

ALFABETIZACIÓN DIGITAL PARA MUJERES, EN EL DEPARTAMENTO DEL
HUILA.



Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer Es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

Autor: Edna Rocío Ángel Serrato

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001862633

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Sede Principal

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Maestría en Gerencia de la Innovación

Noviembre de 2021

ALFABETIZACIÓN DIGITAL PARA MUJERES, EN EL DEPARTAMENTO DEL
HUILA.

**Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer
Es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.**

Autor: Edna Rocío Ángel Serrato

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título Magíster en Gerencia de la
innovación

Asesor(a)

DR. Roberto Ríos

Línea de Investigación: Cultura de la Innovación

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Bogotá

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Maestría en Gerencia de la innovación

Noviembre de 2021

Dedicatoria

Dedico esta investigación a Dios, a mi familia, y a todas las mujeres rurales y urbanas de nuestro país que luchan incansablemente por la equidad de género; por salir adelante a pesar de las circunstancias y que siguen en la búsqueda de alcanzar sus sueños con determinación.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por darme un propósito de vida; a mi esposo, Julián Polo, por su apoyo incondicional en todo y paciencia; a mi hijo Joel David por ser mi motor de impulso para cumplir cada sueño e impregnarme de alegría.

A mis padres, Abel Ángel y Gloria Serrato, de los cuales recibí todo el apoyo para el desarrollo de investigación; en especial a mi mamá, Trabajadora Social incansable que, con su visión hacia la equidad de género, me orientó y me permitió conocer a las mujeres protagonistas de este proyecto y es quien me impulsó a que esta investigación se hiciera realidad. Agradecida también a mis hermanos que me dieron sus críticas constructivas también desde la mirada psicológica y social.

Agradecida con La Fundación Misión y Vida que me abrió las puertas para el desarrollo de la investigación con el programa “Mujer Es”. Un especial agradecimiento a María Esther Ardila, Líder del Consejo Comunitario de Mujeres de Neiva y del Colectivo de mujeres Trenzadas Somos Más en el Departamento del Huila. a Flor Ardila y Cielo Segura, lideresas de la Comuna 5 de la ciudad de Neiva; a Liliana Andrade Líder de Asobostpa, Asociación de Mujeres rurales del Bosque Seco Tropical del municipio de Aipe, Huila; a Sindy y a Fabiola Toledo y a Lucisley.

A todas ellas gracias, porque participaron activamente en la investigación y con su trabajo arduo en la reivindicación de los derechos de la mujer, me permitieron tener una mayor sensibilidad social para la construcción de la propuesta. Agradezco a todos los profesores y profesoras que me orientaron en el desarrollo de esta investigación desde su especialidad, en especial a Doctor Roberto Ríos, Director de trabajo de grado, por su orientación a lo largo de este camino, su voto de confianza en este proyecto y sus aportes en este trabajo.

Tabla de Contenido

Lista de Tablas	VII
Lista de Figuras	VIII
Lista de Anexos	IV
Resumen	X
Abstract	XI
Introducción	12
Justificación.....	14
1.0. Problema de Investigación	15
1.1. Estado del Arte.....	15
1.2. Problema de Investigación.....	21
1.3. Objetivos.....	23
2.0. Marco de Referencia	24
2.1.Marco Conceptual	24
2.2.Marco Teórico	28
2.3.Marco Espacial.....	57
3.0. Aspectos Metodológicos.....	58
3.1. Tipo de Investigación.....	58
3.2. Enfoque de Investigación	58
3.3.Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	58
3.4.Informantes.....	60
3.5.Tratamiento y análisis de resultados.....	60
4.0.Resultados.....	61
4.5.Conclusiones y prospectiva.....	88

Lista de Tablas

Tabla No.1 Innovación económica-tecnológica e innovación Social	32
Tabla No.2 Mapa de Empatía	78
Tabla No.3 Matriz de Síntesis.....	80
Tabla No 4. Cronograma Programa Alfabetización Digital.....	87

Lista de Figuras

Figura No.1 Ruta para la Innovación Social	33
Figura No.2 Matriz de estados de la Transformación Digital.....	43
Figura No.3 Instrumentos vinculados para la generación del Plan de Transformación Digital.....	45
Figura No.4 Componentes de la Alfabetización digital.....	49
Figura No 5 Proceso de Design Thinking.....	52
Figura No 6 Template Mapa de Empatía.....	54
Figura No 7 Template Matriz de Síntesis.....	55

Lista de Anexos

Anexo No.1 Guión Entrevista Semiestructurada.....	99
Anexo No.2 Guión Grupo Focal.....	102
Anexo No.3 Video Prototipo y Testeo del Programa.....	104

Resumen

La siguiente Investigación tiene como objetivo principal elaborar una propuesta de Alfabetización para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer Es” de la Fundación Misión y Vida, en el departamento del Huila, aplicando la Metodología Design Thinking. Esta Investigación es de tipo descriptiva y de enfoque cualitativa, que aplicó como instrumentos para la recolección de datos la entrevista y grupos focales. Para la interpretación de los datos, se aplicó el pensamiento de diseño, como metodología para la Innovación, lo cual permitió poner en el centro las necesidades principales las mujeres, en cuanto a la Alfabetización Digital, pero también, la necesidad del empoderamiento de sus roles como mujer en lo público.

Los resultados de la Investigación, permitieron construir una propuesta de Alfabetización Digital centrado en el desarrollo de habilidades digitales y uso de las TIC buscando empoderar a las mujeres desde el liderazgo que tienen en sus Organizaciones y/o emprendimientos, partiendo el proceso de aprendizaje buscando superar los miedos en el uso de estas herramientas hasta el impulso de su autonomía financiera. La investigación concluyó que es necesario capacitar a las mujeres en el desarrollo de habilidades digitales, puede ayudar a superar las brechas, pero para hacerlo de manera integral, se ve necesario incluir la perspectiva de género, que permita conectar a las mujeres con el mundo, creando redes de apoyo que les permita superar otras problemáticas como lo son las violencias género, maltrato físico y psicológico, etc. De igual manera, se ve necesario replicar y escalar hacia otras Organizaciones y Colectivos para generar un mayor impacto.

Palabras clave: Innovación, Innovación Social, Alfabetización Digital, Brechas digitales de género, transformación digital.

Abstract

The main objective of the following Research is to develop a Literacy proposal for women who benefit from the “Mujer Es” program of the Fundación Misión y Vida, in the department of Huila, applying the Design Thinking Methodology. This research count with a descriptive and qualitative type of approach, which applied as instruments for data collection the interview and focus groups. For the data interpretation, design thinking was applied as a methodology for Innovation, which allowed to work with the main women needs as a focal topic, in terms of Digital Literacy, but also, the need to empower their roles as a woman in a public environment.

The results of the Research allowed to build a Digital Literacy proposal focused on the development of digital skills and the use of TIC, seeking to empower women from the leadership they have in their organizations and / or enterprises, starting the learning process seeking to overcome the fears in the use of these tools to the boost of their financial autonomy. The research concluded that it is necessary to train women in the development of digital skills, it can help to overcome the gaps, but to do it in a comprehensive way, it is necessary to include the gender perspective, which allows connecting women with the world, creating support networks that allow them to overcome other problems such as gender violence, physical and psychological abuse, etc. Similarly, it is necessary to replicate and scale to other Organizations and Collectives to generate a greater impact.

Keywords: Innovation, Social Innovation, Digital Literacy, Digital gender gaps, digital transformation.

Introducción

La Investigación “Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer Es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia; parte de las brechas digitales, como una de las principales causas de la desigualdad de género.

La CEPAL (2013), define estas brechas como la diferencia que existe entre hombres y mujeres en el acceso a equipos informáticos, dispositivos electrónicos e Internet (TIC). Así mismo plantea dos tipos de brecha; donde la primera se refiere a la falta de acceso a computadoras y a conexión a Internet, y la segunda, se relacionada con las habilidades para el uso de dispositivos y recursos tecnológicos.

De allí que la Investigación parte de la necesidad de superar la segunda brecha digital de género, como la barrera más difícil de superar, ya que las mujeres siguen teniendo mayor desventaja frente a los hombres, en cuanto a que tienen un uso más restringido y tienen menor destreza tecnológica.

La Investigación se aplica en la Fundación Social Misión y Vida, ubicada en el Departamento del Huila, tomando el programa de mujeres beneficiarias “Mujer ES”, al cual pertenecen mujeres con posiciones de liderazgo como edilesas, pertenecen al Concejo Comunitario de Mujeres en Neiva, o lideran Organizaciones y Colectivos en zona rural del Departamento del Huila.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

12

Dentro de la Investigación se identifica que, estas mujeres son reflejo de la problemática mencionada anteriormente y pese a que durante la pandemia, se vieron obligadas a digitalizarse, no conocen todo el potencial que tienen las TICS para el empoderamiento de sus liderazgos y emprendimientos.

