las beneficiarias utilizan la tableta para distintos fines por modalidad y esquema.



Se identifican tres grupos de uso donde la tableta se incorpora con mayor frecuencia, el más frecuente es cuando el dispositivo funciona como herramienta de apoyo laboral, así lo refirió 64.5% de las beneficiarias, el segundo, que representa el 52.5% de las mujeres fue la realización de búsquedas o consultas de información en internet, aunque esta categoría presenta una diferencia significativa para cada modalidad. En la modalidad "B", el 20.1% la utiliza con mayor frecuencia, mientras que en la modalidad "A" se incrementa hasta el 67.2%. Finalmente, el tercer uso más frecuente fue el consumo de tutoriales o videos de capacitación, acción realizada con frecuencia por 51.9% y que, a diferencia del anterior tiene incluso mayor peso en la modalidad "B" que en la "A", donde la proporción alcanza el 66.3%.

Por su parte, los usos para tareas escolares de sus hijas e hijos, hacer publicidad o dar a conocer sus productos o servicios y con aplicaciones específicas para su negocio pueden agruparse como tareas que las beneficiarias realizan con su tableta con una frecuencia media. Entre el 25% y 30% de las mujeres mencionaron realizar estas tareas con mucha o algo de frecuencia y con excepción de las tareas escolares de sus hijos e hijas donde 52.4% no lo hace nunca, otra tercera parte lo hace con poca frecuencia y la tercera parte restante no lo hace nunca. Estos tres usos tienen en común que las beneficiarias de la modalidad "B" los realizan con menor frecuencia que las beneficiarias de la modalidad "A", principalmente en lo referente a la publicidad y las tareas de los menores de la familia.

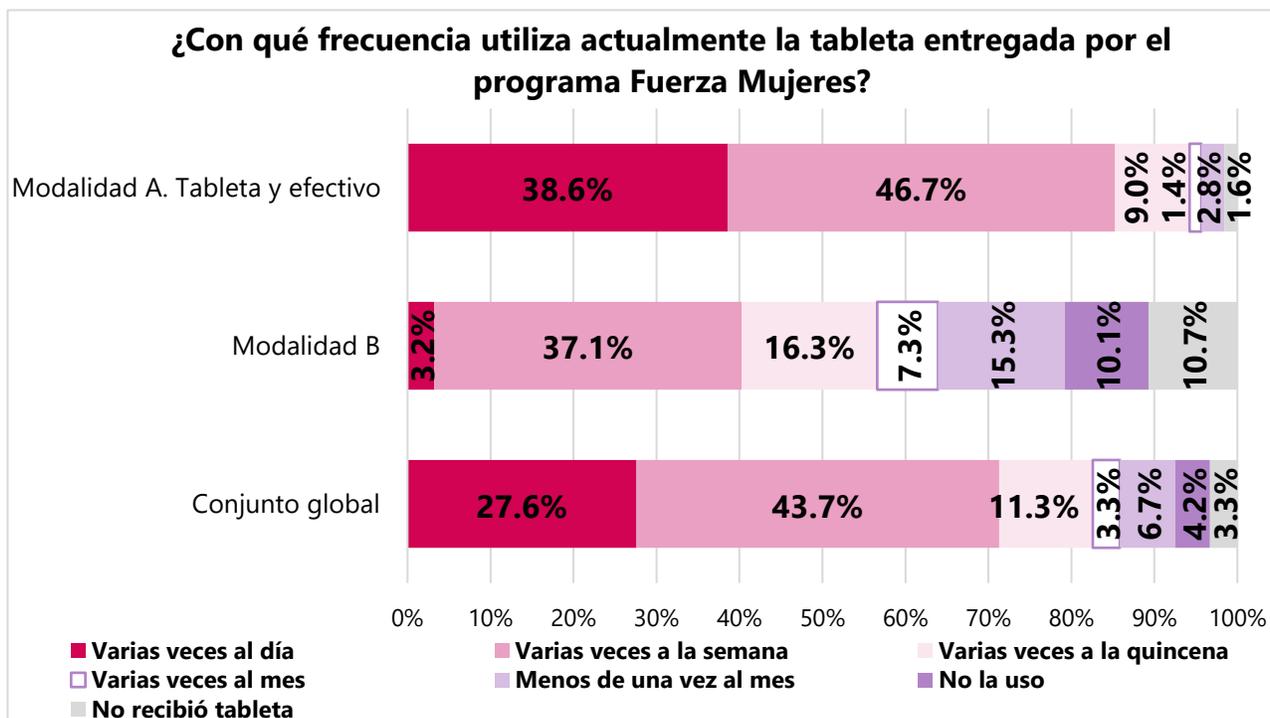
Finalmente, cabe mencionar que el entretenimiento es un uso que las beneficiarias le dan a la tableta con muy poca frecuencia, y quienes lo hacen son principalmente las mujeres que pertenecen al grupo de la modalidad "A" donde quienes lo hacen con algo o mucha frecuencia suman 21.4% del total, pues en las participantes de la modalidad "B" sólo el 3.3% de ellas refirió utilizarla de esta forma con "algo" de frecuencia.

Si la pregunta se plantea de forma general, es decir, explorando la frecuencia de uso de la tableta para cualquier finalidad, las beneficiarias que recibieron el dispositivo reflejan un uso intensivo. Más de siete de cada diez (71.3%) mencionó que realiza alguna tarea con la tableta varias veces al día (27.6%) o varias veces a la semana (43.7%) o, siendo otra proporción significativa, que lo hacen varias veces a la quincena (11.3%). Hay distinción cuando se desagrega esta pregunta por modalidad, las mujeres indígenas usan con menos frecuencia la tableta, la mayoría lo hace varias veces a la semana (37.1%) pero las frecuencias "menos de una vez al mes" (15.3%) y "no la uso" (10.1%) acumulan porcentajes considerables.

Es pertinente mencionar que una proporción importante de las mujeres pertenecientes a la modalidad "B" mencionaron a lo largo de la aplicación de la encuesta que aún no les habían entregado la tableta, en varios casos incluso solicitando información acerca de cómo continuar con el proceso de la entrega de su apoyo. Este grupo de beneficiarias se representa en las gráficas con la

categoría "No recibió tableta" y acumula el 10.7% del total de las encuestadas pertenecientes a la modalidad "B".

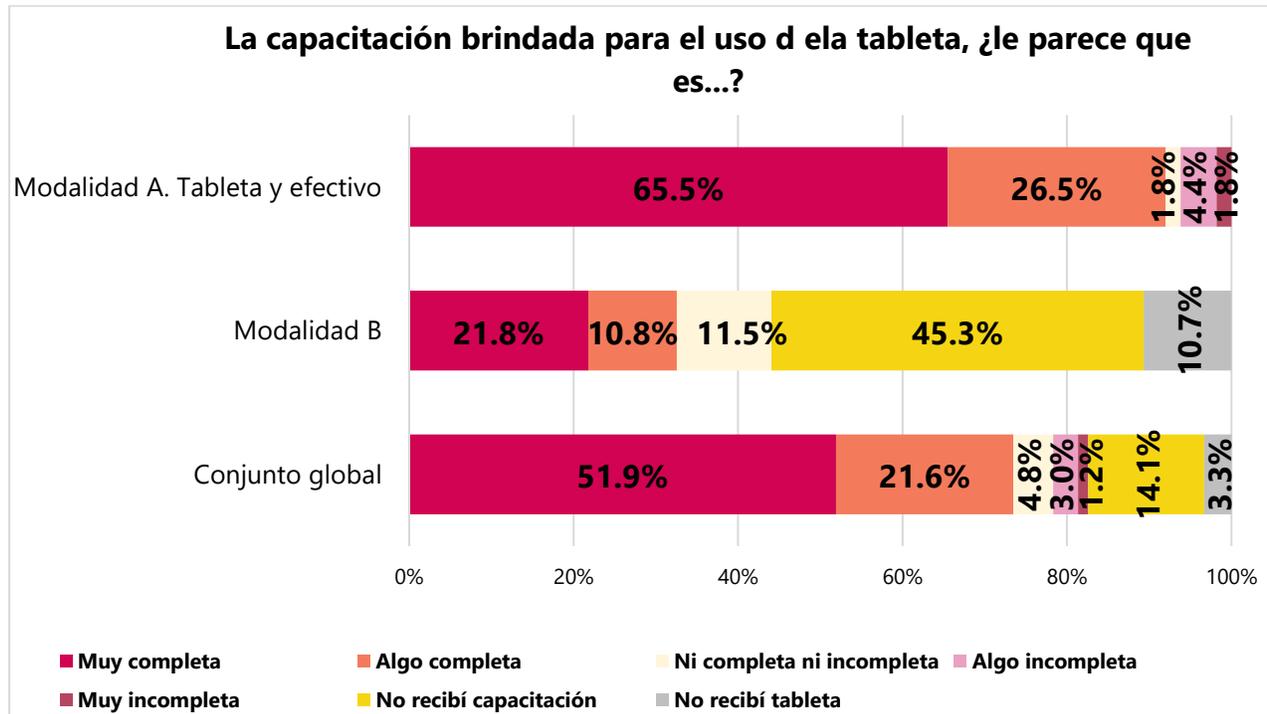
**Gráfica 14.** Distribución porcentual de la frecuencia con que las beneficiarias utilizan la tableta para distintos fines por modalidad y esquema.



Las participantes compartieron que en la mayoría de los casos ellas son usuarias exclusivas de la tableta (65.7%). En los casos donde se comparte, lo hacen principalmente con sus hijas o hijos (39.7%) y en muy pocos casos con su pareja (5.7%). Incluso, observando el detalle por modalidad, es evidente que compartir el uso del dispositivo con su pareja es un fenómeno que ocurre con un poco más de frecuencia en el grupo de mujeres indígenas o modalidad "B", donde lo hacen así el 14.0% de las beneficiarias, sin embargo, en la modalidad "A" esto ocurre tan sólo en el 1.9% de los casos.

Respecto a la capacitación recibida por las integrantes del programa para el manejo de la tableta, a pesar de que una lectura general podría sugerir que es satisfactoria ya que el 51.9% del total la describe como muy completa y el 26.5% lo hace como algo completa, empero, esta tendencia viene principalmente de las mujeres pertenecientes a la modalidad "A" pues en ellas estas proporciones son muy altas (65.5% y 26.5% respectivamente), pero en la modalidad "B" los porcentajes bajan significativamente (21.8% y 10.8%), esto debido a que casi la mitad de mujeres en esta modalidad indicó que no recibió una capacitación al respecto (45.3%) dejando entrever una cobertura que, más allá de los motivos que lo provocan, termina siendo desigual en función de la población que recibe el beneficio.

**Gráfica 15.** Distribución porcentual de la frecuencia con que las beneficiarias utilizan la tableta para distintos fines por modalidad y esquema.



Continuando con el tema de la capacitación, las beneficiarias presentan opiniones divididas respecto a si esta debe ser presencial o virtual. Un poco más de una de cada tres (33.7%) prefiere que se lleven a cabo por medios virtuales, sin embargo, esto sólo ocurre para las mujeres de la modalidad "A" donde incluso el porcentaje es más alto (48.4%). Contrariamente, para las participantes de la modalidad "B" la preferencia por esta opción es prácticamente nula (1.1%) mostrando un rechazo muy claro por ella. Quienes sugieren que las sesiones se lleven a cabo de forma presencial representa un poco menos de la mitad (48.5%) y es ligeramente superior en las beneficiarias de la modalidad "B", grupo donde, dicho sea de paso, el escenario híbrido que combina sesiones virtuales y presenciales cobra importancia como sugerencia (33.2%).

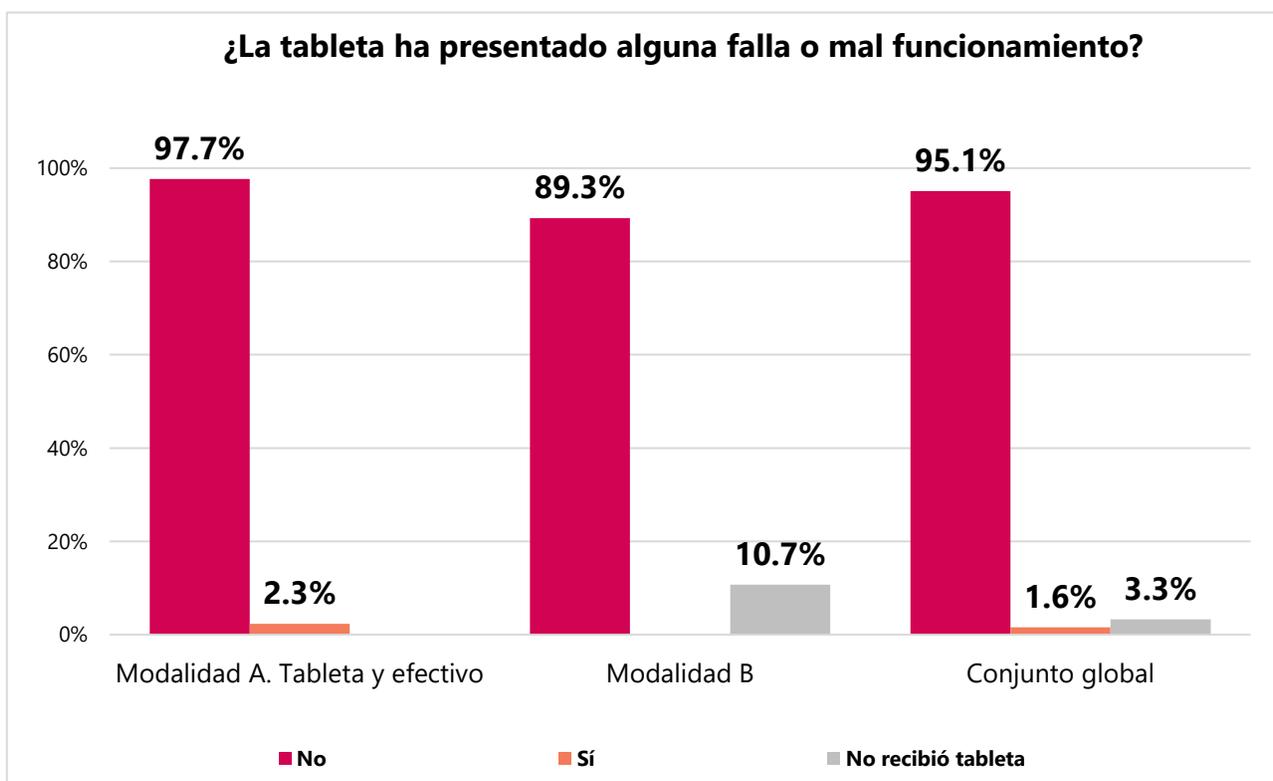
También se preguntó a las participantes del Programa si, de acuerdo con el uso que le dan a su tableta, le han colocado un "chip" para que funcione como celular, una memoria, o le han instalado o añadido nuevas aplicaciones. Quienes respondieron afirmativamente, refieren más comúnmente haber colocado el "chip" para utilizarla como celular (25.4%) o instalado en ellas nuevas aplicaciones (25.9%), pero cabe aclarar que esta última sólo fue mencionada por mujeres de la modalidad "A".

Finalmente, se exploró si la tableta presentó algún problema o mal funcionamiento desde que la recibieron hasta la fecha de la encuesta. Fueron muy pocos los casos que respondieron

afirmativamente, todos dentro del grupo de la modalidad "A" (2.3%), representando porcentaje del 1.6% del total de la población encuestada.

Las fallas reportadas respondieron principalmente a dispositivos que dejaron de encender sin razón aparente o, únicamente para un caso, donde la tableta se apagaba al utilizarla por dos horas o más, además de no leer el "chip" que la habilita para acceder a internet. En el caso de la modalidad "B" no se reportaron fallas en tabletas, siendo el principal problema para este grupo aquellos casos donde no recibieron su apoyo completo y no tienen la tableta en sus manos.

**Gráfica 16.** Distribución porcentual de las beneficiarias que refirieron que su tableta presentó alguna falla o mal funcionamiento por modalidad y esquema.



## XI. Estrategias para mejorar el impacto de la lógica de intervención del Programa en torno al problema de la brecha digital de género y propuesta de indicadores de resultados

### 1- La Brecha digital de género

El término de brecha digital surge en el año 2001, cuando la OCDE presenta la siguiente definición:

*“La distancia existente entre áreas individuales, residenciales, de negocios y geográficas en los diferentes niveles socioeconómicos en relación con sus oportunidades para acceder a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como al uso de la internet, acaba reflejando diferencias tanto entre países como dentro de los mismos” (OCDE, 2001, pg. 5).*

Los factores que evitan que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) estén al alcance de toda la población, tienen diferentes orígenes tales como sociales, económicos, familiares, culturales o educativos, lo que genera que el concepto de brecha digital no sea una idea homogénea (Monclús & Saban, 2012), sino más bien implique la existencia contextos heterogéneos, y por ende, requieran de un tratamiento diferenciado para superarla.

Es decir, una misma población puede estar expuesta a varias barreras o condicionantes de diversa índole relacionadas con las *“posibilidades de aprovechamiento de las nuevas tecnologías”* (Lera López, Hernández Nanclares, & Blanco Vaca, 2003, pg. 131). En este sentido, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) destaca los siguientes factores, como aquéllos que amplían la brecha digital, es decir, limitan o excluyen de su accesibilidad, uso y aprovechamiento:

- 1) Recursos económicos, refiriéndose a los altos precios para acceder a los equipamientos y telecomunicaciones, así como la generación de infraestructura.
- 2) Las asimetrías derivadas de la geografía, entre ámbitos rurales y urbanos.
- 3) La edad, en cuanto a que las innovaciones tecnológicas y sus aplicaciones son utilizados en su mayoría por los jóvenes.
- 4) Las desigualdades de género se mantienen y reproducen en el ámbito de las nuevas tecnologías.
- 5) La lengua, pues no manejar el idioma inglés obstaculiza la participación en la sociedad del conocimiento.
- 6) La educación y la procedencia sociológica o cultural.
- 7) En cuanto a las oportunidades de empleo, en muchos lugares el no manejo del Internet inhabilita el acceso, generando así también una brecha de empleo.
- 8) Las personas con discapacidad aún representan una población en desventaja en el acceso y aprovechamiento de las TIC (Monclús & Saban, 2012).

La brecha digital está compuesta por dos niveles, el primero, relacionado a las diferencias entre acceso y uso de las tecnologías, y la segunda, referente al desarrollo de capacidades o habilidades digitales, lo que lleva al conocimiento de las TIC para su uso efectivo y aprovechamiento. El elemento esencial que determina la brecha en el primer nivel tiene que ver con la infraestructura de telecomunicaciones (Rodríguez Armas, et. al., 2020), tales como *“redes de electricidad, infraestructuras tecnológicas, ordenadores y otros dispositivos...”* (Rodríguez Armas, et. al., 2020, pg. 15).

El primer nivel representa las condiciones necesarias, más no suficientes, para disminuir la brecha digital, es decir, suponiendo que el primer nivel se supere y se logre un acceso y uso entre todas las personas, la adquisición del conocimiento y aprovechamiento de las TIC no será igualitario. El segundo nivel indica que el *“bajo desarrollo de capacidades/conocimiento digital limita el uso y la apropiación de las TIC”* (Rodríguez Armas, et. al., 2020, pg. 15), por lo que es indispensable *“contar con un capital humano formado y capacitado en el uso de las TIC, ya que las TIC por sí solas no conducen al desarrollo”* (Rodríguez Armas, et. al., 2020, pg. 16).

En este sentido, el término de *“alfabetización digital” (digital literacy)* hace referencia a la capacidad de adaptación de las personas a las nuevas TIC, especialmente al internet, y establece el conjunto *“de habilidades técnicas, cognitivas y sociales necesarias para desempeñar tareas en entornos digitales y tecnológicos”* (Éticas Foundation, 2018, pg.6). Para identificar algunas de estas habilidades indispensables, la OCDE propone las siguientes variables clave para tener el alcance y velocidad suficiente de adaptación ante las transformaciones de las TIC: *“la generación de habilidades cognitivas sólidas, junto con la capacidad de resolver problemas y aprender y pensar creativamente (OCDE 2017)”* (Rodríguez Armas, et. al., 2020, pg. 16).

Existen algunas explicaciones que ayudan a caracterizar las diferencias derivadas de la carencia de habilidades/competencias y de la adquisición misma del conocimiento y apropiamiento de las TIC. Por un lado, está la aproximación de la *“brecha cognitiva”*, donde se supone que la asimilación del conocimiento o información es menos efectiva en estratos socioeconómicos más desfavorecidos, principalmente, por el nulo o limitado acceso a la educación en comparación con estratos de mayor poder adquisitivo, con niveles más altos de formación y de proximidad hacia nuevas tecnologías, lo que les permite aprovechar en mayor medida los beneficios de las TIC (Monclús & Saban, 2012).

Por otro lado, se ha encontrado que precisamente en las habilidades que permiten la mejor adaptación a las TIC, existe una mayor brecha para las mujeres con respecto a los hombres (Rodríguez Armas, et. al., 2020). Referente a este aspecto, un estudio desarrollado por la OCDE (2018) sobre la evaluación de competencias en adultos trabajadores, sugiere que las generaciones más jóvenes presentan mayores habilidades en cuanto a la solución de problemas, que trabajadores de mayor edad, y tales diferencias intergeneracionales se acentúan en mayor medida en las mujeres (Rodríguez Armas, et. al., 2020).

La identificación constante de variables sobre las diferencias por razón de género, como *“la asequibilidad, la educación (o falta de ella) y la falta de alfabetización tecnológica, así como los prejuicios inherentes y las normas socioculturales que conducen a la exclusión digital basada en el género”* (Rodríguez Armas, *et. al.*, 2020, pg. 15), ha derivado en la creación de un concepto donde es posible reflejar las exclusiones y barreras que enfrentan las mujeres en la esfera de avances tecnológicos y digitales denominado como la *“brecha digital de género”*.

En el estudio realizado por Eticas Foundation (2018) para la ciudad de Barcelona, con la finalidad de identificar las diferencias con base en género en el uso y aprovechamiento tecnologías digitales, presenta una conceptualización de la brecha digital de género a partir de las siguientes tres dimensiones:

- 1) Brecha de acceso a las tecnologías. Consiste en la aproximación y disponibilidad de infraestructura de TIC, como equipamiento, dispositivos e internet.
- 2) Brecha de creación. Se refiere a la participación no equitativa con razón de género en la configuración y desarrollo de las TIC, desde el desarrollo mismo de *hardware*, diseño de programas, consultoría informática, etcétera. De tal manera, que esta brecha se relaciona con la *“brecha del conocimiento”*, o directamente con las habilidades digitales (*digital skills*) necesarias para coexistir y desarrollarse laboralmente en sociedades del conocimiento (alfabetización digital).
- 3) Brecha en el uso y en los tipos de uso. Se relaciona con la utilización de servicios o aplicaciones TIC avanzadas, tales como *“chats, escuchar radio, ver televisión, colgar contenidos en una web, acceder a servicios, etcétera”* (pg. 6). En general, se refiere a la existencia de diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a los beneficios que las TIC proporcionan para satisfacer necesidades o realizar actividades de ocio o comunicación.

Estas dimensiones contienen algunos elementos antes expuestos, propios de la brecha digital, sin embargo, las limitantes que se viven por razón de género se conciben necesariamente bajo una aproximación y análisis específico. La evaluación sobre derechos digitales realizada en México por *Web Fountation* en el año 2018 (Pérez de Acha, 2018), ejemplifica estas particularidades. Por un lado, la visión de género planteada en la primera dimensión sobre acceso a internet y a la tecnología

*“...va mucho más allá de tener datos en el celular o WiFi en una computadora, no es suficiente contar con acceso a internet, hay acceso a internet cuando la red sirve como una herramienta para aprender y conocer; cuando como mujeres podemos pagarla sin abandonar otras prioridades; si tiene contenidos que nos interesen y sean relevantes para nosotras; si podemos producir y co-crear estos mismos; si es un espacio seguro para compartir y disentir, en comunidad, en su propio idioma”* (Pérez de Acha, 2018a, párrafo 3).

Por su parte, la segunda dimensión incluye la participación de mujeres en la ciencia, ingenierías y matemáticas, o cualquier área que implique un involucramiento directo en la creación de tecnología. En este punto, también existe una amplia desigualdad de participación entre hombres y mujeres, así como en las precondiciones relacionadas con conocimientos y desarrollo de habilidades, que deben existir para garantizar la incursión laboral en este sector. La última dimensión a su vez presenta las diferencias en el uso, aprovechamiento y necesidades resueltas a partir de las TIC.

Para *Web Foundation* (Pérez de Acha, 2018b), algunos de los principales obstáculos que enfrentan las mujeres para alcanzar un acceso pleno y efectivo a las TIC, son los siguientes:

- 1) *"El costo muy elevado de datos y dispositivos afecta más a quienes ganan menos, en particular a las mujeres y los habitantes de las zonas rurales,*
- 2) *Las barreras culturales y actitudes sociales machistas en torno al acceso ("las mujeres no deben usar internet"),*
- 3) *La falta de tiempo: las mujeres tenemos carga doble de trabajo, el doméstico, el relacionado con los hijos y el trabajo laboral profesional,*
- 4) *La autocensura que proviene de la violencia de género en línea,*
- 5) *La brecha salarial de género disminuye la habilidad que las mujeres tenemos que poder pagar acceso a internet, y*
- 6) *La falta de educación"* (pg. 5)

Comparando este listado derivado de un análisis con perspectiva de género, con los factores identificados por la UNESCO antes presentados, es posible identificar que son coincidentes las barreras relacionadas con los altos costos y la falta de educación. Sin embargo, se añaden otros cuatro elementos limitantes que afectan de manera específica a las mujeres como: barreras culturales, falta de tiempo por doble o triple jornada de trabajo, autocensura derivada de violencia de género en línea y brecha salarial.

La incorporación de la perspectiva de género en el acceso, uso, conocimiento y aprovechamiento de las TIC ha permitido hacer visibles las limitantes excluyentes que experimentan las mujeres, lo que, por un lado, ha llevado a incorporar la inclusión digital en la agenda de igualdad de género, y por otro, brinda elementos para la generación de políticas públicas dirigidas a reducir la brecha digital de género.

### **Brecha digital de género en el mundo y América Latina**

En el mundo, en el año 2019 se estimaba que mujeres y niñas tenían un 25 por ciento menos de probabilidad que los hombres de saber cómo aprovechar la tecnología para aspectos elementales o

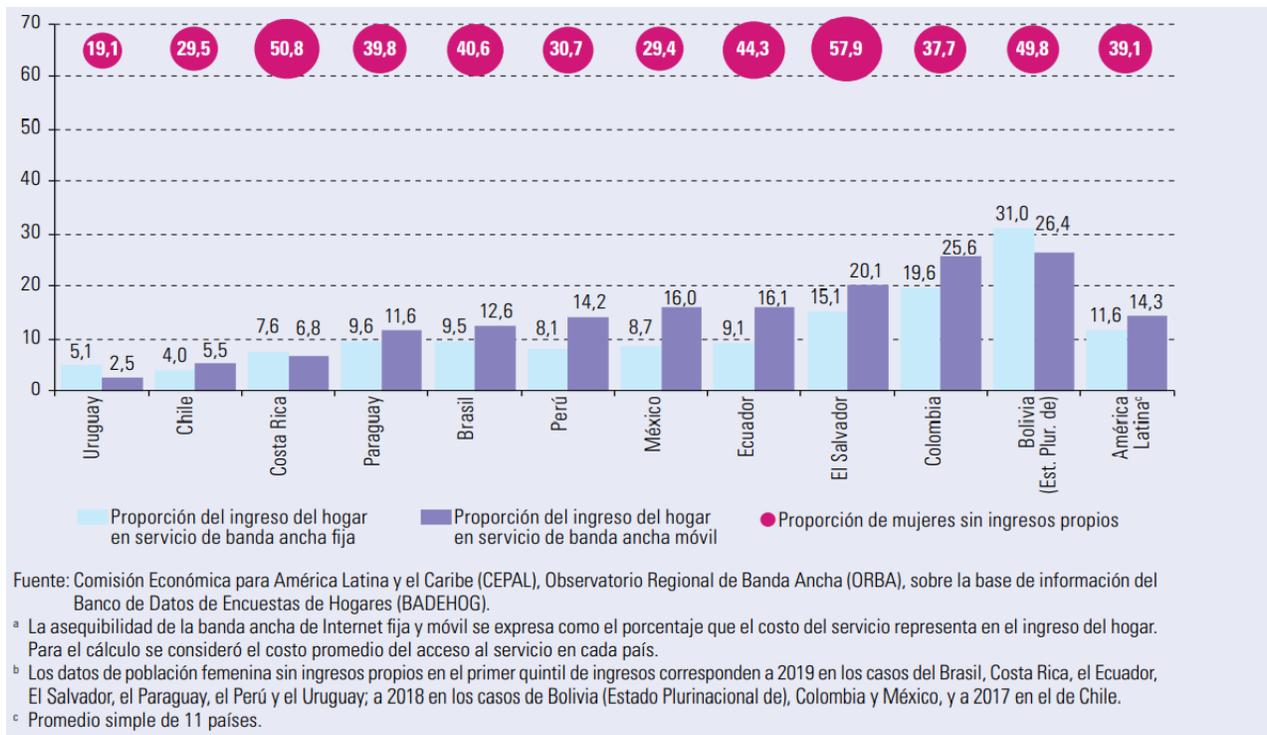
básicos (UNESCO, 2021). Coincidente con lo anterior, las brechas de género en cuanto a las habilidades digitales son graves: *"las mujeres tienen 1,6 veces más probabilidades que los hombres de señalar la falta de habilidades como un factor que les impide usar Internet. La proporción de mujeres que usan Internet es un 12% menor que la proporción de hombres que usan Internet, y la brecha de género en el uso de Internet se ha ampliado entre 2013 y 2017, en particular en los países menos desarrollados"* (UNESCO, 2018, párrafo 7).

En la región de América Latina, la brecha digital de género es considerada como un elemento de desigualdad que atenta contra la autonomía de las mujeres y forma parte de un "nudo estructural" de desigualdad económica y pobreza, en conjunto con los nodos estructurales de división sexual del trabajo, patrones culturales patriarcales y concentración de poder (CEPAL, 2021). Los efectos de la crisis del COVID-19 apremió la transformación digital de las sociedades de la región, no sólo en aspectos relacionados con la economía digital, sino en prácticamente todas las actividades cotidianas de las personas. Esta digitalización apresurada que irrumpió en el año 2020 profundizó los nodos de desigualdad y autonomía de las mujeres (CEPAL, 2021). Particularmente *"la intersección entre la pobreza, la brecha digital y la desigualdad de género socava las oportunidades que podrían tener las mujeres situadas en los primeros quintiles de ingresos como resultado de la aceleración de la economía digital"* (CEPAL, 2021, pg. 10) lo que puede llevar a resultados graves de exclusión y prevalencia o ampliación de la pobreza.

Es posible plantear que la exclusión digital en estratos socioeconómicos de mayor desventaja se acentúa en dos aspectos, *"las mujeres de menores ingresos enfrentan un doble obstáculo: la falta de autonomía económica y la brecha de acceso a Internet para el teletrabajo"* (CEPAL, 2021, pg. 10), la siguiente gráfica refleja la medición de dichos obstáculos para algunos países de América Latina.

**Gráfica 17.** América Latina (11 países): proporción de mujeres sin ingresos propios y asequibilidad de Internet fija y móvil<sup>a</sup> en el quintil de ingresos más bajos, alrededor de 2019<sup>b</sup>

(En porcentajes y porcentajes del ingreso del hogar)



**Fuente:** CEPAL, 2021. Pg. 2. Visto en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46633-la-autonomia-economica-mujeres-la-recuperacion-sostenible-igualdad>.

En toda la región el 39.1 por ciento de las mujeres del primer quintil no poseen ingresos propios, y el pago por acceso a Internet representa entre el 11.6 y el 14.3 por ciento de los ingresos totales del hogar, ambas significan una barrera para lograr integrarse a la economía digital (CEPAL, 2021).

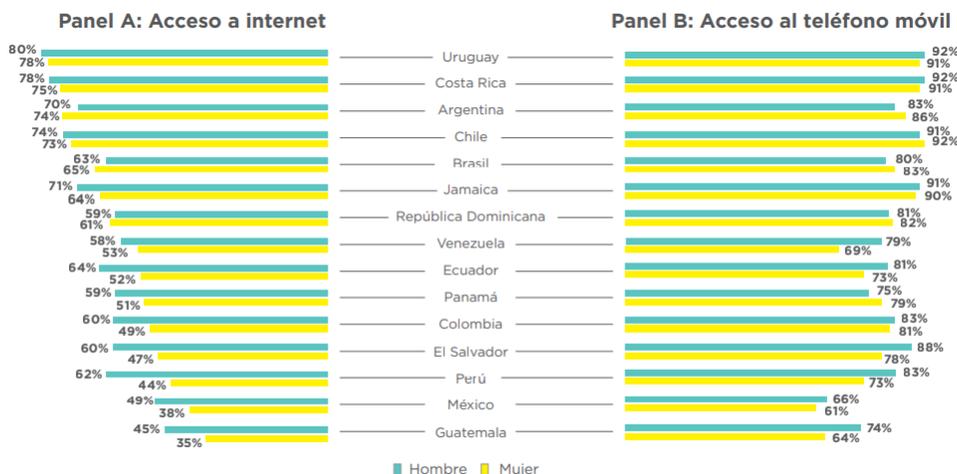
A partir de esta información, es posible encontrar al interior de América Latina una varianza importante entre los países. En cuanto a la proporción de mujeres sin ingresos propios, se encuentra desde el 19.1 por ciento en Uruguay hasta el 57.9 por ciento de El Salvador. Respecto al pago de Internet ya sea vía banda ancha fija o móvil, Uruguay y Chile son los países con menor proporción en el ingreso del hogar, ya sea por contar con mayores ingresos o menores costos por estos servicios; por su parte Bolivia y Colombia son los países con los mayores niveles en este indicador.

Por último, es posible observar una diferencia entre la proporción de ingreso de los hogares del primer quintil entre banda ancha fija o móvil, siendo la segunda más costosa en todos los países salvo en Uruguay y Costa Rica. En cuanto a la diferencia entre la proporción de ingresos que representan el pago de banda ancha según su naturaleza, que puede considerarse como una aproximación de variación de costos por estos servicios, México es el país con la mayor diferencia

pues el pago de la banda ancha móvil respecto a la fija representa casi el doble de los ingresos de los hogares.

Por otro lado, la siguiente gráfica muestra las diferencias entre países de América Latina y el Caribe en cuanto a las brechas de género en el acceso a internet y al teléfono móvil. Consistente con los datos anteriores, Uruguay y Costa Rica y Chile representan los países con mayores porcentajes de acceso tanto a internet como a teléfono móvil, todos con una diferencia de un sólo punto porcentual entre hombres y mujeres. Por otra parte, los países con menores porcentajes de acceso de ambos indicadores, respecto de la población total para hombres y mujeres son Guatemala y México. Por último, los países con mayores brechas de acceso entre mujeres y hombres en cuanto a acceso a Internet son Perú, Colombia, El Salvador y Guatemala; en cuanto a acceso de teléfono móvil son Perú, Guatemala, El Salvador y Venezuela. El caso de Brasil es *sui géneris* en la región, dado que, en ambos indicadores, el acceso de las mujeres supera al de los hombres.

**Gráfica 18.** Heterogeneidad de brechas de acceso en América Latina y el Caribe



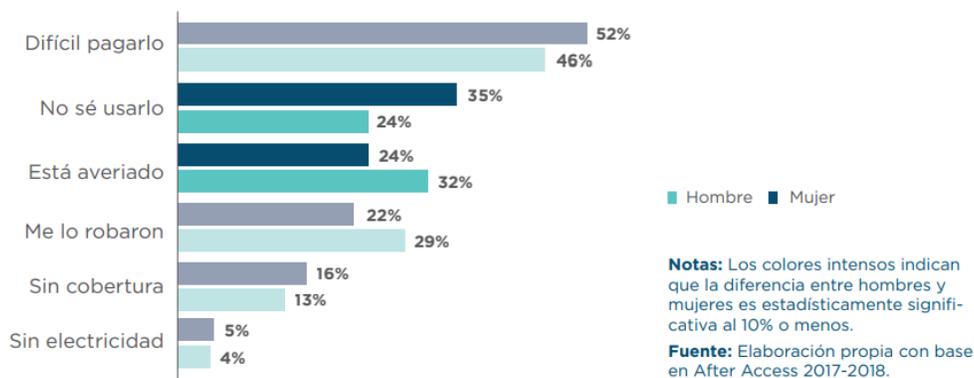
Notas: Cálculos en base a la encuesta Gallup 2017-2018. <https://theinclusiveinternet.eiu.com/>  
Fuente: EIU (2019).

**Fuente:** Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 10.

Lo antes expuesto ejemplifica que, a pesar de ser una región que comparte retos comunes, las caracterizaciones de los obstáculos entre los países, y dentro de los mismos países, varían según cada contexto. Sin embargo, es posible confirmar que las peores condiciones de brecha al acceso de las TIC y digitalización "afectan más a mujeres indígenas con menos educación y menos recursos económicos, que además viven en zonas rurales" (Pérez de Acha, 2018b, pg. 5).

En este sentido, en el mismo análisis del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) realizado por Agüero, Bustelo & Viollaz (2020) se presentan las diferencias de acceso a un teléfono celular para la región en su conjunto. En la siguiente gráfica se establecen las diferentes razones por las que hombres y mujeres de América Latina no cuentan con este tipo de dispositivo. La primera razón es que es "difícil pagarlo", seguida por "no sé usarlo", "está averiado", "me lo robaron", y con menor proporción se encuentran las razones de "sin cobertura" y "sin electricidad". Las únicas respuestas en las que la diferencia proporcional entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa son para las respuestas "no se usarlo" y "está averiado". En la primera, el 35 por ciento de las mujeres respondió que esta es una barrera por la cual no cuenta con un teléfono móvil, en contraste con el 24 por ciento de los hombres.

**Gráfica 19.** Brecha de género en América Latina, barreras para contar con un teléfono móvil, 2017-2018



**Notas:** Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

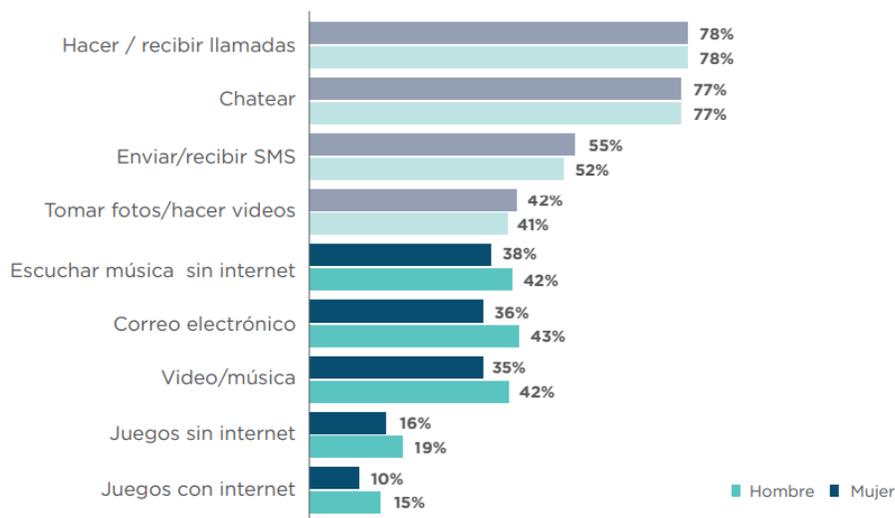
**Fuente:** Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

**Fuente:** Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 13.

Esta información pone de manifiesto que más de una tercera parte de las mujeres en la región no se considera con las habilidades y conocimientos necesarios para hacer uso de un teléfono celular, y por ende de la utilización de las TIC a las que podría tener acceso a través de este dispositivo.

También existen diferencias de género en cuanto al uso que hombres y mujeres dan a los teléfonos celulares. La siguiente gráfica muestra que no existe una diferencia estadística significativa con origen en el género de los usos que hacen del teléfono móvil para "hacer/recibir llamadas", "chatear", "enviar/recibir SMS", y "Tomar fotos/hacer videos"; esto significa que son actividades que hacen en proporciones similares hombres y mujeres.