Lo anterior permitió plantear como objetivo de la investigación, la creación de un sistema de capacitación para la Alfabetización Digital por medio de la metodología Design Thinking, que permitió poner en el centro las mujeres, sus necesidades y de esta manera construir la propuesta.

A partir de este objetivo, la investigación partió de un diagnóstico que permitió determinar el conocimiento de herramientas digitales y las TICS disponibles por medio de la aplicación de entrevistas, grupos focales y hallar oportunidades por medio de la metodología mencionada anteriormente.

El resultado de la investigación aplicando la metodología Design Thinkg, permitió construir una propuesta de alfabetización a la medida de las mujeres, buscando desarrollar habilidades digitales, especialmente para el desarrollo de proyectos de sus Organización. De igual manera, la investigación concluye que, es necesario tener una capacitación más integral, que aborde su empoderamiento también en cuanto su autoestima y autonomía financiera.

Justificación

La presente Investigación buscó por medio de una propuesta de Alfabetización Digital cerrar brechas digitales en las mujeres beneficiarias del programa “Mujer Es”, de la Fundación Social Misión y Vida, buscando aportar el Objetivo 5 de Desarrollo Sostenible “lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a las mujeres y niñas”, como derecho fundamental y fundamento para construir un mundo próspero y sostenible.

Así mismo parte del uso de las nuevas Tecnologías como “una herramienta clave para lograr un mayor empoderamiento de las mujeres, pues permiten el desarrollo educativo, facilitan el relacionamiento, el acceso al mercado laboral, la participación ciudadana, entre otras. “como lo afirma MINTIC (2020).

La propuesta de Alfabetización Digital además de superar las brechas digitales de género, busca aportar en los objetivos mundiales ODS, ya que el desarrollo de habilidades digitales, puede traer efectos positivos como lo son el mejoramiento en la calidad de vida, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo.

Es de destacar la importancia de la Investigación en el marco de la Gerencia de la Innovación, pues es necesario seguir creando soluciones pertinentes que permitan el empoderamiento y la igualdad de género, que siguen siendo prioridad en las agendas mundiales y de los territorios.

1.0 El Problema de Investigación

1.1 Estado del Arte

A nivel Internacional, se destacan algunas investigaciones sobre el uso de las TIC y la alfabetización digital para el empoderamiento de la mujer:

En la investigación de la doctora del Prete y María del Mar Camacho Martí (2013), “Las TIC como herramienta de empoderamiento para el colectivo de mujeres mayores. El caso de la comarca del Montsiá (Cataluña)”, hicieron uso de las TIC para el empoderamiento y construcción del conocimiento del colectivo de mujeres, que trajo como resultado un cambio significativo sobre la percepción que ellas tenían de sí mismas.

La Alfabetización Digital de estas mujeres, consistió en el desarrollo de talleres dirigidos que en aspectos como el auto concepto, habilidades informáticas y el empoderamiento. El resultado de lo anterior trajo consigo una muestra fotográfica de todo el trabajo realizado con sus respectivas descripciones. Esto permitió abrir el II Congreso de las mujeres del Montsiá, en el cual se proyectó el video “la tecnología en el patrimonio de la memoria”, como resultado del trabajo llevado a cabo.

Por medio de cinco sesiones, las mujeres de la comunidad lograron adquirir habilidades informáticas a través de la observación directa. La alfabetización digital permitió romper con las ideas que tenían las mujeres acerca de sus capacidades, luego de enfrentarse al uso de un ordenador; herramienta que consideraban solo de dominio de las más jóvenes. Así mismo, se observó un cambio de discurso, dejando de un lado la desconfianza y poca participación en las clases, logrando mayor seguridad de ellas y sus capacidades.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

15

Irán Guadalupe Guerrero Tejero, en su investigación, “No eres tan inteligente, computadora: articulaciones necesarias entre alfabetizaciones digitales y reconfiguración identitaria en la EPJA mexicana” (2019), articula dentro de la alfabetización digital los saberes de la gente y sus preocupaciones en el desarrollo de talleres experimentales.

En este caso, los talleres experimentales fueron dirigidos a personas jóvenes y adultas en Michoacán, México, dedicadas a la venta de artesanías, la distribución de materiales de construcción y el cultivo de hortalizas. Los talleres se basaron en prácticas colectivas de diseño y escritura, que permitieron el trabajo colectivo para discutir ideas, crear o revisar nuevas herramientas.

Las investigadoras concluyen que es posible crear espacios educativos en localidades rurales y urbanas, en condiciones de escaso equipamiento y conectividades, planteando un enfoque pedagógico desde la creación y el diseño a partir del reconocimiento de las prácticas sociales, por medio de la producción escrita o el diseño.

Con respecto a la alfabetización digital, la investigación concluye que no es un asunto técnico o de equipos, sino un asunto humano relacionado con la idea de educación a la que aspiramos, y reconoce que la brecha digital no está en los recursos, sino en las prácticas sociales, es decir, en lo que la gente puede hacer con la tecnología disponible.

En Colombia, Alba Lucía Cruz Castillo, Érika Lorena Rodríguez Uricoechea, Érica Lizeth González Lugo, Laura Valentina Arévalo Lozano, en su investigación, “Empoderamiento femenino y económico por medio de la alfabetización digital: conformar territorio a través de la sororidad” (2019); plantean la Alfabetización digital como una estrategia de empoderamiento femenino de las mujeres rurales en el municipio de El Rosal, en el departamento de Cundinamarca.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

16

La estrategia impulsó la creación de espacios virtuales para que las mujeres tuvieran una voz y fortalecieran su lazos sociales y comunitarios en su territorio por medio de la alfabetización digital. La primera fase de este ejercicio contempló la metodología de mapas vivos territoriales (MVT), con el fin de entender las expectativas del territorio; posteriormente, el proceso de formación se abordó desde la educación popular, visibilizando la condición y posición de las mujeres, activando la sororidad entre ellas para la construcción de oportunidades y calidad de vida.

El resultado final de la alfabetización digital trajo consigo el proyecto, “Empoderamiento y sororidad: YouTuber a los 30 y+”, en el que ellas desarrollaron contenido que visibilizaron sus roles como mujer y sus ideas de emprendimiento. El proyecto contribuyó a reducir las brechas de desigualdad de género, proporcionando espacios de participación y autonomía.

Jacqueline Herrera Lozano, en su trabajo de investigación “Proyecto Educativo Mujer Rur@l Digital” (2020), plantea una propuesta de mejora al programa por medio de la alfabetización digital para las mujeres rurales, beneficiarias de la Fundación Rincones de Amor y Paz del municipio del Espinal, Tolima.

Bajo el modelo CIPP, permitió evaluar el contexto de las mujeres y a través de un programa de alfabetización digital desde la perspectiva de la teoría del aprendizaje significativo, que trajo como resultado el desarrollo de seis actividades que enseñaban el uso de herramientas ofimáticas, básicas y tecnológicas, lo cual permitió que ellas construyeran su propio conocimiento sin alejarlo de su realidad y contexto; dándole significado a lo pedagógico, psicológico y social.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

17

Dentro de los aprendizajes la investigadora concluye, la importancia del involucramiento y el interés por la continuidad del proceso desde la entidad y así mismo, el patrocinio de estas mujeres para participar en las jornadas de capacitaciones, ya que muchas de ellas vivían lejos de la ciudad.

Alejandra González Álvarez y Jefferson Andrés Agudelo Ríos, en su investigación, “Alfabetización Digital A Mujeres de la Comunidad San Isidro, Puerto Caldas del Municipio de Pereira, una propuesta Educativa basada en el método Andragógico para el mejoramiento de la país social”; incluyen este método y el aprendizaje significativo dentro del proceso de alfabetización digital, ya que permite con una estrategia de educación infantil, poner por encima los saberes previos y los intereses particulares de cada individuo, evitando las metodologías “invasoras” de mera repetición y la no integración del conocimiento.

La aplicación de la Andragogía en el programa permitió disminuir la brecha digital en la comunidad, por medio de la participación y horizontalidad, logrando un mayor dinamismo en el proceso de enseñanza y aprendizaje con la población adulta. Dentro de los aprendizajes que tienen los investigadores, se destaca la importancia de conocer las dinámicas de la población y sus intereses frente a los procesos de formación que se desarrollan en su comunidad, ya que, al ser poblaciones marginadas de las TIC, priorizan otros tipos de proyectos.