**Gráfica 20.** Brecha de género en América Latina, usos del teléfono móvil, 2017-2018



**Notas:** Porcentaje de mujeres y hombres que indican realizar cada uno de los usos de manera diaria o semanal. Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

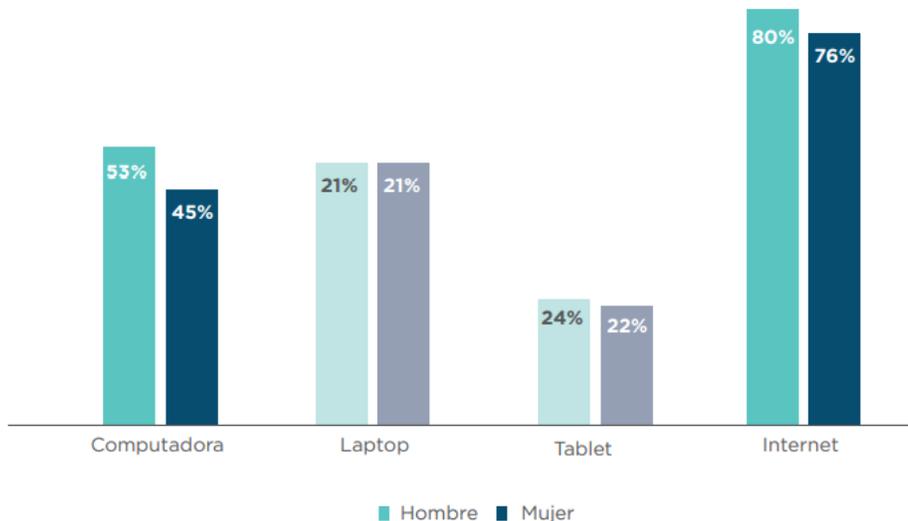
**Fuente:** Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

**Fuente:** Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 16.

Por su parte, las actividades que hacen en mayor proporción los hombres respecto a las mujeres y además representan una diferencia significativa son "escuchar música sin internet", "correo electrónico", "videos/música", "juegos sin internet" y "juegos con internet". Como puede observarse, "los hombres tienden a hacer un uso más intensivo y variado de las aplicaciones del móvil" (Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 16), por lo que los usos diferenciados entre hombres y mujeres puede resumirse en que "ellas se comunican, ellos se entretienen e informan" (Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 15).

Hasta ahora únicamente se han presentado las diferencias entre el acceso a un teléfono móvil que, a pesar de ser el más accesible, no es el único dispositivo electrónico para hacer uso de las TIC. Dependiendo de la capacidad y funciones del dispositivo, podrá ser una herramienta más, o menos versátil para el aprovechamiento de los avances tecnológicos y digitales en los diferentes campos de la vida, especialmente en cuanto a la posibilidad de utilizarlo como una herramienta que permita desarrollar actividades que representen ingresos propios para las mujeres. En este sentido, la siguiente gráfica presenta las diferencias entre hombres y mujeres en América Latina, según el acceso y uso de otros dispositivos diferentes al teléfono celular, así como al uso de Internet.

**Gráfica 21.** Brecha de género en América Latina uso de Internet, computadora, laptop y Tablet, 2017-2018



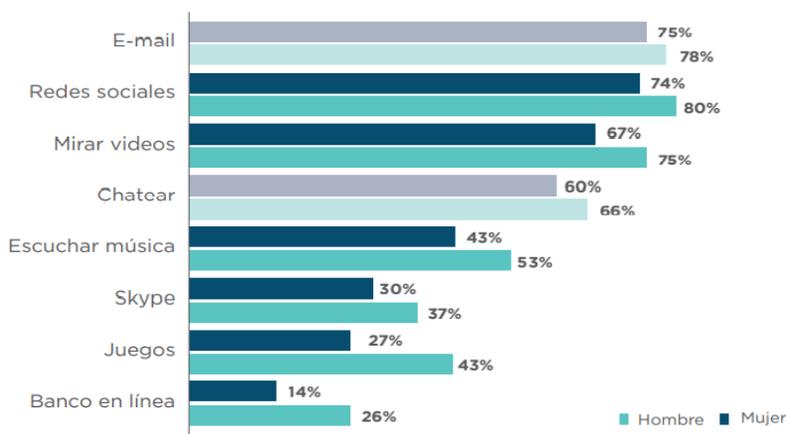
**Notas:** Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

**Fuente:** Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

**Fuente:** Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 12.

Las diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres abarcan el acceso a una computadora y al Internet; por su parte el acceso a laptop y Tablet, no muestran diferencias entre hombres y mujeres. Profundizando en el análisis, en la siguiente gráfica se presentan las diferencias de género para los usos se dan a la computadora, Laptop o Tableta.

**Gráfica 22.** Brecha de género en América Latina, diferentes usos de la computadora, lap top o Tablet, 2017-2018



**Notas:** Los colores intensos indican que la diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa al 10% o menos.

**Fuente:** Elaboración propia con base en After Access 2017-2018.

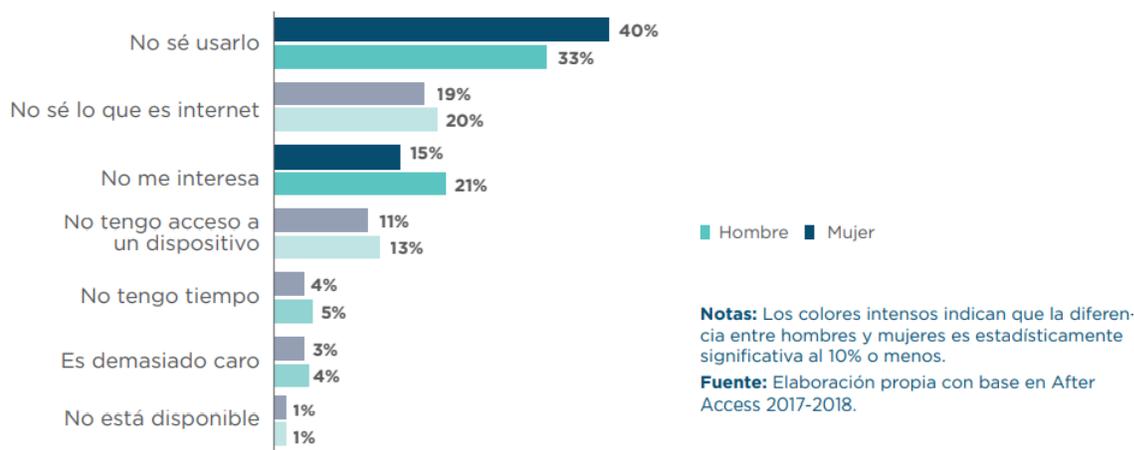
**Fuente:** Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 19.

Los resultados muestran que no existen diferencias de género al utilizar el “e-mail” y “chatear” a través de computadoras, lap-tops o Tabletas. Sin embargo, existen diferencias significativas de un mayor uso de los hombres para el resto de las opciones, que son: Redes sociales, mirar videos, escuchar música, Skype, Juegos y Banco en línea. Esta última resalta como la opción en donde se identificó la mayor diferencia en el uso, con 12 puntos porcentuales más para los hombres.

Lo anterior visualiza la restringida variedad y utilidad que dan las mujeres en América Lantina a las aplicaciones disponibles en dispositivos con mayor capacidad, limitándose al igual que con los teléfonos móviles, a usos de comunicación como el correo electrónico y aplicaciones de “chats”.

Por otro lado, la mayor relevancia de los beneficios y ventajas de las TIC radican en el acceso a Internet, que como se presentó anteriormente, se han evidenciado brechas de género en los países de América Latina y el Caribe. Para entender mejor estas diferencias de acceso al Internet, en la siguiente gráfica se presentan las barreras identificadas en este sentido tanto por hombres como por mujeres.

**Gráfica 23.** Brecha de género en América Latina, barreras al acceso a Internet, 2017-2018



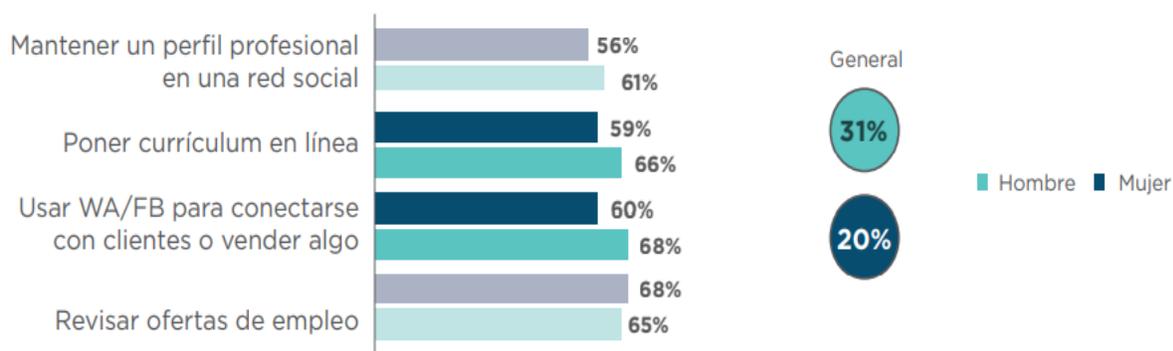
**Fuente:** Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 15.

La principal barrera de acceso a esta herramienta determinante para el uso de las TIC es “no sé usarlo”, que a su vez es estadísticamente significativa en cuanto a la diferencia de la proporción de la respuesta entre hombres y mujeres. El 40 por ciento de las mujeres, en contraste con el 33 por ciento de los hombres, consideran que no hacen uso del Internet porque no tienen los conocimientos y habilidades para hacerlo.

Por último, al analizar la brecha de género en cuanto el uso particular del Internet para actividades laborales, es posible encontrar un patrón similar a los anteriores, donde las mujeres realizan una

menor cantidad de actividades que les permitan encontrar un trabajo o vender a través de plataformas en línea sus productos.

**Gráfica 24.** Brecha de género en América Latina, uso de Internet para actividades de trabajo, 2017-2018



**Fuente:** Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 21.

En la gráfica anterior se observa que es estadísticamente significativa la proporción de hombres, en ambos casos mayor respecto a las mujeres, que utilizan el Internet para “poner currículum en línea” y “Usar WhatsApp/Facebook para conectarse con clientes o vender algo”, lo que incrementa la desventaja de las mujeres en actividades directamente relacionadas con la generación de ingresos a través del acceso, uso y aprovechamiento de las TIC.

En la información arrojada por el análisis de Agüero, Bustelo & Viollaz (2020) para América Latina en cuanto a la profundización del conocimiento de la brecha digital, resulta relevante que al identificar las barreras para el no uso de dispositivos o Internet, resalta como primera o segunda opción la autopercepción de una carencia de habilidades y conocimientos, donde las mujeres muestran un mayor porcentaje de respuesta, y en todos los casos esta diferencia es estadísticamente significativa respecto a la proporción de hombres que mencionan la misma barrera.

Por lo tanto, para disminuir la brecha digital de género en América Latina es fundamental atender esta necesidad y

*“promover el desarrollo de habilidades digitales, particularmente entre las mujeres. El desarrollo de habilidades digitales es clave para obtener los beneficios que brindan las TIC. La brecha de género en esta dimensión puede perpetuar desigualdades ya existentes en importantes aspectos como la educación y el trabajo. Por ello es vital promover políticas de alfabetización digital que ayuden a las mujeres a contar con las competencias necesarias para realizar un uso más amplio de estas tecnologías. En este sentido, se sugiere que, desde temprana edad, cualquier individuo*

*debe contar con las siguientes competencias digitales básicas: habilidad para crear y manejar una identidad virtual; habilidad para entender y defender sus derechos personales en la red; capacidad para encontrar, evaluar, utilizar, compartir y crear contenido digital, y capacidad para detectar amenazas digitales” (Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 28).*

## Brecha digital de género en México y Jalisco

En México la principal herramienta de generación de información estadística para medir la brecha de género es la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnología de la Información en los Hogares (ENDUTIH), que se ha realizado con una periodicidad anual a partir del año 2015. Es importante señalar que al considerar como unidad principal de análisis los hogares, puede constituir un problema de representatividad de las condiciones de las mujeres en cuanto al acceso de las TIC en México.

Particularmente se considera que los indicadores de cómo se mide el acceso a las TIC en México no tienen perspectiva de género, por lo que los avances que puedan verse reflejados, *“están ignorando la realidad de mujeres en el país, sobre todo en zonas rurales e indígenas”* (Pérez de Acha, 2018a, párrafo 5). En el mismo caso, aunque el hogar tiene conexión a Internet, pero *“si una mujer vive violencia en su casa y el único celular para conectarse es del esposo que la maltrata, no puede entrar a internet para encontrar solución”* (Pérez de Acha, 2018a, párrafo 5). Por lo que el acceso a internet y a algún dispositivo propio puede ser la puerta de entrada para aprovechar las TIC en favor de sus condiciones de vida, más se requieren de otros apoyos para que pueda ser esto una realidad.

Considerando lo anterior, a continuación, se presentan los principales resultados que brinden información sobre la caracterización de la brecha de género en México. Primero, en la siguiente figura se presentan las entre hombres y mujeres en cuanto al tipo de dispositivo de dónde se tiene conexión a internet para los años 2019 y 2020. Por un lado, el único dispositivo en el que las mujeres tienen un mayor porcentaje de acceso que los hombres, son los teléfonos inteligentes. Por otro lado, en cuanto a contar con una computadora portátil o Tablet, la diferencia entre hombres y mujeres es de casi 7 puntos porcentuales, de tener una computadora es de prácticamente 10 puntos porcentuales. Por último, la conexión a internet mediante una televisión inteligente es mayor para los hombres en menos de un punto porcentual.

**Figura 3.** Usuarios de internet según equipo de conexión por sexo, 2019 y 2020



Nota: Los usuarios pueden utilizar más de un equipo para conectarse a Internet.  
<sup>1</sup>Incluye a los usuarios de laptop y/o Tablet.

**Fuente:** INEGI, 2020, pg. 6.

Los resultados muestran que existe una brecha de género en México para el acceso a todos los dispositivos, salvo los teléfonos inteligentes. Sin embargo, se requiere interpretar con detalle dado el sesgo de construcción de este indicador, pues está implícito que se cuenta con acceso a Internet, aspecto que no refleja la realidad de las mujeres que no cuentan con los ingresos suficientes para pagarlo, o que vivan en zonas donde no existe conexión, principalmente en zonas rurales.

Por otro lado, el siguiente cuadro muestra las diferencias entre hombres y mujeres que no tienen acceso a una computadora y a Internet, así como las razones por las que no lo utilizan. En cuanto a los motivos por los que no se utiliza una computadora, resaltan que las mujeres muestran un mayor porcentaje respecto a los hombres, para las respuestas de falta de acceso a este dispositivo "desconoce su utilidad" y "no sabe utilizarla", representando ésta última el 50.6 por ciento de las respuestas que dieron las mujeres a la falta de uso de una computadora.

Por otro lado, la ausencia de conexión a Internet el 63.1 por ciento de las mujeres que no utilizan internet, mencionan que es porque no saben utilizarlo, en comparación con el 59.7 por ciento de los hombres que indican esta misma respuesta. Esto refleja de nuevo la falta de habilidades identificadas por las mujeres para el uso de dispositivos electrónicos e Internet, en comparación con los hombres.

**Cuadro 6.** Distribución porcentual de la población de 15 años y más que no utiliza computadora, lap o Tableta e Internet según razones de no uso por sexo, 2019.

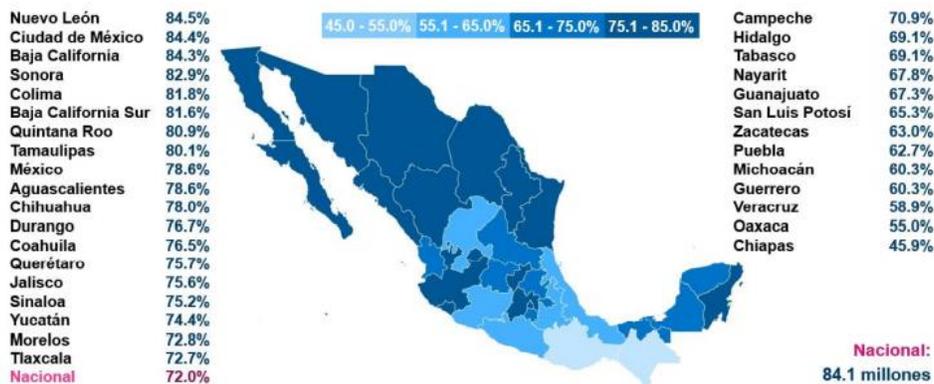
Motivo o razones	Computadora*		Internet**	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
No tiene acceso, pero sabe utilizarla	20.6	19.3	16.2	18.8
No sabe utilizarla	50.6	47.6	63.1	59.7
No tiene necesidad de una	21.9	25.5	18.9	19.6
Desconoce su utilidad	1.6	1.0	0	0
Por discapacidad	0.4	0.4	1.0	1.1
Otra razón	4.8	6.2	0.8	0.9

\*N=55,176,842  
\*\*N=27,826,737  
Fuente: INEGI. ENDUTIH 2019.

**Fuente:** INMUJERES (2021), pg. 2.

Por último, la información disponible con un desglose por entidad federativa en México, refleja qué, si bien Jalisco (75.6%) se encuentra por encima de la media nacional (72.0%) en cuanto al número de usuarios de Internet en el año 2020, existen 15 entidades con mayor alcance de acceso a su población. Esto representa un reto para el estado, ya que, por su relevancia a nivel nacional en cuanto a desarrollo económico y cantidad de población, tiene un rezago en este aspecto, en comparación con estados como Nuevo León, Ciudad de México, Estado de México, Sonora, Colima, Aguascalientes, entre otros.

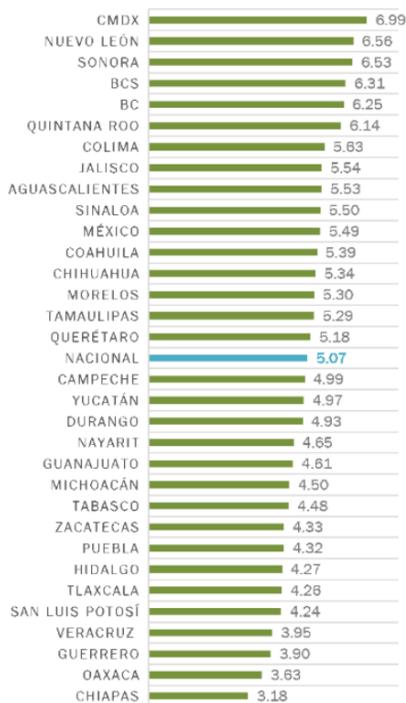
**Figura 4.** Porcentaje de usuarios de internet por entidad federativa, 2020



**Fuente:** INEGI, 2020, pg. 9.

Por otro lado, una actualización del Índice de Desarrollo TIC para México (IDTMex) para el año 2018, realizada por u-GOB, bajo la metodología de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), encontró las siguientes diferencias entre las entidades federativas en México.

**Gráfica 25.** Resultados IDTMEX 2018



**Fuente:** u-GOB, 2020, visto en: Índice de Desarrollo TIC en México: la brecha digital pendiente – u-GOB.

El mayor valor de este indicador muestra mejores condiciones del avance en el desarrollo de las TIC, considerando aspectos de acceso, uso y conocimientos sobre las TIC en la población. El estado de Jalisco (5.54) se ubica también por encima de la media nacional (5.07), pero por debajo de 7 estados, mismos que estaban también por encima del valor de Jalisco en la cobertura de acceso a Internet.

Estos resultados ubican a Jalisco en la categoría de “Medio Alto” del IDTMex 2018, los estados de Nuevo León, Sonora, Baja California Sur, Baja California Norte y Quintana Roo son los únicos ubicados en el máximo nivel de “Alto” para este indicador.

**Figura 5.** IDTMex por Entidad Federativa



**Fuente:** U-Gob, 2020. Visto en: Índice de Desarrollo TIC en México: la brecha digital pendiente – u-GOB.

El estado de Chiapas es el que tiene menor desempeño en el desarrollo de las TIC, considerando que *"en el 2018 el 94 por ciento de su población estaba en situación de pobreza o vulnerabilidad por carencias o ingresos"* (U-Gob, 2020, párrafo 14) y cuenta con un alto porcentaje de población de origen indígena. Adicionalmente, de 2017 a 2018 la diferencia del IDTMex entre la media nacional y Chiapas aumentó del 1.25 a 1.89 puntos, respectivamente, lo que sugiere que la brecha digital se ha hecho más grande, a pesar del mayor desarrollo tecnológico a nivel nacional. *"Pareciera que los más rezagados –Estados- se encuentran cada vez con mayores dificultades para alcanzar al promedio nacional"* (U-Gob, 2020, párrafo 19).

La información antes expuesta sobre lo que es la brecha digital de género, así como los indicadores a nivel internacional, regional (Latino América) y nacional, sugieren diferentes raíces que entorpecen el acceso, uso y aprovechamiento de las TIC, como el menor nivel de educación recibido por mujeres, menor remuneración por realizar el mismo trabajo que los hombres, menor experiencia laboral por realizar actividades de cuidados y factores culturales de estereotipos de género donde se consideran que esas actividades *"son para hombres"*. Sin embargo, un factor común en todos los análisis es que una de las principales razones que entorpece la participación de las mujeres en el uso y generación de tecnologías es la de auto-identificar una carencia de habilidades o conocimientos, lo que permite sugerir una relación inversa entre el desarrollo de capital humano y brecha digital de género.

### Ventajas de las TIC

Las tecnologías digitales pueden abaratar, agilizar y facilitar considerablemente tareas rutinarias que requieren numerosas transacciones. Los beneficios de las tecnologías digitales pueden manifestarse en al menos tres aspectos (Estavillo Flores, 2016):

- 1) **Fomento de la inclusión** al permitir que las personas reciban bienes y servicios a los que antes no podía acceder. Algunos ejemplos de bienes y servicios públicos que pueden obtener son educación, salud y seguridad. Otro tipo de servicios a los que se pueden mediante las TIC son oportunidades para obtener empleo y generar ingresos que no podrían generar de otra forma, a través, por ejemplo de apps gratuitas para buscar empleo, enviar solicitudes de empleo, plataformas de contacto con compradores en línea, etcétera.
- 2) **Fomento de la eficiencia.** Las transacciones en internet ahora son más rápidas y a un costo bajo, lo que aminora costos y mejora la asignación de recursos. Por otro lado, se disminuye la asimetría de información, al reducir el costo de obtener información se empodera a los consumidores y mejora la competencia. Por último, se mejora la eficiencia al *"incrementar la productividad de factores no sustituidos"* (Pg.7), por ejemplo, los *"trabajadores pueden dejar de destinar tiempo a actividades rutinarias y dedicarlo a otras que añadan mayor valor"* (Pg.7).
- 3) **Innovación de productos y de la forma de hacer negocios.**

Sin embargo, como se concluyó en la sección anterior, sin conocimientos que permitan contar con una capacidad para el manejo de TIC, conocidas como habilidades digitales, no es posible disfrutar de las ventajas que éstas ofrecen. Las habilidades digitales son un *"conjunto de habilidades para el uso de dispositivos, aplicaciones de comunicaciones y redes de acceso al manejo de información, para permitir a las personas crear y compartir contenidos digitales, comunicar y colaborar, así como resolver problemas para una auto realización creativa y efectiva, el aprendizaje, el trabajo y las actividades sociales en general"* (UNESCO, 2018, párrafo 3).

Las habilidades digitales se distribuyen en un rango incremental, entre aquéllas básicas o mínimas para acceder a los beneficios de actividades de la vida diaria como comunicación, entretenimiento, búsqueda de información, hasta aquéllas relacionadas con la generación misma de innovación tecnológica, relacionada con inteligencia artificial, realidad aumentada, etcétera.

Adicionalmente, entre los retos que se presentan en la expansión de la economía digital acelerada particularmente después de la crisis sanitaria mundial derivada del COVID-19, se encuentra el *"efecto masivo en el mercado laboral y en el tipo de habilidades necesarias para participar en las actividades económicas y sociales. Además de profesionales de las tecnologías de la información y las"*

comunicaciones (TIC), se requieren nuevas habilidades en todas las áreas que están siendo digitalizadas" (CEPAL, 2020, pg. 11).

Sin embargo, en medio de la vertiginosa digitalización de las sociedades, es necesario notar que la mayoría de las tareas tienen un aspecto que no se puede automatizar y que exige el criterio, la intuición y el discernimiento de un ser humano. Por lo que es importante resaltar que, en conjunto con el desarrollo de habilidades digitales, son indispensables la consolidación "*habilidades sólidas de alfabetización y aritmética, pensamiento crítico e innovador, resolución de problemas complejos, capacidad de colaboración y habilidades socioemocionales*" (UNESCO, 2018, párrafo 6) para funcionar en una economía digital y de sociedades conectadas.

En este sentido, incorporando la visión de género, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe en el año 2021, generó el reporte "La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad", haciendo referencia particularmente a las condiciones de reactivación económica después de un año de la aparición del COVID-19 en los países de América Latina. En este documento, se generan diversos análisis referentes a una mayor inclusión de las mujeres en las tecnologías digitales, las diferentes condiciones que tendrían que modificarse para lograrlo y algunos efectos económicos que esto tendría. A continuación, se presentan las principales propuestas para promover la autonomía económica de las mujeres de la región, con base en una disminución de la brecha digital de género (CEPAL, 2021):

- *"Promover procesos de transformación digital incluyentes, que incorporen el acceso a tecnologías digitales (canasta básica digital), que potencien las habilidades para utilizar dichas tecnologías y que reviertan las barreras socioeconómicas, mejorando las oportunidades económicas de las mujeres.*
- *Desde el punto de vista de la igualdad de género es imprescindible superar la segmentación en el mundo laboral y lograr que las nuevas posibilidades de la economía digital vayan acompañadas de la transformación de los roles de género para la efectiva autonomía económica de las mujeres.*
- *Debido al nivel de conectividad de los países y a las persistentes brechas de género en el acceso y uso de las tecnologías digitales, el porcentaje de mujeres ocupadas que podrían teletrabajar se reduce de forma significativa... Esto, sumado al hecho de que a las mujeres se les asigna en mayor medida el trabajo no remunerado, limita sus posibilidades reales de participar plenamente en el mercado laboral.*
- *La revolución digital está generando distintas disrupciones en el mundo laboral que, en algunos casos, pueden redundar en condiciones laborales más precarias y que podrían afectar en mayor medida a las mujeres. Los nuevos empleos digitales podrían también acentuar las desigualdades, en particular las de género, ya que las mujeres tienden a estar*

*sobrerrepresentadas en el empleo informal, que presenta características de desprotección semejantes a las que hoy tiene el empleo en plataformas digitales.*

- *Los sesgos de género tanto en el diseño como en el uso de las tecnologías establecen límites a la innovación, reduciendo los efectos positivos de las mismas. Esto no solo es importante para la igualdad de género, sino también para la economía digital y el conjunto de la sociedad. En suma, puede decirse que el aumento de las brechas digitales de género afecta el desempeño económico en su conjunto” (Pg. 11).*

### **Estrategia para mejorar el impacto de la lógica de intervención**

La información y análisis expuestos en las secciones anteriores, tuvieron el objeto de construir un marco teórico y contextual, a partir del cual, y en conjunto con la información recabada en las metodologías cuantitativas y cualitativas desarrolladas, se presenten en este apartado recomendaciones para mejorar el impacto del componente de Tableta Digital del Programa Fuerza Mujeres, y su contribución al fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres y a la reducción de la brecha digital de género en el estado de Jalisco.

Para conseguir este objetivo, adicionalmente se presentan a continuación las descripciones generales de intervenciones con objetivos similares llevadas a cabo en otras partes del mundo, con la finalidad de encontrar puntos de coincidencia y características puedan fortalecer el componente de la Tableta del programa “Fuerza Mujeres”.

### **Programas similares**

#### **1- “Programa de graduaciones” para la reducción de la pobreza y cómo el uso del componente de tecnología ha empoderado a las mujeres y a sus mentoras en África Subsahariana**

El “Programa de Graduaciones” es una intervención integral con el objetivo de reducir la pobreza y lograr el empoderamiento de mujeres rurales en diferentes países del mundo. Particularmente en países de África Subsahariana dentro del conjunto de apoyos que otorgan a las mujeres, se incluyó el componente digital a través de la figura de mujeres mentoras de sus negocios. Las mentoras son mujeres que tienen experiencia en otros emprendimientos con quienes las mujeres del programa puedan identificarse, al no identificarlas como muy diferentes a ellas o a sus condiciones de vida. Las mentoras apoyan con *“la identificación del potencial de negocio en las comunidades, generar grupos de ahorro, y capacitación en temas como dinámicas grupales, alfabetismo financiero, y desarrollo de micronegocios”* (Chang, 2021, párrafo 9).

Las mujeres mentoras cuando asisten a las comunidades, están equipadas con un equipo digital (Tableta) y las aplicaciones de “TaroWorks” and “Salesforce”, ambas con la posibilidad de utilizarse

sin la necesidad de estar conectado al Internet, y posteriormente actualizar la información cuando la conexión esté disponible.

El apropiarse y sentirse cómodas y seguras en el uso de las plataformas tecnológicas y el dispositivo digital que utilizan (Tableta), se ha convertido en una herramienta poderosa en las actividades del día a día de las mentoras. Por otro lado, al observar que las mentoras dominan el uso de las TIC y ver los resultados de las actividades que ahí realizan en un beneficio para el desarrollo de los negocios en las comunidades, *“han inspirado y animado a las participantes del programa a utilizar una tecnología similar”* (Chang, 2021, párrafo 12), *“quieren convertirse justo como una de las mentoras de negocios”* (Chang, 2021, párrafo 13).

El éxito del componente de las mentorías de negocios en este programa, a partir de la incorporación del elemento digital en las mismas mentoras, tiene que ver con la característica horizontal de esta mentoría, es decir, se convierten en un modelo a seguir “asequible” para las mujeres participantes en el programa, a partir de identificarlas similares a ellas. Las mujeres se empoderan al ver el empoderamiento previo de las mentoras y de las competencias digitales que ellas adquirieron, bajo de la lógica “si ellas pueden yo también podré”. Este efecto sería difícil alcanzarlo si la mentoría de inclusión digital, incluso de desarrollo de negocios, sea otorgado por alguna figura con un esquema más “vertical” o de arriba hacia abajo desde la voz de un experto, al que vean “lejano”, por contar con una educación formal mucho mayor a la de ellas, por su forma de hablar o de vestir, es decir, con quién no logren algún punto de identificación.

## **2- Plan Ibiritá de Inclusión digital para la inclusión de personas mayores (Uruguay)**

En Uruguay, a partir de 2015 se desarrolló el programa de inclusión digital para personas mayores o “jubilados” denominado “Plan Ibiritá”. Este plan incluía la entrega de una Tableta, y de todo un programa para adultos mayores con la finalidad de *“promover la inclusión digital al servicio de las personas mayores con la finalidad de mejorar la inclusión social, la participación y la equidad”* (Centro Ceibal, 2015, párrafo 3). En un estudio exploratorio realizado para los beneficiarios del programa en el año 2017, identificó una mejoría en el bienestar de los adultos mayores beneficiarios de la Tableta y del esquema de apoyo de capacitaciones y app del programa. Adicionalmente los adultos mayores participantes del programa que contaban con la Tableta y un “smartphone” presentaron resultados estadísticamente significativos de mayores niveles de bienestar. Los beneficiarios del programa mencionaron que antes de comprar el Smartphone, primero tuvieron la Tableta y el programa; lo anterior sugiere que el primer contacto con la tableta hizo que después buscaran otro dispositivo digital para uso y aprovechamiento de las TIC (Hughes , Pereiro, & Pérez, 2017).

### 3- Programa para la formación en “Competencias digitales para mujeres jóvenes” y para la eliminación de la brecha digital (España)

Este programa tiene el objetivo de apoyar a la empleabilidad de mujeres españolas de hasta 35 años que estén desempleadas, busquen su primer empleo, o tengan un empleo precario. Los servicios otorgados en este programa incluyen en primer lugar el desarrollo de una campaña de sensibilización a nivel nacional para reducir la brecha digital de género. Los apoyos otorgados a las mujeres beneficiarias consisten, por una parte, en orientación individual profesional para la inserción laboral, el curso en línea sobre formación de competencias digitales “Competencias digitales para mujeres jóvenes” con una duración de 140 horas, a partir del cual obtienen la “Acreditación Europea del Manejo del Ordenador”, impartido por la Universidad Alcalá de Henares y con tutorías de la Federación de Mujeres Jóvenes. También a partir del programa se celebran jornadas formativas denominadas “Las mujeres en el mundo digital”, como “*un espacio de encuentro entre organizaciones, organismos y entidades que trabajan para la eliminación de la brecha digital de género*” (Agüero, Bustelo & Viollaz, 2020, pg. 111).

#### Ejes de acción para la mejora del impacto del componente de Tableta digital

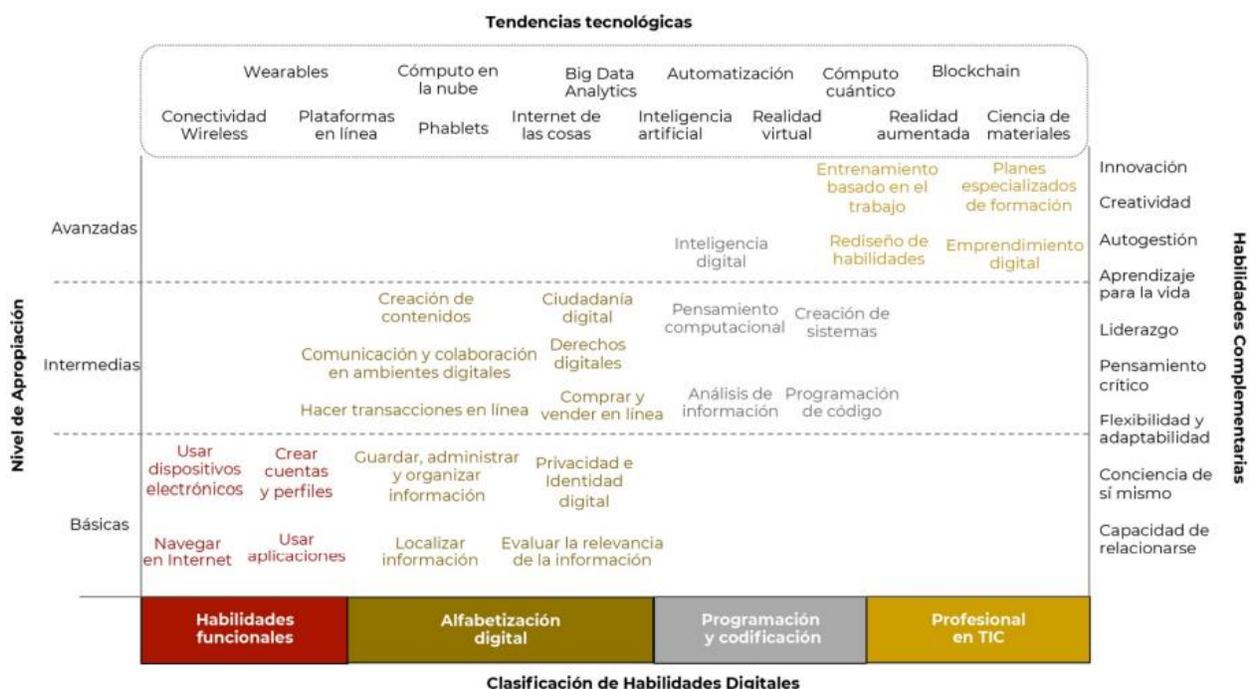
##### 1- Programa de capacitaciones

Cuando de inclusión digital de género se trata, resulta una imperiosa necesidad la generación de habilidades y competencias para el uso, aprovechamiento y apropiación de las TIC, al ser una problemática o barrera común causante de la brecha digital de género. Por lo tanto, es recomendable continuar y robustecer el componente de capacitaciones en el programa Fuerza Mujeres, tanto para reducir la brecha digital de género, como para contribuir al fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres participantes.

Es fundamental considerar que, para lograr un uso efectivo de las TIC en la ejecución y desarrollo de empresas y emprendimiento, requiere que las personas previamente adquieran habilidades digitales básicas (Rodríguez Armas, et. al., 2020) y a partir de ahí, ir avanzando en la apropiación de la tecnología para diferentes usos. Por lo que es importante tener en cuenta que esta apropiación de la tecnología está relacionada con una experiencia personal de utilidad y beneficio. Es decir, una vez vencida la barrera de “auto-censura” para intentar adentrarse al manejo de las TIC, la acumulación de experiencias exitosas en cuanto al dominio o manejo de éstas, y sobre todo, cuando una persona experimenta un beneficio para realizar una actividad, satisfacer alguna necesidad o cumplir un objetivo, es más probable que se incremente el uso y frecuencia de uso de dicha tecnología digital.

Lo anterior resulta relevante al identificar que existe una variación tan amplia entre las habilidades digitales iniciales de las mujeres, al ingresar al programa "Fuerza Mujeres", además de las diferencias de lugar de residencia rural/urbano y distribución a lo largo del estado de Jalisco. Estas características tienen que tomarse en cuenta en el diseño de las capacitaciones. Por un lado, tendría que considerarse el nivel de habilidades digitales, y este ser un criterio para separar por grupos de beneficiarias con bases comunes que permita ir avanzando en la adquisición progresiva de habilidades digitales. Para este diagnóstico inicial y para el seguimiento posterior, puede ser de utilidad generar una herramienta de medición de habilidades digitales, con base en el mapa de habilidades digitales de la siguiente figura.

**Figura 6.** Mapa de habilidades digitales



**Fuente:** SEP, 2019, pg. 10.

En cada uno de los cuatro niveles incrementales de habilidades digitales: 1) Habilidades funcionales; 2) Alfabetización digital; 3) Programación y codificación; 4) Profesional en TIC, se desglosan actividades que se consideren dominadas, indicadas para tres categorías de nivel de apropiación y de habilidades complementarias. Considerando el perfil de emprendimientos y negocios, el nivel de alfabetización digital podría ser suficiente para generar los beneficios de las TIC para el cumplimiento de los objetivos del programa.

Para la división de grupos, se recomienda la generación de una herramienta compuesta por un componente de auto reporte en cuanto a la posibilidad de cumplimiento de las actividades desglosadas en los niveles, y complementar con otro componente donde se les pida hacer dichas actividades y sea posible confirmar que efectivamente pueden realizarlas. La construcción de un indicador que permita medir el estado original y avance puede realizarse asignando un valor igual por cada actividad autoidentificada y por cada actividad efectivamente realizada. El valor podría ser mayor para las actividades, conforme vayan incrementándose los niveles de apropiación (Básicas, Intermedias, Avanzadas). La sumatoria de las respuestas positivas dará información sobre el estado de las competencias digitales de las mujeres.

Esta categorización de variables sobre habilidades digitales, también puede ser un apoyo para la identificación de temas de capacitación para disminución de la brecha digital de género, con el objetivo de alcanzar la alfabetización digital de las beneficiarias.

Por otro lado, para el diseño de logística e implementación de las capacitaciones tendrá que considerarse la distribución al interior del estado y si la residencia de las mujeres es rural o urbana, así como el acceso o no a una conexión de Internet. En zonas rurales carentes de servicios de conexión a Internet, será necesario que las capacitaciones sean realizadas en una modalidad presencial. Para las localidades donde es posible tener puntos de conexión a Internet, se sugiere que todas las capacitaciones que se lleven a cabo en modalidad presencial tengan la opción de atenderlas también en línea, es decir, que se desarrollen en una modalidad híbrida. Por último, para propiciar el uso y dominio de TIC de las mujeres beneficiarias, se sugiere tener una agenda de capacitaciones exclusivamente en modalidad en línea.

En cuanto a las temáticas a tratar en las capacitaciones, y considerando la información recabada en los instrumentos cualitativos y cuantitativos, la revisión de literatura y de intervenciones con objetivos similares al programa Fuerza Mujeres, es posible sugerir los siguientes puntos:

- **Brindar capacitaciones en temáticas específicas para la adquisición progresiva de habilidades digitales.** Es importante que, en todos los casos, se propicie que las mujeres puedan encontrar la utilidad de dichas acciones para su vida diaria y/o para las actividades relacionadas con su negocio. Es indispensable también el acompañamiento que sea necesario a partir de asesorías “personalizadas” para que después de cada capacitación las beneficiarias tengan al menos una experiencia de éxito en la consecución de dicha acción, que les permita irse considerando competentes y ganando confianza.
- **Mantener y complementar capacitaciones en temáticas sobre desarrollo de emprendimiento y negocios.** En este punto, también es importante considerar que el nivel de avance y del tipo de negocios de cada mujer es sumamente heterogéneo, por lo que sería prudente identificar diferentes grupos con base en las necesidades de formación según el ciclo de desarrollo de su

emprendimiento o negocio. Esto sugeriría, para su mayor aprovechamiento, una planeación de capacitaciones genéricas y otras diferenciadas, para cada uno de los grupos.

- **Mantener las capacitaciones de igualdad de género**, para identificación de violencia, y de sensibilización sobre las diferentes brechas de género derivadas de una concepción estricta de los roles de género. Las mujeres encontraron de especial utilidad estas capacitaciones, incluso compartieron la información con mujeres cercanas o mamás de la escuela de sus hijos. Para complementar estas formaciones, podría ser interesante generar contenidos basados en las teorías feministas sobre el concepto de empoderamiento de las mujeres de Marcela Legarde y de Jo Rowlands.
- **Mantener capacitaciones en otros temas complementarios**. En este punto se sugiere mantener temáticas de capacitaciones que abarquen temas tangenciales a la inclusión, empoderamiento y desarrollo de negocios, como la sustentabilidad, y aquéllos relacionados con la generación de habilidades blandas y ciudadanía global. Se sugiere se siga una estructura que permita organizarlos con algún orden de ideas, como puede ser el marco teórico de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que adicionalmente forman parte de los documentos de planeación y desarrollo del gobierno del Estado.

Particularmente podría explorarse la posibilidad de construir algún módulo de sustentabilidad que aporte al eje transversal de medio ambiente contenido en el Plan Estatal de Desarrollo. En este tema particular, las mujeres beneficiarias se mostraron especialmente impactadas con la información contenida en una capacitación, incluso reportaron algún cambio de comportamiento en cuanto al uso de materiales desechables.

Por último, considerando el ejemplo de éxito en cuanto a la inclusión digital de mujeres como para el desarrollo de sus negocios, sería altamente recomendable la estructuración de un componente de mentorías, o asesorías personalizadas.