Así mismo, es necesario flexibilizar el tiempo de ejecución de las actividades, como premisa del método andragógico en donde “el adulto aprende lo que quiera y cuándo lo quiera hacer”; que puede ser una delgada línea en donde el participante puede confundir el principio de asistir o no a las clases.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

18

En el Departamento del Huila, no se evidencia ninguna investigación asociada a la mujer y la alfabetización digital, sin embargo, se destacan trabajos que se han desarrollado desde la educación en diferentes Instituciones:

Es el caso de Francly Yoheny Rodríguez Carrillo y Mirlenny Carvajal Murcia, que en su trabajo de investigación “Ambientes Virtuales de Aprendizajes (AVA) como estrategia didáctica para el fortalecimiento de la lectura crítica en estudiantes de media vocacional del municipio de Pitalito, Huila” (2020) ; proponen la implementación de los (AVA) en un currículo institucional, como una herramienta de aprendizaje para el fomento de la lectura, promoviendo el dinamismo, el autoaprendizaje, la autonomía, autogestión y trabajo cooperativo.

La aplicación de la metodología trajo como resultado en la Institución educativa, sentido de pertenencia al grupo y a las actividades a desarrollar. Así mismo, concluye que, pese a que los estudiantes eran nativos digitales, no eran expertos en el manejo de la informática y en la apropiación de las TIC en aras del conocimiento, puesto que el uso más frecuente de las herramientas digitales se enfoca más en acciones entretenimiento, comunicación y dispersión.

De igual forma, los investigadores destacan que los Ambientes Virtuales de Aprendizajes (AVA), fueron un gran aliado para los procesos de enseñanza, ya que permitió en la Institución educativa adquirir competencias de lectura crítica, desarrollando habilidades para elaborar predicciones, sacar conclusiones, opinar a partir de la postura del autor y compartir postulados expuestos en un texto.

Por otro lado, Aixa Yalila Neira Herrán, en su trabajo de Investigación, “ Valoración del uso de recursos Digitales como apoyo en la formación de los estudiantes del grado Once de la Institución Educativa Las Acacias, en la Plata, Huila” (2019) ; buscó comprobar el uso pedagógico de los

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

19

recursos digitales en los estudiantes, y llegó a la conclusión que no se usan con miras al aprendizaje y su preparación profesional, sino que se enfocan a prácticas de uso y actitudes de consumo de contenidos digitales en las redes sociales y aplicaciones para ver videos, jugar o escuchar música.

De igual forma, precisa que el espacio del Kiosco Vive Digital ubicado en el municipio, no cumple con la prestación del servicio como, la captación en temas de cultura digital, uso masivo de herramientas TIC y competencias digitales. Por lo cual, este tipo de espacios no aportan al empoderamiento digital de las poblaciones o grupos vulnerables que carecen de posibilidades de acceso y uso de conectividad.

Sobre la misma línea, Engelberto Rodríguez Burgos, destaca en su investigación el “Nivel de uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) en los estudiantes básica secundaria y media de la Institución Educativa Villa Fátima de Pitalito, Huila” (2018); que la mayoría de los estudiantes saben usar internet o tienen conocimiento de ofimática; sin embargo, tiene poca disponibilidad de computadores o conectividad en casa.

De igual forma, la investigación evidencia que los estudiantes presentaron fortalezas en el uso de equipos como los Smartphone, el portátil o el SmarTV o el uso de Aplicaciones como Shareit, el cual no necesita internet para utilizarlo. Con el anterior diagnóstico, la investigación realiza algunas recomendaciones como, por ejemplo, la importancia de la actualización constante de los docentes en conocimientos relacionados con la tecnología y su articulación en los procesos educativos en su aula.

Además de interesarse en conocer las habilidades de los estudiantes en el uso de la TIC, gestionar e involucrar la participación y apoyo de los entes territoriales de educación para facilitar espacios que favorezcan la implementación de herramientas tecnológica en sus métodos de enseñanza.

1.2 Problema de Investigación

En Colombia, hay 22,6 millones de mujeres que equivalen al 51,2% de la población total país (Dane, 2018). En el informe “Mujeres y Hombres: Brechas de género en Colombia” (DANE y ONU Mujeres, 2020), se evidencia a nivel nacional una brecha de 20,8 puntos porcentuales entre hombres y mujeres. El departamento del Huila, tiene una de las brechas más altas de participación, llegando a unos 28,7 puntos porcentuales, superando así la media del país.

En cuanto a desempleo; 3 de cada 10 mujeres colombianas de 15 años en adelante, no cuentan con ingresos propios, a diferencia de 1 de cada 10 hombres. Es así como la tasa de desempleo en las mujeres representa un 22,9%, mientras que, para los hombres, representa el 13,8%.

Las brechas digitales se constituyen en una de las causas de la desigualdad de género a nivel mundial. El Informe “Womens Rights Online. Closing the digital gap for a more equal world” (World Wide Foundation, 2020); afirma que los hombres tienen un 21% más de probabilidades de conectarse a Internet que las mujeres, aumentando hasta un 52% más de probabilidad en los países menos desarrollados del mundo.

Por otra parte, el informe destaca la brecha digital de género no solamente como el acceso básico a Internet, sino que se centra en la conectividad significativa, donde se destaca el uso regular de Internet, dispositivos apropiados, suficientes datos y conexión rápida. De allí que se reporta, que en el caso Colombia, el acceso a esta conectividad significativa alcanza casi la paridad entre hombres y mujeres resultando una brecha digital de género del 17%.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

21

El informe resalta que una de las barreras para el acceso a Internet, se debe a la falta de habilidades digitales, donde se evidencia que el 45% de los usuarios que no lo usan, se debe a que no saben cómo utilizarlo. En el caso de las mujeres rurales, la alfabetización digital se convierte en la barrera particular para estar desconectadas, en comparación al 45% de los hombres que viven zonas rurales.

La Fundación Social Misión y Vida y las mujeres beneficiadas de su programa “Mujer ES”, son un reflejo de las cifras mencionadas anteriormente. Las mujeres beneficiaras del programa, tienen posiciones de liderazgo importantes en diferentes Organizaciones y Colectivos en zonas rurales del departamento del Huila y otras, en zonas rural de Neiva.

Pese a que la mayoría de ellas tuvieron que obligarse a digitalizarse durante la Pandemia, algunas no tienen buena señal de comunicación, o cuentan con un celular de baja capacidad, lo cual trae como efecto el aislamiento social y desigualdad en el acceso de la información.

Durante la pandemia, algunas de ellas lograron tener conexión WIFI en sus casas y pese a que la mayoría no cuentan con un nivel académico superior al bachillerato, están familiarizadas con el celular y es el dispositivo que tienen al alcance para comunicarse y gestionar desde ahí sus emprendimientos o proyectos. Sin embargo, no conocen todo el potencial que tienen las TICS para el mejoramiento del día a día de ellas y las personas que las rodean.

La mayoría de ellas son mujeres dedicadas al hogar, pero en paralelo ejercen como lideresas de Juntas de Acción Comunal o son Lideresas de Organizaciones de mujeres que buscan luchar por la igualdad de género. Y aunque ellas tengan esta posición de liderazgo, existe falta de apoyo de sus familias o compañeros permanentes que impulsen el empoderamiento de sus trabajos, que trae como efecto la falta de visibilidad de rol como mujer en lo público, pobreza, desigualdad y exclusión social.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

22

Con base a lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo superar el analfabetismo digital de las Mujeres beneficiarias del programa “¿Mujer Es”, de la Fundación Social Misión y Vida, mediante la utilización de metodologías para la innovación?

1.3 Objetivos

Objetivo General

- Elaborar una propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujeres Es” de la Fundación Misión y Vida, en el departamento del Huila, aplicando la metodología Design Thinking.

Objetivo Específicos

- ✓ Elaborar un diagnóstico para determinar el nivel de conocimiento de herramientas digitales de las Mujeres beneficiarias del programa “Mujer Es”, de la Fundación Misión y Vida.
- ✓ Realizar un análisis de las TIC más pertinentes según el contexto por medio de la metodología Design Thinking.
- ✓ Crear una propuesta de alfabetización Digital, que permita la apropiación y el uso de herramientas básicas digitales.

2.0 Marco de Referencia

2.1 Marco Conceptual

Innovación:

Para la OCDE (2018), “la innovación es más que una nueva idea o una invención. Es la introducción de un nuevo o un producto significativamente mejorado, disponible para empresas, personas u organizaciones”.

Roberto Ríos (2016), define la innovación “en la utilización del conocimiento disponible, esto es el capital intelectual de base o que se pueda conseguir y que sea pertinente para establecer un proceso que permita el cumplimiento de un objetivo. La innovación es igual a novedad más éxito financiero si se habla de la empresa, o novedad más éxito social, si se habla de comunidad”.

Según el libro verde de la Innovación (1996): “innovación es sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y la sociedad”.