## 2- Aprovechamiento de las TIC para la gestión del programa Fuerza Mujeres

Los beneficios de las TIC pueden aprovecharse desde la gestión del programa, haciendo un uso permanente de estas herramientas para la consecución de los objetivos desde diferentes ámbitos, como la comunicación permanente, generación de materiales y apoyo a las mujeres para la comercialización de sus emprendimientos. Es importante recalcar que, dada la heterogeneidad de edad, tipo de negocios, localización geográfica, nivel de estudios, etcétera, siempre se tenga disponible la opción de una comunicación vía telefónica y en persona.

### Acciones de comunicación:

- Generar un canal de comunicación permanente y eficaz con la dirección del programa a través TIC para dudas específicas sobre utilización y aprovechamiento de las mismas, y para el uso de

la Tableta. De esta manera, al tener los canales de comunicación vía TIC, se estaría incentivando la intensidad en el uso de las mismas. Para aumentar la probabilidad de familiarización y apropiación, la comunicación por estas vías tendría que ser eficaz, con tiempos de respuesta rápidos.

- Generación de un calendario electrónico donde puedan agendar vía telefónica, chat o en línea, una capacitación personal o virtual sincrónica con algún mentor del programa.
- Hacer un aprovechamiento de materiales digitales o videos que puedan permanecer en una biblioteca para revisión permanente de las mujeres, en adición a las capacitaciones que se realicen personal o virtualmente, en temas como manuales de uso de la misma Tablet, acceso a los cursos de capacitación, o para el uso alguna aplicación adicional. Tener disponibles por cierto tiempo las grabaciones de las mentorías digitales que se organicen, para no desincentivar la participación sincrónica en las mismas.

**Acciones recomendadas para apoyos específicos en la comercialización de los productos:**

- Capacitación en uso de Facebook e Instagram para la comercialización de productos.
- Capacitación en el uso de aplicaciones telefónicas de bancos (cuando la institución financiera cuente con esta opción), específicamente que puedan realizar transferencias electrónicas y revisión de sus movimientos para identificación de depósitos o transferencias recibidas.
- Establecer una alianza con la aplicación "Toc toc Zapopan" para beneficiarias que se encuentren en el área de influencia de este sistema.
- Generación de una aplicación del programa donde puedan comercializarse los productos de las mujeres beneficiarias.
- Gestionar espacios para tener fijas "zonas de entrega" por días de la semana, donde las beneficiarias puedan entregar los productos que hayan vendido a través de redes sociales o aplicación. Al mismo tiempo esta zona puede servir como un tianguis donde puedan vender sus productos. Para tener un efecto benéfico se recomienda generar un calendario por día de la semana que sea fijo en el mismo lugar, en el interior del estado pueden ser las "Casas de cultura". De esta forma también se propicia la convivencia, para la gestación y consolidación de relaciones de confianza y de apoyo entre las mismas mujeres, que permita la eventual construcción de una "pertenencia a un grupo".

**3- Propiciar entre las mujeres apoyadas una identificación y percepción "pertenencia a un grupo"**

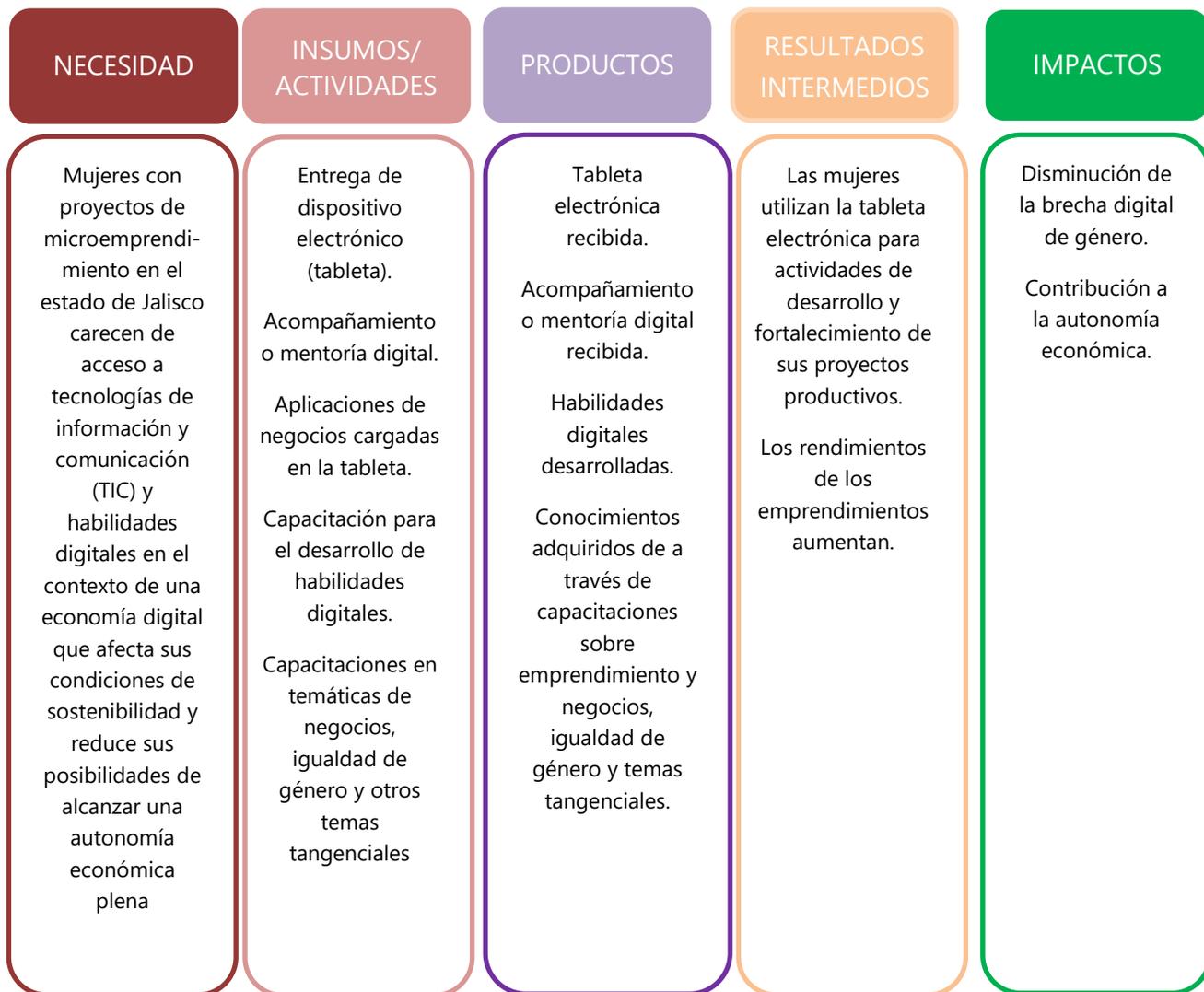
La percepción de pertenencia a un grupo se ha identificado que tiene beneficios en la dimensión personal de las mujeres, que puede aportar como mayor seguridad o confianza, que se refuerza con el apoyo que recibe de un grupo de personas con las que se comparte un objetivo común. Esto se ha identificado que puede generar en las mujeres en situación desventaja económica una sensación

de posibilidad de cambio de sus condiciones, saberse capaz de conseguir sus objetivos y particularmente de la posibilidad de generar ingresos propios. Estos pequeños cambios de autopercepción pueden ser detonantes para generar el empoderamiento de las mujeres (Quesada Resquejo, 2022).

### Acciones:

- Generar sesiones virtuales (permanentes) de no más de 1 hora de duración, donde mujeres apoyadas mediante el programa sean las protagonistas, ya sea para presentar sus historias de éxito (individual o en esquema de panel), o como mentoras de alguna capacitación digital en el uso y aprovechamiento particular de una aplicación de apoyo para sus negocios. El objetivo es darles voz a las mujeres, lo que por un lado dará confianza a las expositoras para compartir sus historias o conocimientos con otras mujeres, que se ha identificado con un efecto positivo en su autoestima y autopercepción de capacidad para hacer cosas o de liderazgo (Quesada Resquejo, 2022). Por otro lado, se ha identificado en programas similares que las mujeres, particularmente con bajas habilidades digitales, al ver que una persona con la se identifican (par) utiliza dispositivos y tecnología digital y es mentora de los mismos, al hablar su mismo lenguaje y al verla como alguien como ellas que ha logrado esa habilidad, se rompen barreras de auto-censura y de seguridad o de "posibilidad de cambio" para el conocimiento y uso de las TIC (Chang, 2021).

### TEORÍA DE CAMBIO



### RIESGOS Y SUPUESTOS

Las mujeres no tienen tiempo para dedicarlo a los procesos de formación y adquisición de habilidades digitales.  
Las mujeres tienen temores sobre el uso de los medios digitales.  
En algunos contextos se carece de infraestructura para el acceso a internet de forma estable y de buena calidad

Los dispositivos electrónicos son entregados y funcionan.  
Las mujeres asisten a las mentorías.  
Las mujeres cursan las capacitaciones.  
El diseño de las capacitaciones es pertinente.  
Las aplicaciones de negocios son útiles para las mujeres.  
Las mujeres quieren mantener sus proyectos.

## Propuesta de Indicadores de Resultados

En el estudio de Agüero, Bustelo & Viollaz (2020), se propone la construcción de un sistema de indicadores con la finalidad de generar información pertinente sobre la inclusión digital diferenciado por sexo, estableciendo las dimensiones de: acceso, uso y conocimiento de las TIC.

La dimensión de acceso, se subdivide en las variables de accesibilidad y asequibilidad, la primera referente a las oportunidades para acceder a los dispositivos y conexión a Internet, y la segunda relacionada exclusivamente con la capacidad de pago para adquirir la tecnología. La dimensión de uso se conforma por las variables de beneficios del uso y barreras para el uso. Por último, la dimensión de conocimiento se subdivide en 3 variables: habilidades digitales y educación, empleo en el sector TIC, y usos de las TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas.

Tomando en cuenta la teoría de cambio antes propuesta a continuación se presentan la propuesta de indicadores de resultados, con base en la metodología de Agüero, Bustelo & Viollaz (2020):

- **Dimensión de acceso:**
  - Porcentaje de mujeres con acceso a dispositivos TIC, por ubicación.
  - Porcentaje de mujeres con acceso a internet, por ubicación.
  - Porcentaje de personas titulares del servicio de internet en su hogar.
  - Porcentaje de personas propietarias de dispositivos TIC (teléfonos celulares, tableta, lap top o computadora), por ubicación.
  
- **Dimensión de uso:**
  - Porcentaje de mujeres que usan internet para acceder a servicios de banca en línea.
  - Porcentaje de mujeres que usa el internet para estar en contacto con sus proveedores.
  - Porcentaje de mujeres que usa el internet para estar en contacto con sus clientes.
  - Porcentaje de mujeres que usa el internet para promover sus productos o servicios en redes sociales.
  - Porcentaje de mujeres que usa el internet para ver videos o tutoriales para aprender cómo innovar sus productos o servicios.
  - Frecuencia de uso de internet para aplicaciones específicas de negocios.
  - Frecuencia de uso de internet para publicidad o dar a conocer sus productos o servicios.
  - Frecuencia de uso de dispositivo electrónico como herramienta de apoyo laboral.
  - Frecuencia de uso de dispositivo electrónico para aplicaciones específicas de negocios.

- **Dimensión de conocimientos:**

- Grado de habilidades digitales de las mujeres, con base en la construcción de un indicador que permita medir su avance (propuesto en la sección de Programa de capacitaciones de los Ejes de acción para mejora del impacto del componente de Tableta digital).
- Porcentaje de emprendimientos que cuentan con página web.
- Porcentaje de emprendimientos que reciben pedidos por internet.

Por último, para medir el incremento de los rendimientos de los emprendimientos o negocios de las mujeres se proponen el siguiente indicador:

- Promedio de estimado mensual de ganancias del emprendimiento o negocio de las mujeres beneficiadas en el semestre inmediato anterior.

El cálculo del indicador anterior supone que las beneficiarias poseen el conocimiento y llevan un registro periódico de la información contable básica de sus negocios (ingresos y gastos), para el cálculo de las ganancias mensuales de los seis meses previos a la estimación del indicador.

## **XII. Alternativas a la tableta electrónica viables para el alcance de los objetivos del programa (descripción de prácticas)**

Recientemente fue desarrollada por el BID, en el estudio de Agüero, Bustelo & Viollaz (2020), una guía con los componentes o criterios deseables para políticas públicas que tengan el objetivo de la disminución de la brecha digital de género, que contempla 4 elementos: 1) Acceso a la infraestructura y al equipamiento; 2) Empleo y promoción del sector TIC; 3) Habilidades digitales y educación; 4) Perspectiva de igualdad de género.

Desde esta perspectiva, a continuación, se exponen tres alternativas de intervenciones, tomando en cuenta los objetivos del programa Fuerza Mujeres. Para todas las alternativas se propone mantener un componente de capacitaciones, dado que la ausencia o insuficiencia de habilidades digitales son un obstáculo constante de inclusión digital, sobre todo en mujeres de mayor edad, que viven en zonas rurales, de bajos ingresos, de origen indígena y de bajos niveles de educación formal.

### **1- Tableta + Paquete de datos de acceso a Internet + Capacitaciones en habilidades digitales, conocimientos de emprendimiento e igualdad de género**

Como se ha mencionado a lo largo del estudio, las condiciones de acceso a las TIC contemplan dos elementos, el dispositivo electrónico y el acceso a Internet, así como la calidad de la conexión. Considerando que la asequibilidad de los equipos y del pago de la conexión a Internet representa una barrera muchas veces infranqueable para el uso de las TIC en actividades para el fortalecimiento de negocios o emprendimiento de las mujeres, esta alternativa resolvería el acceso de las mujeres a ambos elementos.

Esta propuesta conlleva a la posible generación de un "incentivo perverso" donde las mujeres hagan uso de los datos (limitados) de acceso a Internet para actividades que no se relacionen con sus negocios y la generación de ingresos propios, lo que llevaría al incumplimiento del objetivo de apoyar a la independencia económica de las mujeres.

## **2- Tableta + Capacitaciones en habilidades digitales y conocimientos de emprendimiento e igualdad de género + Mentorías de seguimiento personalizado**

Esta alternativa contempla la entrega de la tableta y del componente de capacitaciones, incorporando también un apoyo de mentorías proporcionadas por otras mujeres. Estas mentorías serían personalizadas con base en las necesidades de acompañamiento y a la solicitud de apoyo de cada una de las beneficiarias. De tal manera que, a cada beneficiaria se le dedicarían diferentes cantidades de tiempo de mentoría después de cada capacitación. Se esperaría que el tiempo de apoyo a través de asesorías “uno a uno” tenga una relación inversa con el nivel de habilidades digitales, donde las mujeres con menores habilidades digitales solicitarían y recibirían mayor atención.

El componente de mentorías representa un elemento que, si tiene un buen funcionamiento, podría acelerar el cumplimiento de los objetivos del programa en cuanto a la disminución de la brecha digital de género, lo que beneficiaría la sostenibilidad y rendimiento de sus negocios para alcanzar la autonomía económica.

## **3- Capacitaciones en habilidades digitales y conocimientos de emprendimiento e igualdad de género + Mentorías de seguimiento personalizado**

La última alternativa que se propone se basa en el supuesto de que todas las mujeres tienen acceso a un teléfono inteligente y éste cumple con los requisitos técnicos y de capacidad para utilizarse en actividades de desarrollo y fortalecimiento de sus emprendimientos y negocios. Adicionalmente se supone que tendrán acceso suficiente a una conexión de Internet que les permita aprovechar las TIC. Los componentes que integran esta intervención es el de capacitaciones y de mentorías personalizadas.

La debilidad de esta alternativa, con respecto a la consecución de los objetivos del programa, es que las mujeres que no cuenten con un dispositivo electrónico propio, con las características técnicas necesarias para ser una herramienta eficiente que potencie su emprendimiento y la generación de ingresos propios. Las mujeres en esta situación también verían comprometida la generación de habilidades digitales, dado que no contarían con el elemento primario para hacer uso de las TIC.

### XIII. Conclusiones

El objetivo del *Estudio diagnóstico sobre la pertinencia y efectos más significativos del apoyo en especie del programa Fuerza Mujeres en la construcción de la autonomía económica de la población objetivo para la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres (SISEMH)* fue analizar cualitativa y cuantitativamente la pertinencia del componente en especie (tableta electrónica) en los procesos de emprendimiento femenino, la contribución del uso de la tableta en la reducción de la brecha digital de género y su influencia en el alcance de mayores niveles de autonomía económica de las mujeres del estado de Jalisco.

Como se sabe, el día 11 de junio de 2013, fueron publicadas en el Diario Oficial de la Federación diversas reformas al artículo 6º en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de telecomunicaciones, para regular entre otros, el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Esta reforma es muy relevante porque reconoce el internet como un habilitador de otros derechos fundamentales como lo son el derecho a la información, el derecho a la privacidad y el derecho de acceso a las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs), a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones.

Asimismo, el acceso a internet también es necesario para asegurar el respeto de otros derechos, como el derecho a la educación, la atención de la salud o al trabajo, entre otros. Aunado a ello y a diferencia de otros medios de comunicación masiva, el acceso a internet posibilita que cualquier persona sea capaz de socializar sus ideas. El acceso a internet tiene una vocación impulsora del desarrollo personal, comunitario o social.

Pese a ello, todavía hoy en nuestras localidades rurales y ciudades, no todas las personas tienen acceso a la tecnología y por ende, a internet. Es decir, prevalece lo que se ha dado en llamar *brecha digital*, que hace referencia justamente a la diferencia en el acceso y los conocimientos, habilidades y uso de las nuevas tecnologías de la información por parte de la población. Con el avance de la sociedad de la información las brechas digitales se han ido reduciendo, cierto, sin embargo, siguen siendo palpables, como lo es la brecha digital por sexo o por razones económicas. Esto nos indica que el creciente número de usuarias/usuarios de las nuevas tecnologías o que usan internet no significa necesariamente menos exclusión y ello es un reflejo de las desigualdades ya existentes. Las personas más afectadas son las excluidas de siempre: las/los pobres de limitado nivel educativo o recursos que, aun accediendo al internet, no siempre logran utilizar este medio de tal suerte que impacte en su vida social y económica.

Si la anterior reflexión la llevamos al plano de los hallazgos de este *Estudio diagnóstico*, se puede decir que las diversas carencias de habilidades digitales observadas en la población beneficiaria para realizar actividades comerciales a través del uso de tecnología de computación tienen impactos significativos en el desarrollo, fortalecimiento y consolidación de los emprendimientos iniciados.

Sin embargo, el déficit de habilidades digitales observado no significa de manera tajante que el componente de la tableta electrónica en el programa Fuerza Mujeres no haya sido relevante y significativo para achicar la brecha digital de género. La incidencia del uso de la misma en los emprendimientos es todavía incipiente y heterogénea entre las modalidades y esquemas de apoyo del programa, pero puede ser potencialmente muy poderosa a través del fortalecimiento de procesos formativos. Por ejemplo, la evidencia empírica nos ha mostrado que el uso de la tableta favorece la comercialización de servicios y productos, reduce costos logísticos y de transacción, facilita la gestión de los proyectos (uso de aplicaciones, acceso a aprendizajes y actualizaciones sobre su giro) y mantiene conectadas a las mujeres beneficiarias con el mundo exterior, más allá de sus colonias, comunidades y municipios.

Además, la tableta electrónica puede ser una herramienta muy útil para atender la alta heterogeneidad de habilidades digitales y los procesos de comunicación, gestión y acompañamiento de los proyectos de emprendimientos, construcción de redes, retroalimentación y un canal permanente para la formación de la población beneficiaria. En la emisión 2021 del programa Fuerza Mujeres se dio un avance significativo en los procesos de sensibilización, aprendizaje y desarrollo de capacidades de las beneficiarias a través de la plataforma de capacitación diseñada por la SISEMH y donde se abordaron temas significativos para el desarrollo humano de las mujeres. Especialmente aquellos referidos a los derechos de las mujeres, a una vida libre de violencia y a la importancia de contar con un proyecto de vida propio, posibilitó que las mujeres se arriesgaran a explorar contenidos, aplicaciones y plataformas. Ello les brindó y abrió otra visión sobre la utilidad de estos recursos para múltiples actividades de la vida cotidiana y de la gestión de sus negocios y emprendimientos, a través de tutoriales sobre giros afines, gestión financiera de forma general, la formalización gradual de los negocios o el uso de herramientas prácticas para llevar contabilidad, directorios, control de inventarios, entre otros.

Ahora bien, para nadie es un secreto, que la pandemia del Covid-19 agudizó las brechas económicas y sociales, así como todo el engranaje para la operación de políticas públicas tendientes a mejorar la calidad de vida de la población femenina. El programa Fuerza Mujeres, orientado a fortalecer a mujeres emprendedoras, no fue la excepción. Para hacerse beneficiaria, recibir un apoyo económico y acceder a un programa de capacitación para el desarrollo de capacidades productivas, las participantes de la convocatoria 2021 tuvieron que estrenarse en el uso de medios digitales no solo para concursar, también para capacitarse y rendir cuentas del uso del recurso.

Durante la pandemia, la brecha de género se agravó, según lo documenta ONU Mujeres México (2021a). Más allá que de costumbre, la mayoría de las actividades del hogar y no retribuidas recayó en las mujeres. Datos de este mismo organismo (2021b) indican que la mitad de las mujeres en países de renta media y baja, usan internet móvil, con una brecha de género de 20 por ciento, es decir, en la mayoría de los países de América Latina, las mujeres tienen menos posibilidades que los hombres de tener un teléfono celular, acceso a internet y con ello, herramientas para impulsar su crecimiento personal y profesional.

Así pues, la convocatoria, el proceso de participación y los requisitos de la emisión del programa Fuerza Mujeres 2021 se caracterizó por un aprendizaje forzado en el uso de dispositivos electrónicos. Principalmente de la tableta electrónica y de un mayor uso del teléfono móvil. No fue nada sencillo ni para la instancia implementadora ni para las propias beneficiarias. En ambos casos implicó avanzar a pasos acelerados en el acompañamiento a las mujeres participantes de la convocatoria para que pudieran completar su expediente en línea, asimismo se tuvieron que diseñar nuevos contenidos para la capacitación en línea y dar seguimiento a las dudas y solicitudes de apoyo de parte de las beneficiarias, y para estas, supuso -en muchos casos- inaugurarse en el uso de las nuevas tecnologías, ante la imposibilidad de llevar a cabo actividades presenciales.

El programa brindó apoyo en tres modalidades: a) \$20,000 mil pesos a fondo perdido y tableta electrónica; b) \$24,000 mil pesos a fondo perdido y; c) \$20,000 mil pesos a fondo perdido y tableta electrónica para mujeres indígenas. Por las circunstancias de la pandemia, toda la capacitación se realizó en línea. Aquellas beneficiarias que optaron por la tableta electrónica pudieron acceder en esta a los contenidos de la capacitación y para quienes no optaron por la tableta, podían acceder a los contenidos de la capacitación en cualquier dispositivo con acceso a internet.

Sin lugar a duda, en la emisión 2021 del programa Fuerza Mujeres, el mayor desafío para las mujeres emprendedoras fue vencer la brecha tecnológica o al menos avanzar en su reducción para potenciar sus emprendimientos. Aquellas mujeres que “no están conectadas” corren el riesgo de quedarse atrás. Como ya lo vimos, en el mundo y en América Latina las mujeres representan una importante mayoría entre quienes carecen de acceso, esto es, la brecha tecnológica es una clara dimensión de la desigualdad de género y, por ende, presenta múltiples aristas para los propios emprendimientos. En ese sentido, la SISEMH optó por una perspectiva doble ante la contingencia: por un lado, con el programa Fuerza Mujeres contribuye a generar condiciones para la igualdad de las mujeres en el desarrollo empresarial, aportando una visión destinada a que crean en sí mismas, formalicen y hagan crecer sus emprendimientos y, por otro lado, al disponer del uso de la tecnología para solventar distintos momentos de la implementación del programa, empujó a las mujeres a la adopción y aplicación de estas en su propio negocio. Esta pinza entre la promoción de mujeres emprendedoras y ayudar a cerrar la brecha tecnológica de género, es muy significativa para la creación de trabajo decente y productivo.

Ya hemos venido diciendo que la propia entrega de la tableta electrónica o que los contenidos de capacitación estuvieran en formato electrónico, no resuelve por sí solo la brecha digital y un manejo adecuado de la información. En las conversaciones con las mujeres beneficiarias hay evidencia respecto al importante trabajo educativo, formativo y de superación de la brecha tecnológica que debe hacerse para que las mujeres cuenten con habilidades digitales que les permitan capitalizar todos los beneficios que las nuevas tecnologías ofrecen a sus emprendimientos.

Valgan algunas evidencias empíricas que nos muestran la experiencia de las mujeres con la tableta para comprobar que es pertinente y adecuada la política de entrega de tabletas, así como el camino formativo que habrá que pavimentar para su mayor aprovechamiento. En cuanto al uso de este dispositivo para completar actividades de organización y comercialización de sus productos y servicios, la mayoría de las mujeres que participaron en los grupos focales manifestaron que “quieren seguir aprendiendo para aprovechar las redes sociales”, mientras fueron pocas las que manifestaron que no utilizan ningún dispositivo para las actividades del emprendimiento. Todas coincidieron en la dificultad que supuso hacer la comprobación de gasto por esa vía.

De acuerdo con las beneficiarias, la principal utilidad de la tableta electrónica fue haber podido realizar por este medio la capacitación ofertada por la SISEMH y la que proporcionó la plataforma Kolibrí. Les permitió hacerlo a la hora que mejor convenía a ellas, mirar en repetidas ocasiones los contenidos, compartirlos con sus familiares y amigas, así como descubrir sus potencialidades para mejorar diversos aspectos de su negocio. Les permitió conocer cómo hacer publicidad de su productos y servicios. Les resultó una fuente de ideas para su propio desarrollo humano y para el emprendimiento. Encontraron ahí buenos consejos y guía para las actividades administrativas que supone su emprendimiento y también para su proyecto de vida.

Valoraron especialmente todos los conocimientos ofrecidos para un manejo adecuado de la contabilidad y para emprender ventas en plataformas como Mercado Libre. Muchas la utilizan cotidianamente como calculadora, para tomar fotos de sus productos, para compartir información de sus servicios vía WhatsApp o publicitarlos en Facebook o Instagram. En simultáneo, para aquellas que accedieron a la tableta, les fue de mucha utilidad para gestionar los trabajos de la escuela de sus hijas e hijos en los momentos más difíciles de la pandemia, así como para que sus hijos e hijas pudieran tomar clases en línea o buscar material para sus clases.

Nos dicen las mujeres: “hemos tenido que aprender a la fuerza a utilizar la tecnología por la pandemia” y en muchos casos las hijas e hijos fueron su principal apoyo para aprender a utilizar la tableta. Reconocen que les hace falta un mayor dominio de los recursos tecnológicos para poder aprovechar aún más la tableta. Quieren aprender a llevar sus propios inventarios, a explotar las posibilidades del celular, a seguir publicitando sus productos, a tomar diversos cursos para la producción de sus productos y servicios.

Ciertamente, también se observan resistencias para adentrarse en los recursos tecnológicos, especialmente con aquellas beneficiarias que se sienten muy alejadas de la posibilidad de desarrollar las habilidades necesarias para su utilización y prefieren seguir haciendo todo manual. Hay quienes las usaron exclusivamente para la capacitación y las mantienen guardadas o quienes no permiten que nadie de su familia utilice la tableta. Lo malo de este pobre uso es que las mujeres detienen un aprendizaje cada vez más necesario para expandir su negocio y especialmente las ventas que les permitirían mejorar sus ingresos.

El programa Fuerza Mujeres abre muchas puertas a las mujeres, comenzando por la puerta del pensamiento, el conocimiento, el autoconocimiento, la autogestión, así como las posibilidades de crecer, hacer y ser productivas y prósperas. Como se comentó al inicio, para muchas de ellas, sus negocios representan su principal fuente de ingresos y su principal fuerza. Muchos de los emprendimientos que pudimos conocer a través de la voz de las beneficiarias, nos indican que lo logrado amerita continuidad y acompañamiento para consolidar los esfuerzos realizados por las mujeres que están procurándose un mejor bienestar económico. Ello plantea un importante desafío para las instituciones del Estado que tienen bajo su responsabilidad la política social en Jalisco: la posibilidad de tender puentes que capitalicen los avances logrados por el programa para que las mujeres emprendedoras cuenten con la debida protección social. Al ser independientes, la mayoría de ellas no tiene acceso al seguro social y menos aún a servicios de salud privados. Esta falta es una fuente inagotable de preocupación si la miramos a la luz del rol que juegan estas mujeres en las estructuras familiares en las que están insertas. Cuando una beneficiaria nos dice “no tengo seguro, no me puedo dar el lujo de enfermarme porque mi hijo depende de mí y ya nos quitaron el seguro popular”, estamos ante la evidencia más contundente de la urgencia de la acción intersectorial en las nuevas políticas sociales, laborales, educativas y de salud, entre otras.

Por último, es importante destacar un tema que emergió de forma espontánea en el diagnóstico y que no formaba parte de algún objetivo específico, el cual se refiere a situaciones de violencia contra las mujeres que se manifestaron a través de las participaciones durante la fase cualitativa del estudio, en donde se compartieron historias que muestran su impacto en decisiones que en algunos casos las sujetan a estados de depresión, o en el mejor de los casos y bajo contextos de redes de apoyo que las impulsan a buscar formas de ejercer su autonomía económica mediante emprendimientos que les pueden resultar viables, como se puede apreciar en los siguientes casos:

- El primer caso es el de la madre de una mujer víctima de feminicidio, sucedido un año antes. A pesar de la gravedad del caso vivido, en el proceso de la convocatoria nunca comunicó lo sucedido a la SISEMH, de tal suerte que pudiesen canalizarla a las áreas de atención con las que cuenta la Secretaría, tanto para recibir atención psicológica como orientación jurídica, pues el caso al parecer no había avanzado prácticamente nada. Hasta que participó en uno de los grupos focales de esta consultoría, tuvo la oportunidad de compartir con otras beneficiarias esta experiencia. En ese momento pudimos constatar la urgencia de brindarle primeros auxilios psicológicos y se le canalizó directamente con las compañeras de Unidad Metropolitana de Atención Integral a Mujeres y Niñez.
- El segundo caso es de una beneficiaria cuyo marido y papá de sus hijos ejerció durante varios años violencia psicológica contra ella porque no quería que trabajara fuera de casa, quería que la mujer se dedicara al hogar y que estuviera disponible para el momento en que él descansara. Finalmente se separaron y ella se quedó con su primer hijo, embarazada del segundo y sin trabajo. Optó por trabajar por su cuenta porque no quería dejar a sus hijos pequeños y además en ningún trabajo la aceptaron embarazada. Comenzó a vender elotes, películas, huevos y todo lo que le fue posible. Aunque se había graduado de psicóloga, nunca aspiró a tener un trabajo formal o fijo porque quería tener disponibilidad para sus hijos. Cuando nació su segundo hijo decidió ser dueña de su tiempo y empezar por su cuenta desde entonces.
- El tercer caso es de una chica que a los 15 años tuvo a su primer hijo, formó una familia. Ahora va a cumplir 28 años. Vivió violencia familiar. Su pareja era un adicto a las drogas y la golpeaba. Pasó hambre. Manifestaba que tener una pareja adicta a las drogas era lo peor del mundo y que había seguido un patrón, pues su papá también fue un drogadicto y ese patrón de vida, señalaba, se lo había dado su mamá. *"Directamente fui a lo mismo"*, decía. *"Era muy joven, no pude detectar que se me venía eso, a los cuatro años de estar con él lo dejé porque me torturaba, me golpeaba horrible. Considero que soy una mujer fuerte y le pude dar fin a eso porque estaba joven y fui inteligente. Sabía que no lo necesitaba a él para seguir adelante, sabía que no lo necesitaba a él para que mi hijo fuera feliz. Se acabó esa vida"*. Posterior a ello, se metió a un trabajo donde duró cuatro años y donde descubrió sus habilidades. Manifestaba que había llegado a ese trabajo siendo una analfabeta, había dejado la preparatoria, no tenía conocimientos de una computadora ni de nada. Nos compartió: *"tal vez por esa vivencia que tuve soy una mujer más fuerte. Sé lo que quiero, sé a dónde voy y esta segunda oportunidad con mi pareja también me ha hecho saber qué es lo que quiero como mujer. No debió pasar, pero yo creo que eso me hizo más fuerte"*.

- El cuarto caso es de una mujer que vivió muchos años de violencia. Nos compartió que no era fácil para ella hablar del tema: *"honestamente mucho tiempo me dio vergüenza porque me di cuenta de que no me amaba a mí misma y mi autoestima estaba bajísima por aguantar a una persona que no me respetaba y que tenía muy mal carácter y no me apoyaba"*. Resalta que la forma en como le hablaba, como la trataba, el odio que le tenía a ella era muy grande. Manifiesta que fue difícil entender y superar la situación pensando que eso solo le pasaba a ella, pero con el paso del tiempo se dio cuenta que a todas las mujeres les pasa en algún momento. Por eso considera que es importante hablarlo, *"porque a veces una cree que el que te hablen así es normal, hay abuso físico, psicológico y emocionales. Hay abusos de todas las formas y yo no quería que mi hijo creciera viendo eso, ni aprendiera eso y yo estoy trabajando mucho con mi hijo de respetar a la mujer"*.

Como parte de los contenidos de capacitación que están precargados en la tableta electrónica, se incluyen actualmente materiales de videos que abordan estos temas y que ayudan a las mujeres a reconocer situaciones de violencia contra las mujeres que ellas pueden estar padeciendo o personas cercanas a ellas como hijas, vecinas, familiares o amigas, así como otro de los videos que presenta a algunas de las instituciones a las que se puede recurrir. Aquí se abre una oportunidad para ampliar la información de forma más detallada de los tipos de atención psicológica, jurídica y medidas de protección a los que pueden acceder, así como presentar testimoniales de mujeres que han logrado salir de ciclos de violencia y un directorio completo de instituciones por municipio con datos de contacto a las que pueden recurrir.

#### XIV. Recomendaciones

En concordancia con el planteamiento de la teoría de cambio, la revisión de buenas prácticas nacionales e internacionales, el análisis de alternativas de intervención y los hallazgos que son producto del trabajo de campo que se realizó como parte del presente diagnóstico, se proponen las siguientes acciones para mantener y mejorar la incidencia del componente en especie a través de la entrega de una tableta electrónica, las cuales se dividen en cuatro ejes estratégicos: 1) fortalecimiento de los procesos de formación en habilidades digitales, emprendimiento y desarrollo humano, 2) vía de recolección de información, gestión y acompañamiento de los proyectos de emprendimiento, 3) construcción de redes y canal de comunicación permanente con la población beneficiaria, 4) medio de detección, difusión y canalización de casos de violencias contra las mujeres.

##### 1) Fortalecimiento de los procesos de formación en habilidades digitales, emprendimiento y desarrollo humano.

- Revisión de la propuesta pedagógica de los contenidos precargados en la tableta electrónica (orden, procesos de aproximación sucesiva de contenidos) para las áreas de aprendizaje: desarrollo humano y emprendimiento-finanzas. Esto permitiría generar una estructura temática ordenada y progresiva en donde una de las alternativas podría considerar el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), así como una guía de navegación que permita reconocer los avances de cada beneficiaria en la revisión de los materiales a través de una sección personalizada de seguimiento.
- Organización de talleres de alfabetización digital para quienes carecen totalmente de habilidades digitales que puedan ser en modalidad presencial o híbrida. En el caso del interior del estado de Jalisco, podrían considerarse espacios como las casas de la cultura e institutos municipales de las mujeres que fueron lugares mencionados por las beneficiarias a donde recurrieron cuando tenían dudas de cómo usar la tableta, esto sucede cuando se trata de beneficiarias de edades mayores, quienes se sienten más seguras de una atención presencial.
- Formación de personas facilitadoras del aprendizaje de habilidades digitales quienes sean estudiantes indígenas de educación media superior y superior en los centros universitarios de la Universidad de Guadalajara u otras instituciones educativas a quienes se les pueda ofrecer una capacitación como formadores y remuneración por su participación, especialmente en sus comunidades de origen ubicadas en localidades alejadas de las cabeceras municipales como es el caso en la Región Norte del estado de Jalisco, donde es necesario un mayor número de sesiones y carga horaria de acompañamiento a las mujeres en el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información.

- Abordaje de un tema cada mes/bimestre/trimestre con toda la comunidad de beneficiarias (actuales y anteriores) a través de alguna plataforma de videollamadas para abordar aspectos que sean relevantes para su emprendimiento y desarrollo humano, en donde eventualmente se inviten a mujeres empresarias de distintas regiones del estado y a nivel nacional para compartir sus experiencias en distintos giros económicos.
- Disponibilidad de un canal permanente para establecer contacto con un equipo de soporte técnico especializado vía telefónica y en línea al que puedan acceder desde la tableta, el cual oriente a las beneficiarias en caso de dudas sobre el acceso a los contenidos de capacitación y el uso de las aplicaciones que se incluyen en la tableta electrónica.
- Implementación de mentorías permanentes para el uso del dispositivo electrónico y sus aplicaciones, como una estrategia para potencializar y ampliar su aprovechamiento, estrategia que se ha observado en otros programas que abona a los objetivos de programas similares.
- Generación de acciones que propicien una "pertenencia a un grupo", lo cual se ha identificado que tiene efectos positivos para el empoderamiento económico. En este punto también está incluida la mentoría digital a partir de pares, que también se ha identificado como una intervención más eficaz, de sentirse capaces al identificarse con quién ya hace uso de tecnologías, rompe barreras de auto-censura en el uso de TIC.
- Creación de un calendario donde puedan agendar citas presenciales o en línea con una persona mentora, para tener opciones según las edades de las beneficiarias, considerando que son las mujeres mayores quienes muestran mayor dificultad en el tema.
- Divulgación de experiencias de las beneficiarias que puedan fungir como mentoras eventuales, por ejemplo, organizando una llamada virtual donde una beneficiaria, acompañada de una mentora, genere una capacitación en línea de alguna aplicación o uso particular del dispositivo.
- Considerando los comentarios recabados en trabajo de campo de las mismas beneficiarias sobre la externalidad positiva generada por los materiales relacionados con el cuidado del medio ambiente, podría diseñarse un módulo específico de sustentabilidad y convertirse en una estrategia que abone al elemento de transversalidad de medio ambiente establecido en el Plan Estatal de Gobernanza y Desarrollo de Jalisco 2018-2024. Visión 2030.

- Se recomienda mejorar, habilitar y contar con una plataforma comunicativa y de difusión que permita estar permanentemente en contacto con la población beneficiaria; brindar información de instituciones y programas estatales para emprendimientos, espacios de atención de violencias contra las mujeres y generar redes para el intercambio de experiencias entre beneficiarias que fortalezcan y contribuyan a expandir canales de comercialización.
- Oferta de certificaciones de los cursos que se imparten a través de la tableta electrónica o mediante enlace y premiación de proyectos (modelos) con un evento virtual en el que se invite a toda la comunidad de beneficiarias de Fuerza Mujeres.

## **2) Vía de recolección de información, gestión y acompañamiento de los proyectos de emprendimiento.**

- Diseño e implementación de un sistema de información de los proyectos que permita el seguimiento en el tiempo, aún de forma posterior a la intervención, mediante instrumentos de recolección que sean respondidos a través de la tableta electrónica sobre indicadores relacionados a sus emprendimientos, aprendizajes, niveles de satisfacción y logros en materia de autonomía económica.
- Instalación en la tableta electrónica de aplicaciones gratuitas como “Treinta” u otras que permitan llevar un registro de clientes, inventario, proveedores, ventas, punto de venta, etc.
- Establecimiento de alianzas con desarrolladores de plataformas gratuitas o de bajo costo para microemprendimientos con perspectiva de género.

## **3) Construcción de redes y canal de comunicación permanente con la población beneficiaria.**

- Desarrollo de foros de discusión mensuales con apoyo de personas facilitadoras de la SISEMH para que las mujeres puedan mantenerse en comunicación y hacer alianzas en función de sus proyectos y reflexionar sobre temáticas de interés con respecto a sus emprendimientos para motivar el sentido de pertenencia a una comunidad *on-line* del programa Fuerza Mujeres.
- Apertura de grupos con actividades en línea de mujeres que comparten un mismo giro de sus emprendimientos como espacio de intercambio de experiencias.
- Eventos en línea para informar sobre programas o fuentes de acceso a financiamiento, otros recursos y opciones de formación de diferentes dependencias gubernamentales, organismos empresariales u organizaciones de la sociedad civil.

**4) Medio de detección, difusión y canalización de casos de violencias contra las mujeres.**

- Ampliación de los materiales contenidos en la tableta para la detección y acceso de las mujeres a una vida libre de violencias e información detallada sobre los servicios de atención a los que se puede recurrir.
- Incorporación en la tableta de un directorio de fácil manejo y si es posible con georreferenciación de la ubicación de instituciones estatales y municipales de atención a las violencias por municipio del estado de Jalisco.