Innovación Social

La OCDE (2011), define la innovación social como “ una forma de busca encontrar respuestas a los problemas sociales mediante: La identificación y entrega de nuevos servicios que mejoren la calidad de vida de los individuos y las comunidades; la identificación y la implementación de nuevos procesos de interacción del mercado de trabajo, nuevas competencias, nuevos empleos y nuevas formas de participación, así como diversos elementos que cada uno contribuya a mejorar la posición de los individuos en la población activa”.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

24

El Parque Científico de Innovación Social de Uniminuto (PCIS, 2021), define la innovación social como una nueva solución a un problema o necesidad de una comunidad, solución que puede ser un producto, un servicio, una práctica o modelo de gestión que, puede ser más eficiente que una solución eficiente en una comunidad, o puede ser traída de otros lugares y apropiada por la comunidad”.

La CEPAL (2017) define la innovación social como “nuevas formas de gestión, de administración, de ejecución, nuevos instrumentos o herramientas, nuevas combinaciones de factores orientadas a mejorar las condiciones sociales y de vida en generar de la población de una región.”

Transformación Digital

MINTIC, en el Marco de la Transformación digital para el estado colombiano (2020), se define como un cambio que no solamente se define por un conjunto de tecnologías emergentes, sino “por la transición hacia nuevos productos y servicios que se desarrollan a partir de la infraestructura digital actualmente disponible”.

Innpulsa Colombia (2019), define la Transformación Digital como “el uso y apropiación de las tecnologías de información combinadas con la capacidad de liderazgo y cambio organizacional para mejorar o cambiar radicalmente el desempeño y el modelo de negocio de las empresas”.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2020), la Transformación Digital “es la integración de la tecnología en todas las áreas de una empresa, lo que trae como resultado cambios fundamentales en la forma en que operan y en cómo generan valor a los clientes.”

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

25

Alfabetización Digital:

En el artículo de Badwen (2002), sobre conceptos de alfabetización digital, se cita a la Royal Society of Arts, que la define como “la acreditación de aquellas destrezas prácticas en tecnologías de la información necesarias para el trabajo y sin dudas, para la vida diaria.”

Así mismo, el artículo “Alfabetización Digital: un peldaño hacia la sociedad de la Información” (2008), destaca el concepto expuesto del III Congreso Online Observatorio para la Cibersociedad, en el que se plantea la alfabetización digital no solo como la formación sobre el correcto uso de tecnologías, sino también “la forma de proporcionar competencias a los individuos para interpretar la información, valorarla y ser capaz de crear sus propios mensajes.”

El Artículo de “La alfabetización digital: una herramienta para alcanzar el desarrollo y la equidad den los países de América Latina y el Caribe” (Silvera, 2005) , cita a la definición de Bernal Pérez, como “el conocimiento y manejo de las herramientas digitales”, en el cuál enfatiza en el aspecto ético a la información digital, buscando que las personas fortalezcan “habilidades para orientarse satisfactoriamente en la red, que ayudará a las personas a descubrir, usar y evaluar fuentes de información que posibiliten su desarrollo, tan profesional como humano.”

Brecha Digital de Género

Para la CEPAL (2013), la Brecha digital de Género, “se refiere a las diferencias entre hombres y mujeres en el acceso a equipos informáticos y en el uso de dispositivos e Internet (TIC)”.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

26

La Brecha digital se refiere a “la desigualdad que existe entre personas, empresas o determinadas zonas geográficas en cuanto al acceso a las TIC. Sin este acceso, una parte de la población carece de las llamadas “habilidades digitales”.

Design Thinking

El libro Design Thinking, lidera el presente. Crea el futuro (2016) destaca la definición de Tim Brown, CEO de IDEO, como “una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente y en una oportunidad de mercado.”

Para Ortega y Blázquez (2015), Design Thinking es “una manera de resolver problemas reduciendo y aumentando las posibilidades de éxito; busca centrarse en las necesidades humanas y de ahí observa y crea prototipos y los prueba”.

Connect Bogotá Región (Connect Bogotá Región, 2020), afirma que Design Thinking es una “Metodología que se base en la forma que tienen los diseñadores de abordar la resolución de problemas, y pretende acercar el enfoque de diseño a la empresa haciéndolo más tangible y menos abstracto”.

2.2 Marco Teórico:

Innovación:

El Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), establece en su Objetivo número XIV, en los Objetivos de Desarrollo Sostenible; a la Innovación como “Motor fundamental para el crecimiento y desarrollo económico de un país” y así mismo destaca que, a través de este, se pueden reducir brechas digitales para garantizar el derecho al acceso de la información.

La ley 1995 de 2019, en el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo de 2018-2022, establece dentro de sus tres pactos estructurales como tercer pilar, la Equidad; en el que la Innovación y la Transformación Digital, son parte fundamental para buscar igualdad de oportunidades para todos, buscando la inclusión social y la inclusión productiva de los colombianos.

Según el Manual de Oslo (2005), para que haya innovación, el producto, proceso, método de comercialización o método de organización deben ser nuevos o significativamente mejorados. Cualquier tipo de innovación en producto, proceso o servicio, se caracteriza por haber sido introducido o lanzado al mercado.

Tipos de Innovación:

El Manual de Oslo (2018) clasifica cuatro tipos de innovación:

1. Innovación de producto: se trata de la introducción de un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado. Puede mejorar significativamente características técnicas, componentes y materiales, facilidad de uso u otras características funcionales.

2. Innovación en proceso: es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Los cambios significativos se pueden dar en técnicas, materiales y/o programas informáticos. Las innovaciones de proceso permiten disminuir costes de producción o de distribución, buscan mejorar la calidad, o producir nuevos productos o mejorados.

3. Innovación en mercadotecnia: este tipo de innovación busca aplicar un nuevo método de comercialización que implique cambios en el diseño o en el envasado del producto, su posicionamiento y promoción. La innovación en mercadotecnia, busca satisfacer las necesidades de los consumidores, abrir nuevos mercados o posicionar en el mercado una nueva manera de un producto con el objetivo de aumentar ventas.

4. Innovación en organización: es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa. El objetivo de este tipo de innovación es mejorar los resultados de una empresa reduciendo costes administrativos o de transacción, buscando mejorar la satisfacción en el trabajo o reduciendo costos en los suministros.

Clasificación de la Innovación:

De acuerdo con Parra (2011), la innovación se clasifica en:

- **Innovación radical:** es cuando la innovación permite crear un producto o servicio que no existe en el mercado. Este tipo de innovación logra que las Organizaciones generen ventajas competitivas.
- **Innovación incremental:** permite modificar algo ya existente; busca incrementar el valor agregado que percibe el usuario y produce una ventaja competitiva al corto plazo.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

29

- **Innovación en producto:** busca crear un nuevo producto o mejorar uno existente.
- **Innovación en el modelo de negocio:** busca cambiar la manera como se le entrega valor al cliente, buscando obtener beneficios de productos y servicios que ofrece una empresa.

Por otro lado, Shepherd (2012) destaca a la Innovación Social, como otra forma de innovación que busca generar impacto social, que no es estrictamente económica, buscando que sea aceptada y apropiada por la comunidad.

Proceso de Innovación:

Según Morales (2013). “no existe un proceso universal para innovar que se adapte para todas las empresas”, sin embargo, el autor plantea cinco etapas fundamentales:

Etapas 1. Identificar oportunidades de Innovación: las Organizaciones deben identificar las oportunidades del mercado, entendiendo las necesidades del cliente, sumando las tendencias del mercado y las capacidades de la empresa.

Etapas 2. Generar ideas creativas: a partir de la identificación de esa oportunidad de innovación, se pueden generar ideas creativas por medios de metodologías que permitan detonarlas. Las ideas pueden venir también de cuestionar de cómo se hacen las cosas de la Organización.

Etapas 3. Evaluar ideas: es necesario realizar una evaluación de las ideas que se generan para entender cuál es la que genera mayor valor a la Organización.

Etapas 4. Desarrollar el proyecto de Innovación: en esta etapa las ideas deben transformarse en un producto o servicio que se puede convertir en un prototipo. El prototipo permite a la Organización probar y validar a bajo costo y sin riesgos.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

30

Etapas 5. Lanzar y comunicar la Innovación: en esta última etapa la idea desarrollada se lanza al mercado y al cliente final. Se deben medir los resultados económicos y se evalúa si la innovación agregó valor a la Organización.

Innovación Social

El Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 (DNP, 2019) considera que la innovación en Colombia, juega un rol importante, considerando que es una herramienta que crea valor público, permitiendo desde el Programa de Prosperidad Social y su Grupo Interno de Trabajo de Innovación Social, crear alternativas para resolver retos que enfrenta la población que vive en situación de pobreza en el país.

Características de la Innovación Social

De acuerdo a Morales, Gutiérrez (2009), La innovación social se diferencia de otras innovaciones a través de los siguientes elementos:

- a. **Originalidad:** la innovación social no se destaca tanto por complejidad técnica, sino por su eficacia para resolver problemas con poca burocracia.
- b. **Manejo de Intangibles:** La innovación social también podría ubicarse en el ámbito de innovación de productos y servicios, como de procesos, con una elevada participación de activos intangibles, comprendiendo iniciativas o proyectos que mejoren el bienestar social y/o cohesión social; de igual forma plantea no resignarse ante situaciones como la exclusión, el hambre y la pobreza, el cambio climático, etc.

La siguiente tabla especifica algunas diferencias entre innovación social e Innovación económica:

Tabla No.1 Innovación económica-tecnológica e innovación Social

Cuadro 2. Innovación económico–tecnológica e innovación social		
Tipo de innovación	Innovación económica	Innovación Social
Utilización de Factores	Intensiva en capital financiero	Intensiva en capital intelectual (humano y relacional)
Orientación básica	Crear situaciones monopolísticas (producto único) que genere altas rentabilidades	Cubrir necesidades amplias de grupos sociales a bajo coste con gran impacto
Necesidades de protección	Alta para garantizar el esfuerzo inversor y dilatar la situación monopolista	Muy baja. Cuanto más se extiendan más cumplen su fin. Riesgo de fracaso por utilización “nominal” sin <i>know-how</i>
Complejidad	Creciente a nivel tecnológico	Creciente a nivel relacional

Nota. Recuperado de “Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales”, por Morales Gutiérrez, 2009, Página 154 (<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3021589>).

- c. **Son Imitables, transferibles, reproducibles con impacto global:** tiene una perspectiva de innovación abierta, dado a que busca que la solución se expanda y se difunda. La Glocalización, es vuelve un componente fundamental, dado a que deben ser iniciativas que se piensen desde lo global y tengan un impacto en lo local.
- d. **Buscan solucionar problemas sociales:** las necesidades humanas se convierten en la motivación principal de la solución.
- e. **Es intensiva en capital social-relacional:** la innovación social requiere unos niveles adecuados de capital social, de cooperación a nivel micro y de acción colectiva implicada en la

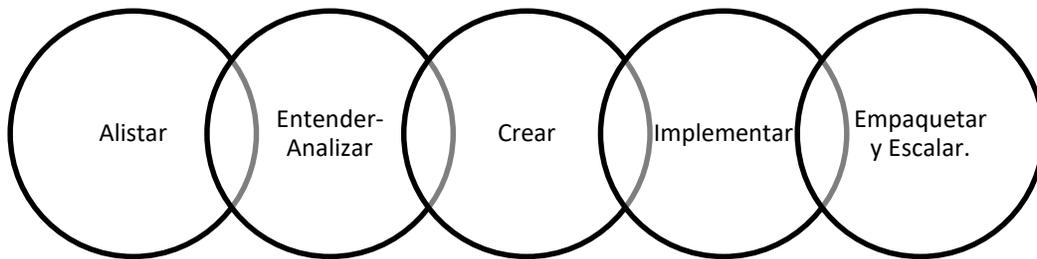
iniciativa; se necesita tener relaciones fuertes intercomunitarias, como la cooperación de instituciones públicas y una ciudadanía articulada a nivel macro.

Pasos para desarrollar Innovación Social:

El Parque Científico de Innovación Social (PCIS, 2021), plantea una ruta de cinco etapas para desarrollar una idea o solución de un problema de tal forma que se convierta en Innovación Social. La siguiente ilustración presenta la ruta bajo estas cinco etapas:

Figura 1.

Ruta para la Innovación Social



Nota. La figura muestra las cinco etapas para hacer que una idea o proyecto sea Innovación Social. Tomado de “Ruta de Innovación Social. Paso a paso para desarrollar Innovaciones sociales”, PCIS, Uniminuto, 2021, Página 1.

Etapas 1: Alistar

En esta etapa se define el problema a resolver a partir de cinco pasos:

a. Paso 1. Identificar la problemática: en ese primer paso se define cuál es la situación problemática que se quiere abordar y quiénes serían los destinatarios de la solución que se va a diseñar.

b. Paso 2. Delimitar un marco de referencia de la situación problemática: se deben definir elementos como el territorio en donde se encuentra la comunidad que sufre el problema, los involucrados o grupo de interés, marcos legales relacionados al problema, socios del proyecto y sus intereses e ideas iniciales para la solución.

c. Paso 3. Conformar un equipo de diseño: en este paso se deben identificar las personas socias que integrarán el equipo de diseño, es importante tener un proceso participativo basado en el saber tradicional de la comunidad y el saber científico de los investigadores.

d. Paso 4. Definir la estrategia de enlace comunitario: se debe establecer con qué personas o grupos de la comunidad se va a generar una relación, inicialmente informativa para luego trabajar en conjunto.

e. Paso 5. Establecer las tareas a realizar para continuar las etapas de la RUTA: en esta etapa se define un cronograma de actividades, responsables, presupuesto y financiación requerida.

Etapa 2: Entender- Analizar

En esta etapa se pasa del entendimiento del problema desde un escritorio, al diálogo con la comunidad que permitan entender la problemática a mayor profundidad. En esta fase, se abordan los cinco pasos siguientes del proceso:

f. Paso 6. Entender el territorio: en este paso se debe afinar y delimitar el territorio, e identificar los recursos y capacidades que tiene el territorio y la comunidad.

g. Paso 7. Analizar los involucrados: el éxito o fracaso de una solución puede estar determinado por las acciones de los involucrados. Los beneficiarios pueden ser grandes aliados o pueden convertirse en detractores que implican el desarrollo de una solución.

h. Paso 8. Estructurar el problema: en este paso se determinan las variables que conforman la situación a partir del diálogo con la comunidad, consulta de grupos de interés, elaboración de encuestas, observación de comunidad y contexto, talleres de construcción participativa y documentos de resultados de investigación.

i. Paso 9. Buscar soluciones que se hayan implementado en otros lugares: se debe hacer vigilancia tecnológica, para poder identificar otras soluciones que hayan sido implementadas. Se pueden analizar invenciones patentadas, producción científica y desarrollo de entidades sociales.

j. Paso 10. Construir la Teoría del Cambio y redefinir el Reto de Diseño: cuando se habla del cambio de una situación actual, no se habla de proponer una solución específica, sino los insumos y actividades que caracterizan la solución. El reto de diseño es la pregunta de cómo lograr el cambio, en este caso, se debe alinear al equipo de diseño unos objetivos y el alcance de la solución.

La hoja de ruta precisa que en la etapa de Entender-Analizar, se debe generar un documento análisis que consolide toda la información recolectada e interpretada.

Etapa 3: Crear

En esta etapa se arranca el proceso de ideación a partir del entendimiento de la problemática y del conocimiento interiorizado del diálogo de los saberes de la comunidad. Una vez identificada la idea solución se debe crear prototipos que lo materialicen. Los prototipos pueden tener un enfoque experiencial, que ayudan a las personas a sentir y ver la idea. El prototipo también puede ser por medio de una representación visual que describe y desarrolla la idea de solución. El prototipo puede ser de tipo exploratorio, evaluativo (para probar en grupo reducid de personas), o de comunicación (se presenta la idea de solución a audiencias específicas que por lo general no están familiarizados con el trabajo desarrollado por el equipo).

Esta etapa se compone de cinco pasos siguientes:

Paso 11. Explorar soluciones: por medio de lluvia de ideas, el equipo de diseño podrá pensar en posibles soluciones al problema. Posteriormente, se deben sintetizar las ideas y seleccionar las mejores, para que luego se desarrollen prototipos exploratorios.

Paso 12. Diseñar el prototipo evaluativo: en este paso se debe describir detalladamente la idea de la solución; de igual manera, se debe identificar los elementos que se quieren probar y cómo se hará. Por cada elemento de la solución que se quiere probar, se debe desarrollar un prototipo.

Paso 13. Construir un prototipo evaluativo: el prototipo se debe construir teniendo en cuenta que se pueden crear prototipos de cualquier cosa, pero se deben construir que así mismo pueden ser desechables, por lo que no debería invertirse mucho tiempo al desarrollo de un prototipo. El

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

36

prototipo está diseñado para responder preguntas específicas y se debe construir lo suficiente para aprender, por lo tanto, para obtener resultados confiables debe ser lo más real posible.

Paso 14. Probar y Observar: en este último paso, el prototipo se presenta a usuarios reales para poder tener unos resultados y posteriormente unos hallazgos.

Paso 15. Desarrollar el Producto Mínimo Viable: en este paso se puede materializar la idea de la solución, acompañado con un documento que recoge aprendizajes obtenidos en el ciclo de prototipado y validación. Este documento puede complementarse con un prototipo de comunicación, cuyo objetivo será presentar la idea a posibles aliados potenciales que puedan facilitar el proceso de desarrollo.

Etapa 4: Implementar

En esta etapa se formula y se crea un proyecto que entre el Producto Mínimo Viable (PMV) a destinatarios para evaluar su desempeño real. De esta manera, se busca perfeccionar la oferta de valor del PMV hasta lograr un producto que se convertirá en una Tecnología Social.