## Bibliografía

- Agüero, A., Bustelo, M., & Viollaz, M. (2020, Marzo). *¿Desigualdades en el Mundo Digital? Brechas De Género En El Uso de las TIC*. (BID, Editor) Retrieved Enero 20, 2022 from <https://publications.iadb.org/es/desigualdades-en-el-mundo-digital-brechas-de-genero-en-el-uso-de-las-tic>
- Centro Ceibal. (2015, Mayo). *Plan Ibiritá. Inclusión digital de personas mayores*. From <https://ibirapita.org.uy/acerca-del-programa-ibirapita/>
- CEPAL. (2021). *La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad*. CEPAL.
- Chang, E. (2021, Mayo 12). *Poverty alleviation and women's empowerment when women use Tech*. Retrieved Enero 10, 2022 from Poverty Alleviation and Women's Empowerment When Women Use Tech ([taroworks.org](http://taroworks.org))
- Estavillo Flores, M. E. (2016, Mayo 11). *Habilidades Digitales y Competitividad*. (IFT, Ed.) Retrieved Enero 26, 2022 from <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/presentaciones/maria-elena-estavillo-flores/icchabilidadesdigitalesestavillo160510.pdf>
- Eticas Foundation. (2018, Mayo 1). *El ecosistema de las TIC desde la perspectiva de género en Barcelona*. (E. Foundation, Ed.) Retrieved Enero 20, 2022 from [https://eticasfoundation.org/wp-content/uploads/2020/03/MAQEcosistema\\_Tic\\_Barcelona\\_Castella.pdf](https://eticasfoundation.org/wp-content/uploads/2020/03/MAQEcosistema_Tic_Barcelona_Castella.pdf)
- Hughes , C., Pereiro, E., & Pérez, Y. (2017, Diciembre). *Estudio Exploratorio sobre el bienestar de los beneficiarios del Plan Ibirapitá*. (Centro Ceiba, Ed.) Retrieved Enero 27, 2022 from <https://ibirapita.org.uy/wp-content/uploads/2018/03/Bienestar-Ibirapita-1.pdf>
- INEGI. (2021, Junio 22). *Comunicado de Prensa Núm. 352/21*. Retrieved Enero 28, 2022 from [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH\\_2020.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf)
- INMUJERES. (2021, abril). *¿La Brecha Digital de Género ¿Una Expresión más de desigualdad? DESIGUALDAD en cifras*, 7(4), 1-2.
- Lera López, F., Hernández Nanclares, N., & Blanco Vaca, C. (2003). La "brecha digital" un reto para el desarrollo de la sociedad del conocimiento. *Revista de Economía Mundial*, 8, 119-142.
- Monclús, A., & Saban, C. (2012). La inclusión, la desigualdad y la brecha digital, como problemas y retos para las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Revista Iberoamericana de Educación*, 60(2), 1-10.
- OECD. (2001, Enero 1). *Understanding the Digital Divide, OECD Digital Economy Papers, No. 49*. (OECD, Ed.) Retrieved Enero 18, 2022 from <https://doi.org/10.1787/236405667766>.
- Pérez de Acha, G. (2018). *Brecha digital de género en México. ¿De qué hablamos cuando hablamos de acceso?* World Wide Web Foundation. From <https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-acceso.pdf>
- Pérez de Acha, G. (2018, Abril 13). *La brecha oculta en las estadísticas de acceso a internet en México*. (D. Derechos Digitales. , Producer) Retrieved Enero 20, 2022 from <https://www.derechosdigitales.org/12022/la-brecha-oculta-en-las-estadisticas-de-acceso-a-internet-en-mexico/>



- Quesada Resquejo, S. (2022). *Mujeres y programas sociales. Empoderamiento femenino a través de microfinanzas. Tesis para obtener el título de Doctora en Ciencias Sociales*. Colima, Colima: Universidad de Colima.
- u-GOB. (2020, Junio 30). *Índice de desarrollo TIC en México: la brecha digital pendiente*. Retrieved Enero 27, 2022 from <https://u-gob.com/indice-de-desarrollo-tic-en-mexico-la-brecha-digital-pendiente/>
- UNESCO. (2018, Marzo 15). *Digital skills critical for jobs and social inclusion*. From <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>
- UNESCO. (2019). *I'd blush if I could: closing gender divides in digital skills through education*. Retrieved Enero 18, 2022 from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416>

**XV. Anexos**

**Anexo 1. Descripción de participantes de estudio cualitativo.**

**Grupo Focal 1 (Presencial).** Modalidad “A” Estoy emprendiendo del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), Esquema \$20,000 y una tableta electrónica con materiales de capacitación precargados.

<b>Grupo Focal 1. Modalidad A</b> <i>Municipios del Área Metropolitana de Guadalajara</i>				
<b>Fecha:</b> jueves 2 de diciembre de 2021			<b>Horario:</b> 16:00 a 18:00 hr	
<b>Tipo de sesión:</b> Presencial			<b>Lugar:</b> Demoscópica México	
Esquema de Apoyo	Beneficiaria	Municipio	Edad	Ocupación
\$20,000 y una tableta electrónica con las capacitaciones del Programa precargadas para su consulta offline	1	El Salto	26	Venta de alimentos
	2	El Salto	38	Venta de alimentos y botanas
	3	Guadalajara	47	Venta de alimentos
	4	Tlajomulco de Zúñiga	37	Repostera
	5	Tlajomulco de Zúñiga	30	Psicóloga
	6	Tonalá	60	Venta de lencería
	7	Tonalá	55	Venta de ropa
	8	Zapopan	32	Belleza
	9	Zapopan	60	Artesana

**Grupo Focal 2 (Presencial).** Modalidad "A" Estoy emprendiendo del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), Esquema \$24,000 y acceso online a capacitación sin tableta.

<b>Grupo Focal 2. Modalidad A</b> <i>Municipios del Área Metropolitana de Guadalajara</i>				
<b>Fecha:</b> viernes 3 de diciembre de 2021			<b>Horario:</b> 16:00 a 18:00 hr	
<b>Tipo de sesión:</b> Presencial			<b>Lugar:</b> Demoskópica México	
<b>Esquema de Apoyo</b>	<b>Beneficiaria</b>	<b>Municipio</b>	<b>Edad</b>	<b>Ocupación</b>
\$24,000 y acceso online a capacitaciones (sin tableta)	1	El Salto	25	Ciber y papelería
	2	El Salto	39	Papelería
	3	San Pedro Tlaquepaque	47	Restaurante
	4	Tlajomulco de Zúñiga	21	Bazar
	5	Tonalá	28	Belleza
	6	Zapopan	56	Belleza
	7	Zapopan	46	Artesana

**Grupo Focal 3 (Virtual).** Modalidad "A" Estoy emprendiendo del interior del estado de Jalisco, Esquema \$20,000 y una tableta electrónica con materiales de capacitación precargados.

<b>Grupo Focal 3. Modalidad A</b>				
<i>Municipios del interior del estado de Jalisco con enfoque regional</i>				
<b>Fecha:</b> miércoles 8 de diciembre de 2021			<b>Horario:</b> 16:00 a 18:00 hr	
<b>Tipo de sesión:</b> Virtual			<b>Lugar:</b> Google Meet	
<b>Esquema de Apoyo</b>	<b>Beneficiaria</b>	<b>Municipio</b>	<b>Edad</b>	<b>Ocupación</b>
\$20,000 y una tableta electrónica con las capacitaciones del Programa precargadas para su consulta offline	1	Ameca	51	Belleza
	2	Atotonilco el Alto	49	Elaboración de bisutería
	3	Colotlán	61	Venta de alimentos
	4	Encarnación de Díaz	28	Elaboración de manteles
	5	Guachinango	23	Elaboración de dulces típicos
	6	Jocotepec	64	Repostera
	7	Jocotepec	59	Abarrotes y papelería
	8	Tapalpa	39	Abarrotes
	9	Pihuamo	33	Venta productos de belleza

**Grupo Focal 4 (Virtual).** Modalidad "A" Estoy emprendiendo del interior del estado de Jalisco, Esquema \$24,000 y acceso online a capacitación sin tableta.

<b>Grupo Focal 4. Modalidad A</b>				
<i>Municipios del interior del estado de Jalisco con enfoque regional</i>				
<b>Fecha:</b> jueves 9 de diciembre de 2021			<b>Horario:</b> 16:00 a 18:00 hr	
<b>Tipo de sesión:</b> Virtual			<b>Lugar:</b> Google Meet	
<b>Esquema de Apoyo</b>	<b>Beneficiaria</b>	<b>Municipio</b>	<b>Edad</b>	<b>Ocupación</b>
\$24,000 y acceso online a capacitaciones (sin tableta)	1	Ahualulco del Mercado	24	Elaboración de piñatas
	2	Guachinango	19	Venta de jabones naturales
	3	Tototlán	32	Venta de productos de limpieza
	4	Unión de San Antonio	34	Venta de productos de limpieza
	5	Villa Purificación	32	Elaboración de piñatas
	6	Zapotitlán de Vadillo	26	Repostera

**Grupo Focal 5 (Virtual).** Modalidad "B" Estoy emprendiendo del interior del estado de Jalisco, Esquema \$20,000 y una tableta electrónica con materiales de capacitación precargados.

<b>Grupo Focal 5. Modalidad B</b> <i>Municipios del Área Metropolitana de Guadalajara</i>				
<b>Fecha:</b> viernes 14 de enero de 2022			<b>Horario:</b> 16:00 a 18:00 hr	
<b>Tipo de sesión:</b> Virtual			<b>Lugar:</b> Google Meet	
<b>Esquema de Apoyo</b>	<b>Beneficiaria</b>	<b>Municipio</b>	<b>Edad</b>	<b>Ocupación</b>
\$20,000 y una tableta electrónica con las capacitaciones del Programa precargadas para su consulta offline	1	Guadalajara	26	Alimentos y bebidas
	2	Guadalajara	SD	Artesanías. Producto de palma natural
	3	Zapopan	54	Artesanías. Bordado y joyería
	4	Zapopan	35	Artesanías. Tejido, madera

**Descripción de Entrevistas en municipios de la Región Valles del Interior del estado de Jalisco.**

<b>Entrevistas. Modalidad A</b>					
<i>Municipios del interior del estado de Jalisco con enfoque regional</i>					
<b>Fecha:</b> sábado 11 de diciembre de 2021			<b>Tipo de entrevista:</b> Presencial		
<b>Beneficiaria</b>	<b>Esquema de Apoyo</b>	<b>Municipio</b>	<b>Edad</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Duración entrevista</b>
1	1	El Arenal	29	Venta de ropa	40 minutos
2	1	El Arenal	41	Abarrotes	73 minutos
3	1	El Arenal	30	Aplicación uñas	63 minutos
4	2	Amatitán	23	Aplicación uñas	38 minutos
5	2	Amatitán	33	Pastelería	48 minutos
6	2	Amatitán	33	Maquillista	50 minutos
7	1	Tequila	55	Venta de tortillas y abarrotes	24 minutos
8	1	Tequila	63	Artesana	49 minutos
9	2	Tequila	44	Pastelera	54 minutos
10	2	Tequila	39	Florista	69 minutos

**Descripción de Entrevistas en municipios de la Región Norte, Sur, Costa Sur y Ciénega del Interior del estado de Jalisco.**

<b>Entrevistas. Modalidad B</b>					
<i>Municipios del interior del estado de Jalisco con enfoque regional</i>					
<b>Fecha:</b> enero 2022			<b>Tipo de entrevista:</b> Virtual		
<b>Beneficiaria</b>	<b>Fecha</b>	<b>Municipio</b>	<b>Edad</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Duración entrevista</b>
1	12 de enero	Mezquitic. Las Tapias	SD	Artesanía y bordado	50 minutos
2	12 de enero	Mezquitic. Las Tapias	SD	Artesanía y bordado	
3	12 de enero	Cuautitlán de García Barragán	26	Siembra de limón	45 minutos
4	12 de enero	Poncitlán	34	Abarrotes	31 minutos
5	12 de enero	Cuautitlán de García Barragán	42	Venta de ropa	32 minutos
6	14 de enero	Zapotitlán de Vadillo	76	Venta de ropa	21 minutos
7	17 de enero	Mezquitic. San Miguel Huaixtita	30	Artesanía Wixárika	40 minutos
8	17 de enero	Mezquitic. San Sebastian Teponahuatlán	24	Artesanía Wixárika	42 minutos
9	17 de enero	Mezquitic. San Sebastian Teponahuatlán	38	Artesanía Wixárika	

## Anexo 2. Fotografías del trabajo de campo

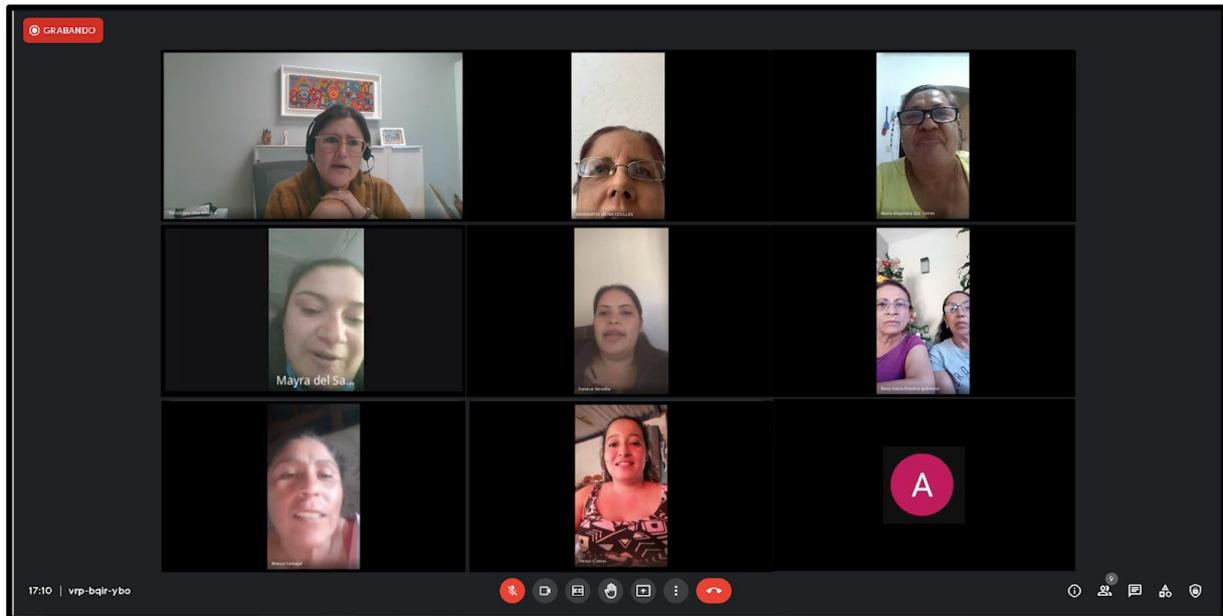
**Grupo Focal 1 (Presencial).** Modalidad "A" Estoy emprendiendo del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), esquema \$20,000 y una tableta electrónica con materiales de capacitación precargados.



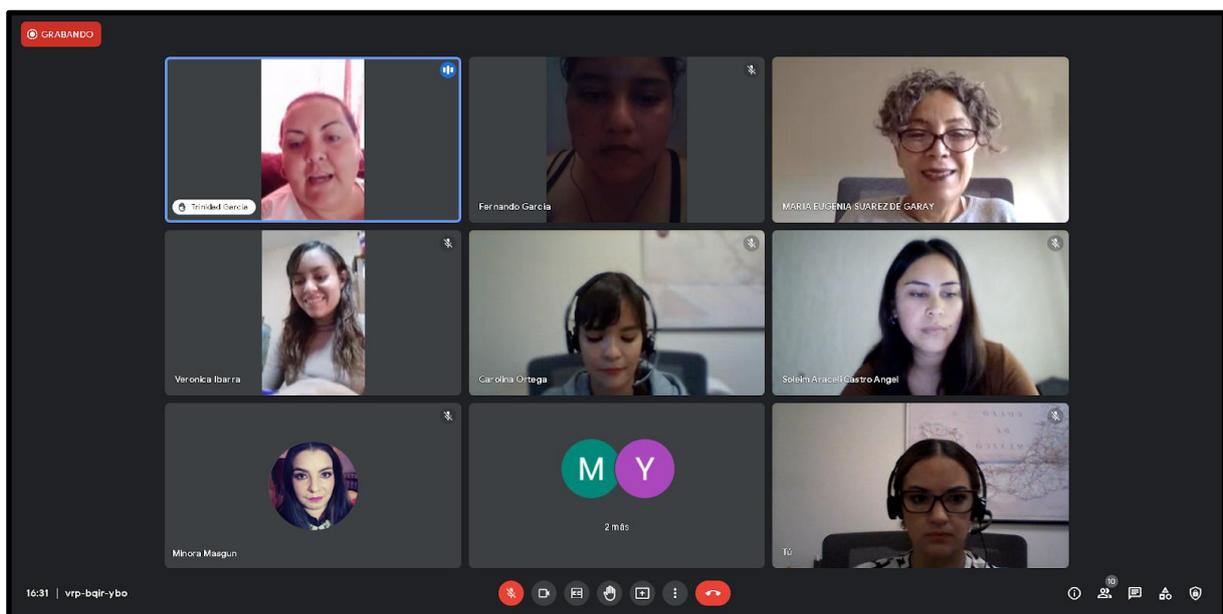
**Grupo Focal 2 (Presencial).** Modalidad "A" Estoy emprendiendo del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), esquema \$24,000 y acceso online a capacitación sin tableta.



**Grupo Focal 3 (Virtual).** Modalidad "A" Estoy emprendiendo del interior del estado de Jalisco, esquema \$20,000 y una tableta electrónica con materiales de capacitación precargados.



**Grupo Focal 4 (Virtual).** Modalidad "A" Estoy emprendiendo del interior del estado de Jalisco, esquema \$24,000 y acceso online a capacitación sin tableta.



**Grupo Focal 5 (Virtual).** Modalidad "B" Estoy emprendiendo del interior del estado de Jalisco, Esquema \$20,000 y una tableta electrónica con materiales de capacitación precargados.



**Entrevistas en municipios de la Región Valles del Interior del estado de Jalisco.**

Entrevista 1. El Arenal, Jalisco. Venta de Ropa.



Entrevista 2. El Arenal, Jalisco. Tienda de abarrotes.



Entrevista 3. El Arenal, Jalisco. Aplicación de uñas.



Entrevista 4. Amatitán, Jalisco. Aplicación de uñas.



Entrevista 6. Amatitán, Jalisco. Maquillaje profesional.



Entrevista 7. Tequila, Jalisco. Venta de tortillas y abarrotes.



Entrevista 8. Tequila, Jalisco. Elaboración de artesanías.



Entrevista 9. Tequila, Jalisco. Elaboración de pasteles.



Entrevista 10. Tequila, Jalisco. Elaboración de arreglos florales.



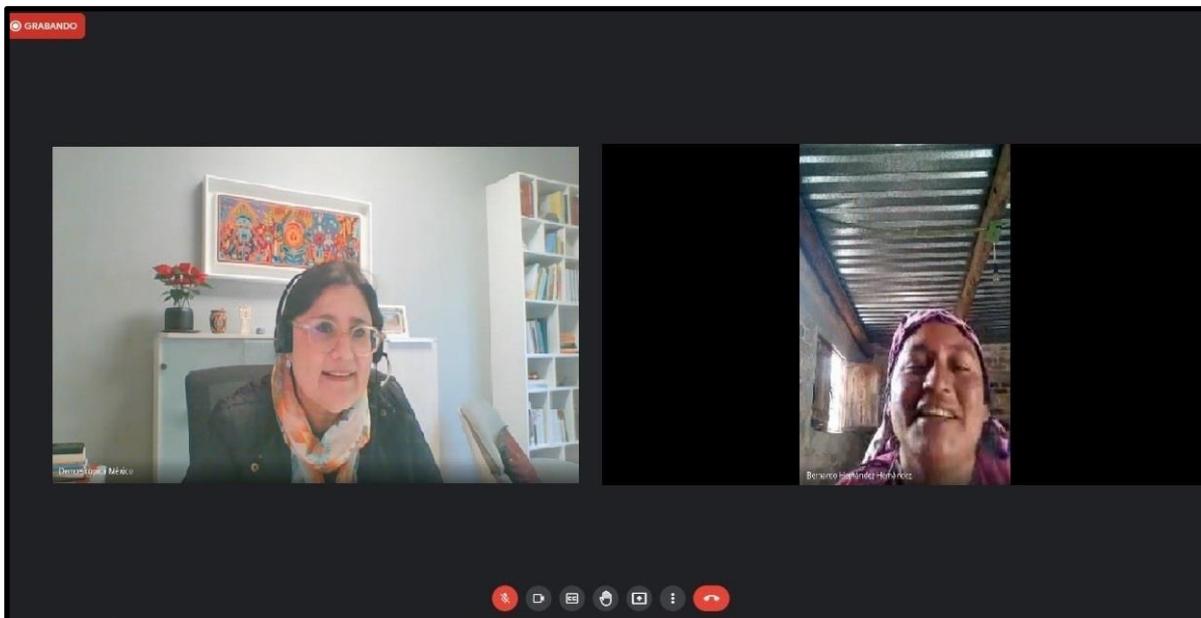
Nota: No se incluye fotografía de la entrevista número 5, ya que la beneficiaria fue visitada en donde trabaja como empleada de una pastelería.