La etapa se resume en cinco pasos:

Paso 16. Formular el proyecto: en este paso se diseña la matriz de planificación del proyecto, se definen objetivos, actividades, insumos, indicadores, fuentes de verificación y supuestos o riesgos del proyecto.

Paso 17. Financiar el proyecto: se requiere más que un excelente producto para ser financiado, se debe hacer la búsqueda activa de oportunidades, contactar posibles financiadores, y para eso se deben hacer presentaciones muy vendedoras y buenas formulaciones de proyecto.

Paso 18. Ejecutar y controlar el proyecto: para este paso se debe dar el cumplimiento del alcance, cronograma y presupuesto del proyecto. El control del proyecto permite conocer las

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

37

dificultades y así mismo, tener la visibilidad del estado futuro del proyecto para poder hacer modificaciones de ser necesario.

Paso 19. Evaluar la implementación del proyecto y desempeño del Producto Mínimo

Viable: la evaluación del proyecto se hace una vez se finaliza su implementación, Según la OCDE, los proyectos deben evaluarse midiendo el grado de eficacia con respecto al logro de los objetivos; desde la eficiencia se deben medir que los recursos se convierten económicamente en resultados. Se debe evaluar si el proyecto fue pertinente y congruente con los requisitos de los destinatarios y que es sostenible a lo largo del tiempo.

Paso 20. Mejorar el producto: en este paso, se toman en cuentas los resultados de la evaluación de desempeño del producto PMV, con el fin de buscar mejorar el producto, es importante verificar que es eficaz, eficiente y genera una propuesta de valor.

Etapa 5: Empaquetar-Escalar

En esta última etapa se empieza a hacer un proceso de transferencia a un sistema más amplio, de allí es importante el proceso de estructuración del conocimiento (empaquetar) y el de transferencia de éste (Escalar).

Empaquetar- Escalar, se desarrolla a través de cinco pasos:

Paso 21. Conformar la Tecnología Social: es necesario empaquetar la innovación social, lo cual significa que se debe ordenar y consolidar todo el conocimiento generado, adaptado y utilizado a lo largo del proyecto. Cuando el conocimiento se ha empaquetado que dice que se ha construido una “Tecnología Social”; la cual debe considerar la descripción detallada de la solución, los elementos que la componen, instrucciones de cómo materializarla o fabricarla.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

38

Paso 22. Proteger la Tecnología Social: la tecnología social puede protegerse en Colombia y en más de 36 países gracias al Convenio de Berna. Algunas formas de protección son derechos de autor, registro de propiedad industrial y licenciamiento Creative Commons.

Paso 23. Defina la estrategia de escalamiento: en este paso busca escalar la Tecnología Social desarrollada con el objetivo de dejar de ser local y pase a ser transferida a otras personas o comunidades que afrontan situaciones problemáticas similares a las que dieron lugar a la solución desarrollada.

Paso 24. Entregar la Tecnología Social: existen dos maneras de entregar una Tecnología social; se puede operar bajo los principios de “Ciencia Abierta”, donde se opta por la apertura y transparencia en torno al conocimiento que fundamenta a la tecnología. La Tecnología social puede ser comercializable por algunos socios que conforman el equipo y que lo promuevan como emprendimiento social.

Paso 25. Finalizar la Ruta: cuanto la Tecnología Social ha sido transferida a otros propietarios, por lo cual, se da finalizada la ruta. Terminar la ruta no significa terminar la relación entre los socios, se pueden presentar nuevas problemáticas que puedan tener un inicio en la fase de alistar e iniciar una nueva innovación social.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

39

Transformación Digital

En Colombia, el Plan Nacional de Desarrollo 2018- 2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la equidad” (DNP, 2019), incluye un Pacto por la Transformación Digital, que tiene como premisa “Gobierno, Empresas y Hogares conectados con la era del conocimiento”, buscando cerrar brechas digitales en todos los territorios.

El departamento del Huila en su Plan de Desarrollo Departamental 2020, 2023 “Huila Crece” (Gobernación del Huila, 2020), se establece en el sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC, como componente central la conectividad, la apropiación de las TIC y Transformación Digital con el fin de aumentar la inclusión digital en las zonas rurales del Huila. Así mismo, se resalta en el plan, que la Transformación Digital ayudará a mejorar la competitividad del departamento, incidiendo en la economía y el empleo.

Según La Cámara de Comercio de Bogotá (2020), La Transformación Digital, es la creación de nuevas estrategias y modelos de negocio que generan valor a clientes y organizaciones, gracias al uso de tecnologías que conducen al logro de objetivos.”; Afirma también que es necesaria para reinventarse, dar respuesta a los cambios del entorno, y así mismo requiere una visión de futuro, un cambio de mentalidad y cultura dentro de la organización.

MINTIC e INNpulsa Colombia (2018), plantean un modelo de madurez de Transformación Digital (MMTD), el cual consiste en un esquema que permite identificar los niveles de digitalización que puede tener una organización en sus procesos, y a partir de este diagnóstico, construir un plan de ruta para la Transformación Digital.

El Modelo de Madurez para la Transformación Digital integra elementos como:

- Análisis de cinco categorías de procesos que componen la cadena de valor genérica de una empresa.
- Evaluación de los procesos de negocio, el cual considera aspectos como la ventaja competitiva, el sector económico al que pertenece, su ubicación en la cadena de valor, oportunidades y amenazas.
- Formulación de rutas de transformación que se diseñan a partir de los resultados de un diagnóstico, buscando la transición a niveles superiores de madurez digital.

Habilitadores para la Transformación Digital

Las organizaciones necesitan otros elementos distintos a la tecnología para elevar su nivel de Transformación Digital. De allí que surge la importancia de la dimensión “Habilitadores para la Transformación Digital”, que permiten crear una cultura digital que permita a las personas que trabajan.

Estos habilitadoras digitales se resumen en tres categorías:

1. **Modelo de negocio, estrategia y gobierno:** recoge las oportunidades que las tecnologías digitales pueden aportar al negocio.
2. **Organización, competencia y cultura digital:** comprende el desarrollo de competencias digitales de las personas de la organización (conocimientos, habilidades y actitudes).

3. Vigilancia y Seguimiento de la Tecnología: se refiere a la capacidad de la organización para identificar, conocer e incorporar las tecnologías digitales críticas que afectan su negocio, ya sean que se hagan medios propios y terceros.

Diagnóstico de Madurez para la Transformación Digital

Es importante evaluar el punto de partida de una Organización para trazar una ruta hacia la Transformación Digital. Según el Modelo de MINTIC (2018), el estado actual de una empresa se define a través de tres elementos:

1. Identificación de los procesos clave en la generación de valor: se aplica un modelo que permite identificar los procesos claves en la generación de valor de la empresa. Un proceso se puede clasificar en Alto, Medio, Bajo o No Aplica, evaluando si genera un diferencial en el mercado (Alto), o por el contrario el proceso no es clave para la generación de valor, es ineficiente y pone en riesgo la viabilidad del negocio (Medio). Por último, puede ser clasificado como Bajo o No Aplica, cuando el proceso no aporta valor al cliente o simplemente es un proceso inexistente dentro de la empresa.

2. Calificar el nivel de digitalización de sus procesos: a partir del diagnóstico de procesos se debe responder una única pregunta: ¿Qué tecnologías/herramientas utiliza habitualmente para el desempeño de las siguientes actividades y procesos.

Las opciones de respuestas van de un rango de 1 a 4:

1.0: los procesos y actividades se hacen de manera manual

2.0: se realizan a través de herramientas ofimáticas (Office)

3.0: se realizan a través de herramientas especializadas con funciones automatizadas

4.0: se realizar a través de herramientas con inteligencia descriptiva o prescriptiva.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

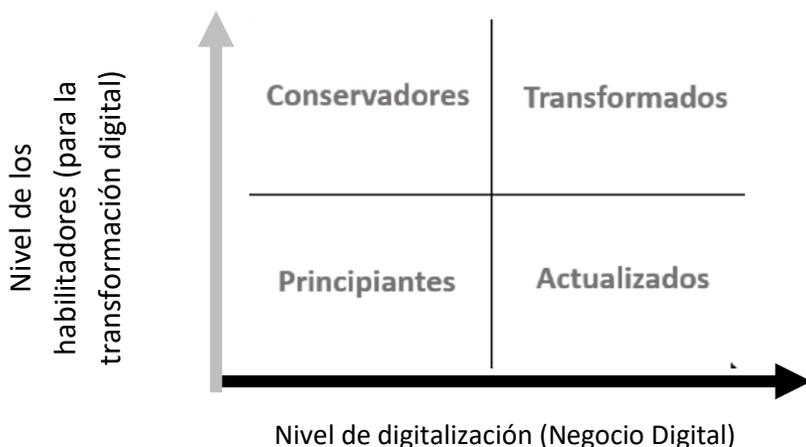
42

3. Calificar nivel de habilitadores de la organización y sus colaboradores: en este caso, se hace una evaluación de los habilitadores mencionados anteriormente, los cuales no responden propiamente a la tecnología sino herramientas concretas y buenas prácticas. Cada categoría a evaluar va de una escala de 1 a 5 en el que se describen las buenas prácticas que se espera en cada nivel.