**Entrevistas en municipios de la Región Norte, Sur, Costa Sur y Ciénega del Interior del estado de Jalisco.**

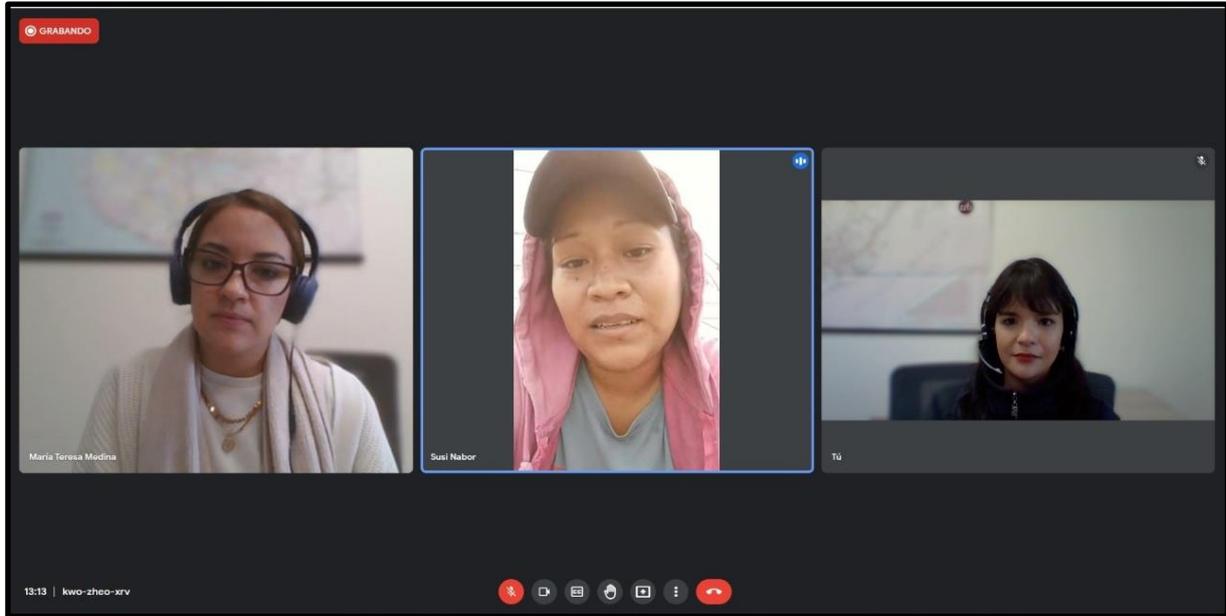
Entrevista 1. Mezquitic, Jalisco. Comunidad Las Tapias. Elaboración de artesanía y bordado.



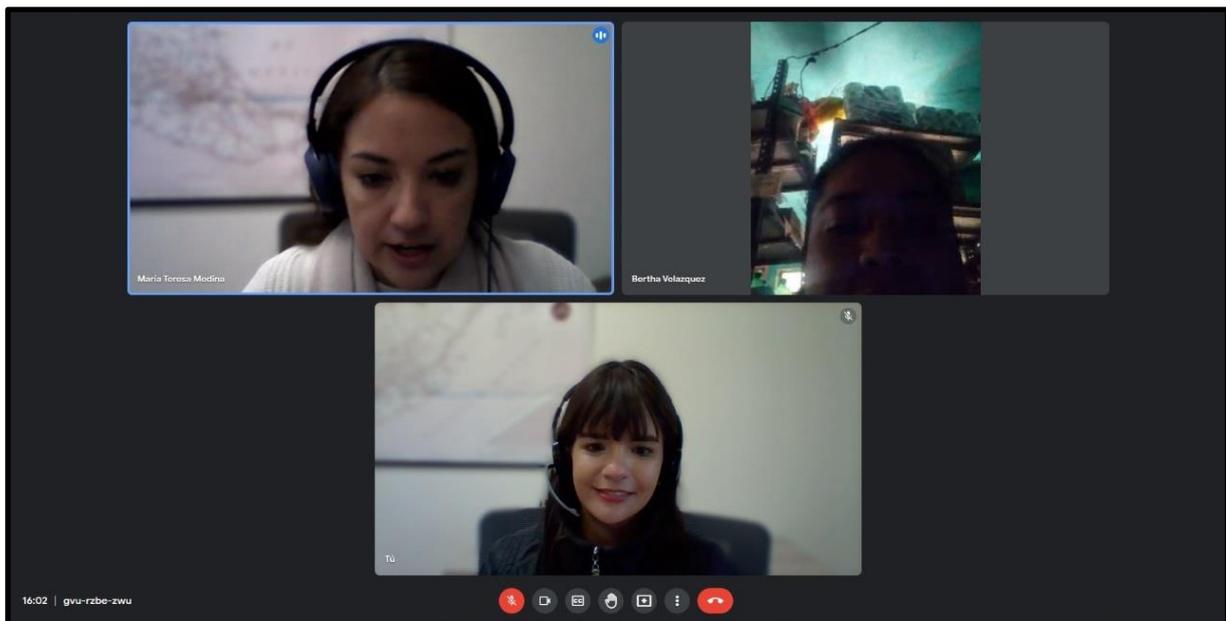
Entrevista 2. Mezquitic, Jalisco. Comunidad Las Tapias. Elaboración de artesanía y bordado.



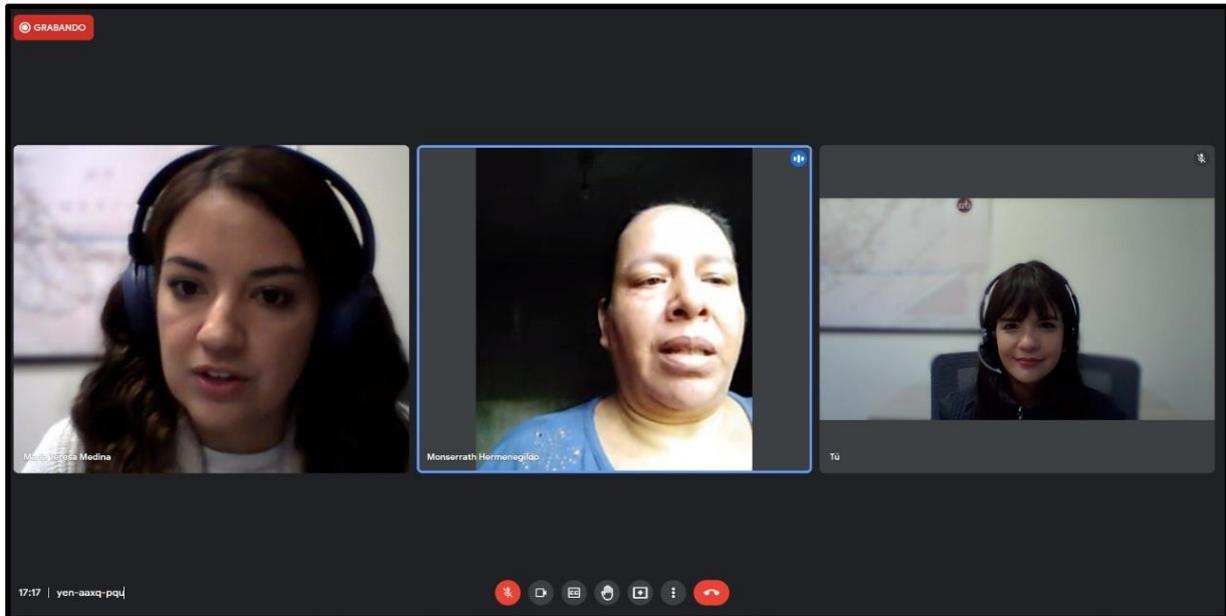
Entrevista 3. Cuautitlán de García Barragán, Jalisco. Siembra de limón.



Entrevista 4. Poncitlán, Jalisco. Tienda de abarrotes.



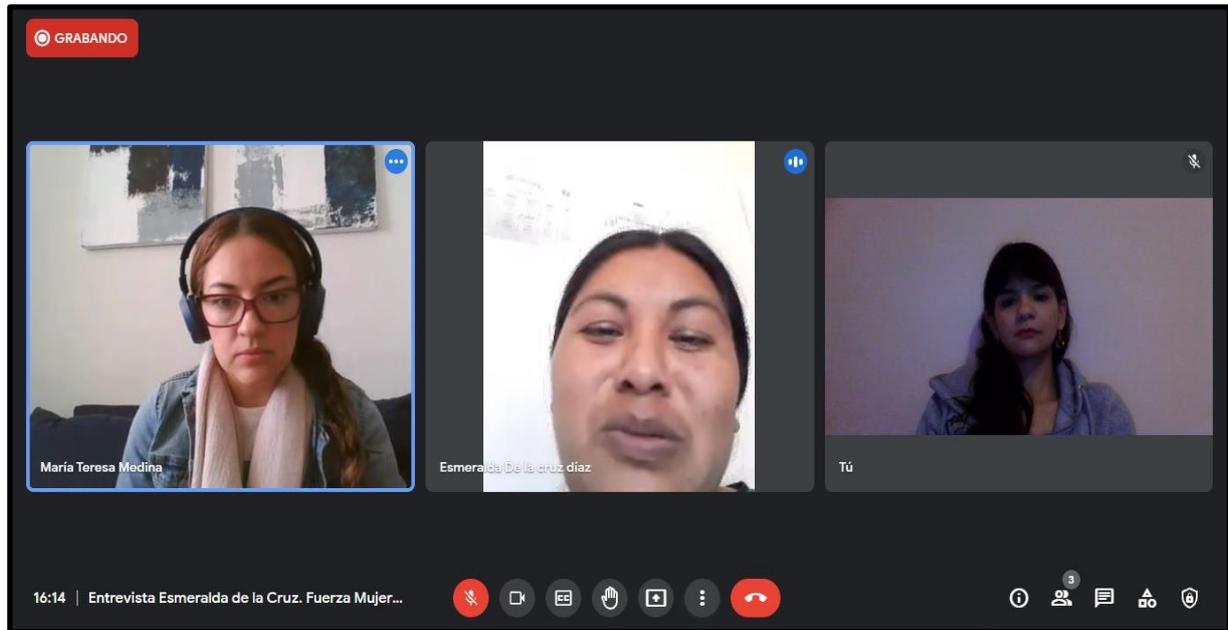
Entrevista 5. Cuautitlán de García Barragán, Jalisco. Venta de ropa.



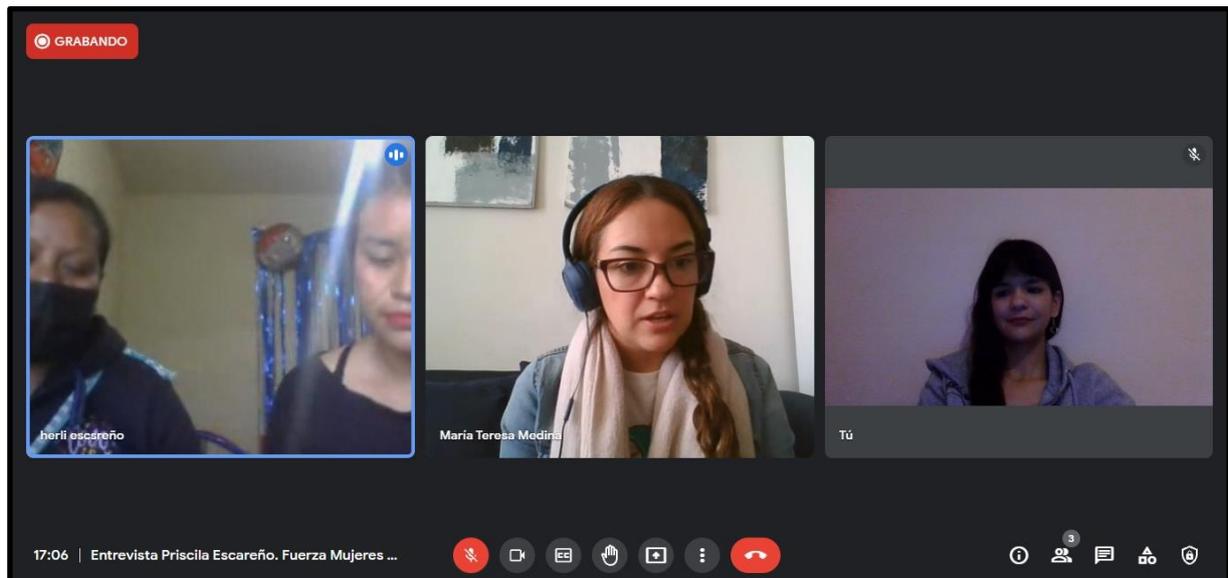
Entrevista 6. Zapotitlán de Vadillo, Jalisco. Venta de ropa.



Entrevista 7. Mezquitic, Jalisco. Comunidad San Miguel Huaixtita. Artesanía Wixárika.



Entrevista 8 y 9. Mezquitic, Jalisco. Comunidad San Sebastián Teponahuatlán. Artesanía Wixárika.



### Anexo 3. Otras experiencias en México y otros países para reducir la brecha digital de género.

PROGRAMA	LUGAR	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIAS	DEPENDENCIA / ORGANIZACIÓN
<b>Incorporación de Tecnologías de la Información</b>	Tecalitlán, Jalisco	Punto de venta "Señor pago", una tableta de siete pulgadas, un chip con año de internet gratis y una capacitación	Mujeres emprendedoras	
<b>Desarrollo de Capacidades Empresariales para Microempresas a través de las TIC</b>	Tulancingo, Hidalgo	Las comerciantes lograrán eficientizar sus negocios a través del control detallado de sus ingresos y egresos. Además, las tabletas pueden ser utilizadas como terminales bancarias para el cobro de productos y servicios con tarjetas de débito y crédito	Mujeres con negocios establecidos y formalmente constituidos	La Secretaría de Fomento Económico, a través de la Dirección de Desarrollo comercial, en coordinación con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)
<b>App Rural</b>	España	Se desarrolla una plataforma de servicios que recoge un catálogo en permanente actualización de todo tipo de aplicaciones para mejorar la calidad de vida de este colectivo y favorecer su capacidad de emprendimiento. Asimismo, dispone de material didáctico audiovisual y tutoriales bajo demanda para un mejor conocimiento de los usos concretos de estas herramientas y un blog donde las mujeres pueden compartir experiencias y asesorarse mutuamente, entre otras utilidades.	Mujeres rurales	Iniciativa financiada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y en la que colabora la fundación Fundetec
<b>Más Simple</b>	Argentina	El proyecto está destinado especialmente al empoderamiento de las mujeres que viven en áreas rurales a través del desarrollo de capacidades y servicios digitales, así como la implementación de estrategias que permitan el aprovechamiento de las	Adultos mayores y Mujeres Rurales	Ente Nacional de Comunicaciones

PROGRAMA	LUGAR	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIAS	DEPENDENCIA / ORGANIZACIÓN
		Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para una mayor independencia en sus actividades cotidianas.		
<b>Ruta Digital</b>	Chile	La ayuda se canaliza a través de la entrega de un kit digital, que consiste en un equipo Samsung Galaxy A10S con minutos ilimitados por 18 meses, 45 gigas de Internet, redes sociales gratis y cobertura en todo Chile, incluida Rapa Nui. Además, Ruta Digital contempla la realización de tres talleres para desarrollar competencias tecnológicas con enfoque de género.	Mujeres de 30 años y más	Fundación de Promoción y Desarrollo de la Mujer (Prodemu)
<b>Programa de Formación de Formadoras en Alfabetización Digital y Empoderamiento de Mujeres Rurales (Programas CERES)</b>	España	Herramienta para la facilitación de grupos de mujeres en los que se pretenda trabajar la mejora de las competencias TIC y favorecer el empoderamiento de las participantes, entendido como el proceso individual y colectivo que favorece la capacidad para la toma de decisiones, el "tener poder para". Se trata de un fenómeno que posee una vertiente individual y otra colectiva, donde son las sinergias creadas al interrelacionarnos las que generan un potencial renovado para el cambio personal y social.	Mujeres rurales	Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades

#### Anexo 4. Perfiles del equipo técnico responsable de la elaboración del diagnóstico

- **Dra. Yasodhara Silva Medina**

Doctora en Ciencias Sociales con especialidad en Sociología por la Universidad de Guadalajara y Maestra en Política y Gestión Pública por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Sus líneas principales de investigación giran en torno a desigualdad y políticas sociales. Fue becaria de la Fundación Carolina de la Escuela de Métodos de Análisis Sociopolítico en la Universidad de Salamanca. Es profesora de Investigación de la Comunicación y la Cultura I en el Departamento de Estudios Socioculturales desde el año 2012 y de Métodos y Técnicas Cuantitativas de Investigación desde 2019 en el Departamento de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos en ITESO. Desde 2018 es profesora de la Maestría en Renovación Sustentable de la Ciudad en la Escuela Superior de Arquitectura (ESARQ). Fungió como miembro-investigadora delegada de México en el Programa Internacional de Encuestas Sociales (ISSP por sus siglas en inglés) en el periodo de 2003 a 2011. Ha coordinado y participado como coordinadora general e investigadora en proyectos de diagnóstico y evaluación de diseño, procesos, consistencia y resultados de programas públicos.

- **Dra. María Eugenia Suárez De Garay**

Doctora en Antropología Social y Cultural por la Universidad Autónoma de Barcelona y Maestra en Antropología Aplicada. Desde 1994 ha sido profesora-investigadora de la Universidad de Guadalajara, donde fundó junto con otras investigadoras el Centro de Estudios de Género. También en esta Universidad se ha desempeñado en el Instituto de Investigación en Innovación y Gobernanza y actualmente es profesora-investigadora Titular C del Departamento de Estudios en Educación. Es miembro de la *Red de Políticas Públicas* de la Universidad de Guadalajara y del *Colectivo de Análisis de Seguridad con Democracia*; de la *Red Nacional por la Seguridad Ciudadanos + Policía*, México; y de la *Red Nacional de Investigadores en los Estudios Socioculturales de las Emociones*, Guadalajara. Forma parte del Grupo de Trabajo CLACSO *Policías y seguridad en regímenes democráticos*, coordinado por la Universidad de Buenos Aires y del Grupo de Trabajo CLACSO *Violencia, Políticas de Seguridad y Resistencia*, coordinado por la Universidad Veracruzana (México), el Instituto de Investigaciones Gino Germani (Argentina) y Universidad de la República (Uruguay).

- **Dra. Ana Marcela Torres Hernández**

Licenciada y Maestra en Economía, Doctora en Ciencias Económico Administrativas con especialización de Políticas Públicas por la Universidad de Guadalajara. Tiene dos certificaciones internacionales de talleres de especialización sobre evaluación de impacto en políticas y programas públicos en el instituto J-PAL LAC. Cuenta con experiencia profesional en la Evaluación y Monitoreo de programas y políticas sociales a nivel subnacional en el estado de Jalisco. Profesora de Tiempo Completo en el Centro Universitario de Tonalá de la Universidad de Guadalajara. De mayo de 2018 a abril de 2019 fue Coordinadora de Posgrados en el mismo Centro Universitario. Fungió como coordinadora de la Unidad de Internacionalización del Currículo de junio de 2019 a julio del 2020; de agosto de 2020 a febrero del 2021 fue Jefa de la Unidad de Fomento para la Internacionalización de la Coordinación de Internacionalización.

- **Psic. Julio César Galicia Orizaba**

Licenciado en Psicología por la Universidad de Guadalajara, a cargo del Área de Análisis de Datos Cualitativos y Cuantitativos en Demoskópica México, quien cuenta con amplia experiencia en el manejo de bases de datos con diferentes paquetes estadísticos (SPSS, Stata, R), visualización de datos y análisis estadístico descriptivo e inferencial de datos, así como MaxQDA y QDA Miner Lite para el análisis de datos cualitativos.

- **Psic. María Teresa Medina Romero**

Licenciada en Psicología por la Universidad de Guadalajara, a cargo del Área de Estudios Cualitativos en Demoskópica México, quien cuenta con experiencia en el reclutamiento, diseño de guías de tópicos, facilitación y moderación de grupos focales, transcripción y análisis de datos cualitativos.

- **Carolina Gutiérrez Ortega**

Estudiante de la Licenciatura en Sociología con experiencia en la integración y capacitación de equipos de investigación de campo, así como en reclutamiento, facilitación, transcripción y análisis de datos cualitativos.

- **Roberto Torres Leos**

Egresado de la Licenciatura en Geografía, responsable de la georreferenciación de muestras y análisis de datos espaciales en Demoskópica México.