4. Análisis del nivel de madurez para la Transformación Digital: Como resultado del diagnóstico, la organización debe ubicarse en la matriz de Madurez para la Transformación Digital, como lo muestra la siguiente figura:

Figura 2.

Matriz de estados de la Transformación Digital.



Nota. La figura es una matriz de estados de la Transformación Digital, las organizaciones se pueden ubicar por: Nivel de Digitalización de su negocio (Eje X) y Nivel de sus Habilitadores para la Transformación Digital (Eje Y). Tomado de “Modelo de madurez para la Transformación Digital”, MINTIC, INNpulsa Colombia, 2018, página 39.

A continuación, se explica cada uno de los niveles:

- **Principiantes:** Si la organización se ubica en el espacio inferior-izquierdo de la matriz, se encuentra en niveles de madurez muy bajos en la digitalización de sus procesos.
- **Actualizados:** tiene niveles de digitalización elevados, con habilitadores pocos desarrollados.
- **Conservadores:** quiere decir que la organización tiene equipos y procesos preparados para la Transformación Digital, pero aún tiene niveles bajos de digitalización. De allí la importancia de incorporar tecnologías avanzadas para tener un efecto transformador.
- **Transformados:** tiene niveles de madurez elevados y estarían llevando proceso de transformación con equipos tecnológicos avanzados y procesos de trabajos maduros.

Además de ubicarse en los cuadrantes, las Organizaciones deben tener una clasificación empresarial acorde a su nivel de desarrollo:

1. **En descubrimiento/ preparación:** la empresa está en proceso de ideación y desarrollo de producto o servicio, normalmente se encuentran en el cuadrante de principiantes.
2. **Con crecimiento acelerado (o con potencial de crecimiento):** la empresa se encuentra en etapas de crecimiento inicial o en aceleración, estabilizando su modelo de negocio tras varios años de crecimiento. Estas pueden estar en el cuadrante de principiante, conservador o actualizado.
3. **Con potencial de escalamiento:** Son empresas con un ritmo de crecimiento de ventas estabilizado, comienzan a buscar nuevos productos y modelos de negocio que permiten suplir la demanda del mercado. Se ubica en el cuadrante de Transformado y está lista para un siguiente nivel para el aprovechamiento de las TIC con el fin de cumplir sus objetivos.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

Ruta para la Transformación Digital:

Luego de tener un diagnóstico y una evaluación de la empresa, es importante trazar una Ruta de Transformación Digital, que permitirá determinar las acciones a seguir para pasar a un nivel mayor de Madurez.

La siguiente ilustración presenta los instrumentos vinculados a generar el Plan de Transformación Digital:

Figura 3.

Instrumentos vinculados para la generación del Plan de Transformación Digital



Nota. La Figura detalla las entradas, métodos y herramientas, y salidas para generar un Plan de Transformación Digital. Tomado de “Modelo de madurez para la Transformación Digital”, MINTIC, INNpuls Colombia, 2018, página 39.

- **Entradas para la elaboración del plan de Transformación Digital:** para crear el plan se deben tener en cuenta el diagnóstico y evaluación de la Pyme, partiendo de los procesos claves en la generación de valor, el nivel de la digitalización de procesos y actividades y la calificación de cada uno de los habilitadores. Por último, se debe tener en cuenta en qué posición se ubica la empresa en la matriz de madurez digital y la clasificación empresarial explicada anteriormente.

- **Métodos y Herramientas:** es necesario elaborar la Ruta de Transformación Digital que permitirá definir las acciones a seguir para pasar a un nivel de madurez digital superior. La ruta tiene dos componentes; el primero, un componente digital, el cual contiene las acciones para implementar soluciones tecnológicas; el segundo, un componente habilitador, que contiene las acciones que buscan fortalecer los habilitadores para la Transformación Digital.

- **Salidas:** es en sí la Hoja de Ruta para la Transformación Digital. Que además de la entrega del diagnóstico, plantea las acciones propuestas por proceso para el fortalecimiento del componente digital y habilitador.

Brecha Digital de Género en el uso de las TIC:

De acuerdo con la CEPAL (2013), la brecha digital de género se refiere a las diferentes que tienen los hombres y mujeres en el acceso de equipos informáticos y en el uso de dispositivos electrónicos e Internet (TIC).

En el marco de la XII Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe del 2013, la CEPAL, describe en el documento, *Mujeres en la economía digital: superar el umbral de la desigualdad*, dos tipos de brechas digitales: la primera, que refiere a la falta de acceso a computadoras y a la conexión a Internet según las características sociodemográficas de las personas; y la segunda, se

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

46

relaciona a la intensidad con que se usa; que está determinada por las capacidades y habilidades generadas por los individuos para utilizar dispositivos y recursos tecnológicos.

De igual manera, el documento destaca que el acceso no es la barrera más difícil de superar, ya que los hombres y las mujeres igualan el acceso a internet en América Latina. Es así como la barrera que refiere a uso y habilidades es la más difícil de superar y afecta intensamente a las mujeres.

En la segunda brecha digital, las mujeres están en mayor desventaja frente a los hombres, ya que tienen un uso más restringido y realizan actividades de menor destreza tecnológica.

Para el Observatorio de Igualdad de Género de la CEPAL (2013), es necesario superar las brechas digitales de género porque:

- El uso de la Internet y los dispositivos digitales forman parte de una sociedad conectada, donde la inclusión digital opera como una ventaja competitiva, y las mujeres no pueden quedar por fuera del margen de este proceso, que les permite formar parte activa de la sociedad y constituye en un factor de empoderamiento.
- Tanto los hombres como las mujeres tienen derecho a aprovechar las ventajas de estas herramientas que permiten una mayor productividad en el trabajo, mejor uso del tiempo y búsqueda de empleo.
- El Estado debe fomentar por medio de políticas públicas con perspectiva de género, buscando impactar de manera positiva con las nuevas tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC en la reducción de las brechas sociales de género.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

47

Cómo superar las brechas digitales de género:

El Observatorio de Igualdad de Género de la CEPAL (2013) , plantea cuatro acciones para superarlas:

- Promover la inclusión de las mujeres a través de la alfabetización básica y especializada, buscando que adquieran las habilidades para el uso de las TIC adaptado a sus perfiles, buscando incidir en aspectos como lo son el empoderamiento, comunicación, integración, derechos, violencia de género, etc.
- Desarrollar programas de Inclusión digital con las mujeres que viven mayores desigualdades con las TIC.
- Promoción del desarrollo de una ciudadanía digital en las mujeres, el uso responsable de internet y la información que provee.
- Incluir en el uso de las TIC la perspectiva de género como eje transversal, buscando considerar las desigualdades y necesidades diferenciadas entre hombres y mujeres.

Alfabetización Digital

La Alfabetización pasar de ser un concepto meramente de pura calidad de leer y escribir, a ser definida como “la posesión de destrezas que se necesitan para conectarse a la información para sobrevivir en la sociedad” (Martí, 2008).

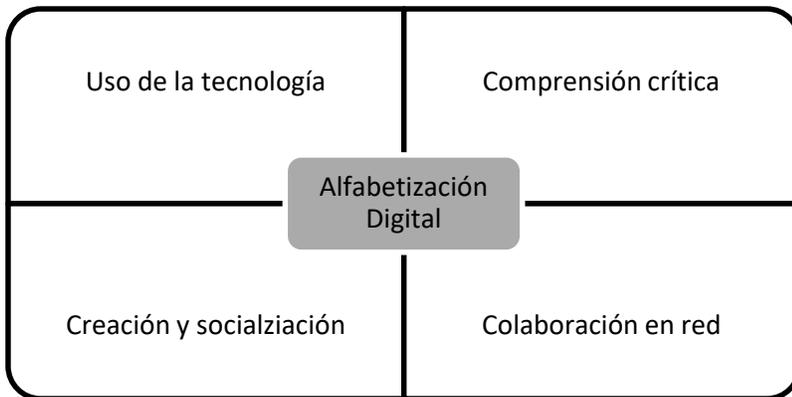
De allí que la alfabetización digital se agrupa como una destreza que permite que los usuarios dominen tecnologías de la información necesarias para el trabajo y la vida diaria. Dentro de esas destrezas se destacan, el dominio de aplicaciones informáticas y destrezas generales de las TIC como: grabar documentos, archivar, imprimir, etc.

Componentes de la Alfabetización digital:

Para Reyes (2019), la alfabetización digital se categoriza en cuatro dimensiones, que a continuación se explica por medio de la siguiente ilustración:

Figura 4.

Componentes de la Alfabetización digital.



Nota. La siguiente figura muestra los componentes de la Alfabetización digital. Tomado de “Alfabetización y Alfabetización Digital”; George Reyes, 2020, página 13.

- **El uso de la tecnología:** manejo de programas, navegación internet, leer de forma crítica y reflexiva en medios digitales.
- **La comprensión crítica:** comprender, contextualizar y evaluar críticamente la información, los medios y contenidos con los que se interactúan.
- **Colaboración en red:** compartir información y contenidos para comunicarse e interactuar de forma efectiva y segura manteniendo una identidad digital.
- **Creación y socialización:** escribir textos y contenidos con herramientas digitales.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

49

Objetivos de la Alfabetización Digital:

Martí (2008), destaca los siguientes objetivos para buscar la alfabetización digital:

- Renovación constante del saber en el uso de las Tecnologías de la Información y comunicación aplicada para la construcción e implementación de programa personal y/o Institucional.
- Adopción de nuevas tecnologías de la información y comunicación en el día a día de las personas.
- Adquisición de nuevos hábitos de trabajo para enfrentar los nuevos desafíos que presenta la sociedad de la información: nuevas formas de comunicar, nuevos entornos de comunicación y educación.

Para Avello (2013), la alfabetización digital debe estar basada en los siguientes criterios:

- Habilidades instrumentales con las TIC.
- Habilidad para buscar, seleccionar, organizar, utilizar, aplicar y evaluar la información.
- Colaboración, cooperación, comunicación efectiva y capacidad para compartir.
- Creación y publicación de contenidos.
- Pensamiento crítico, creatividad, innovación y solución de problemas.
- Comprensión social y cultural, ciudadanía digital.
- Seguridad e identidad.

Así mismo, destaca seis nuevas habilidades para considerarse un alfabeto digital:

- Leer en pantalla

- Interactuar con el contenido no solamente intelectualmente sino físicamente.
- Algunos tipos de interacción como, por ejemplo, con la voz, gestos, manos y formas no lineal.
- Compartir. Toda la actividad mediática se vuelve social y se puede compartir.
- Acceder. Los medios no son de propiedad sino de acceso.
- Fluir. La información se reconstruye constantemente, los datos circulan sin parar.
- Generar. La generación de contenidos en distintos formatos y a través de nuevos medios.

Design Thinking

El pensamiento de diseño es una metodología que usan los diseñadores para lograr soluciones innovadoras, la cual pone como centro a las personas en el que se analizan factores de necesidad, con el fin de conseguir ideas rápidas y sencillas a través de Prototipos. (Universia, 2020)

El libro “Design Thinking, Lidera el presente. Crea el futuro” (Ortega, Blázquez, 2015), precisa que el pensamiento de diseño usa el 50% del hemisferio derecho (pensamiento creativo) y el 50% del hemisferio izquierdo (pensamiento analítico); es decir que su enfoque no se centraliza en un solo método de pensamiento, sino que mezcla los aspectos positivos de los dos.

Así mismo, el libro destaca a Tim Brown como principal Design Thinker y CEO de IDEO, el cual destaca este método donde se utilizar “la dimensión emocional y la observación de los detalles para comprender a mayor profundidad las expectativas de los consumidores con respecto a un determinado producto o servicio”. El pensamiento de diseño requiere para innovar, empatía y observación, ya que permite comprender al cliente como persona y como un actor que se ve afectado en un contexto.

Para el pensamiento del diseño es necesaria la experimentación como un proceso de aprendizaje; un buen diseñador no solo genera ideas, sino que también las lleva a la práctica. La Multidisciplinariedad y el trabajo en equipo, es clave para encontrar una solución.

Proceso del Design Thinking

Para Tim Brown, el proceso del pensamiento de diseño no es lineal y debe pasar por tres etapas: Inspiración, ideación e implementación. En el primero, se observa la realidad; en el segundo se desarrollan y prueban ideas para dar solución a un problema; y en el tercero se ejecuta el proyecto, buscando generar una estrategia de comunicación y logrando un feedback de la solución aportada.

La siguiente gráfica muestra el proceso del Design Thinking:

Figura 5.

Proceso de Design Thinking



Nota. La siguiente figura muestra los diferentes pasos a tener en cuenta en el proceso de Design Thinking. Fuente: elaboración propia.

Connect Bogotá Región (2020), Simplifica el proceso en solo cinco fases: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.

A continuación, se describen cada una de las fases del Design Thinking:

Fase 1. Comprender: el primer paso será definir el problema o desafío. Se debe comprender a profundidad las personas a quien va dirigida la innovación. Tener un equipo multidisciplinario, ayudará a que las soluciones que se aporten tengan diferentes perspectivas. Esta fase de comprensión puede iniciar obteniendo información de internet sobre el tema que se está estudiando; así mismo, las entrevistas cualitativas en el entorno serán útiles para tener conocimiento del tema.

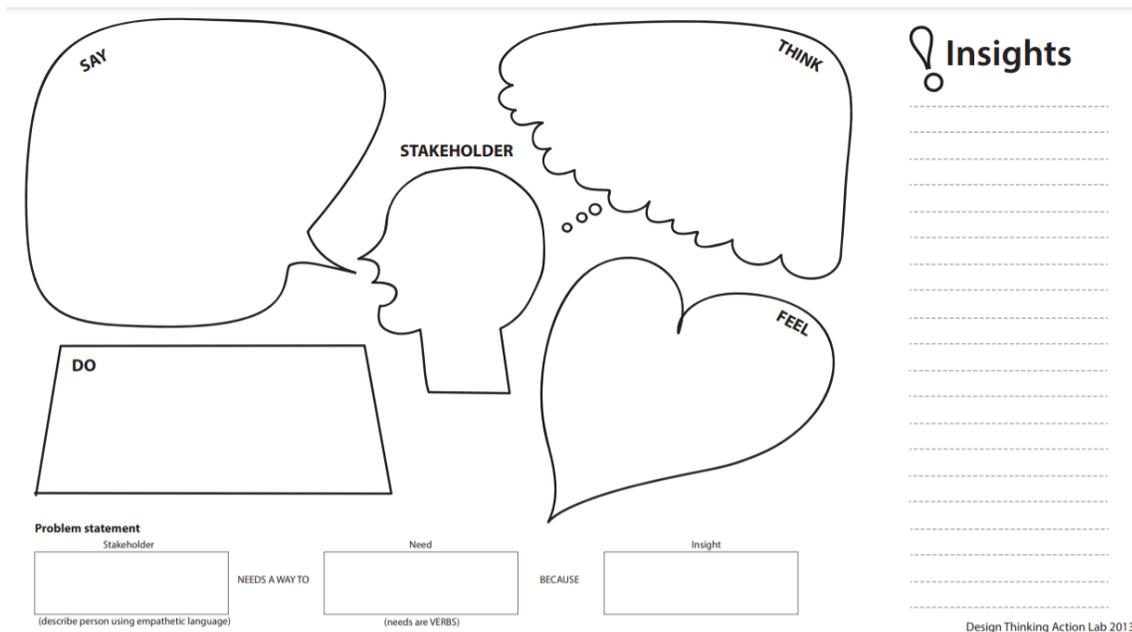
En esta fase el equipo debe resolver preguntas como: ¿Cuál es el problema de negocio? ¿Dónde está la oportunidad? ¿Qué ha cambiado o cómo podría hacerlo?

Fase 2. Observar + Empatizar: según Connect Bogotá Región, “para observar de manera adecuada, es importante adoptar una actitud de principiante que permita ver con nuevos ojos”. Las necesidades humanas son el punto de partida del proceso; es por eso que la observación se hace necesaria para entender al usuario y su entorno. Es más importante entender lo que hace y no lo que dice. Desarrollar empatía es clave para conocer al cliente.

Es necesario plantear muchos porqués y no dar una solución tan pronto, en esta fase se debe lograr conectar con los usuarios, entender en qué están interesados, qué les preocupa y qué les apasiona. Para esta fase se construye un mapa de empatía, que permite recoger de forma gráfica el resumen de las entrevistas, a continuación, se presenta el mapa en la siguiente figura:

Figura 6.

Template Mapa de Empatía.



Nota. El siguiente es un Template de Mapa de Empatía. Recuperado de Epicenter Usa, 2013

(<https://www.slideshare.net/EpicenterUSA/dtal-template-empathy-map-and-problem-statement>)

El Mapa de Empatía se debe desarrollar en diferentes secciones:

Do and Say: en estas secciones se deben citar las frases de las entrevistas de mayor impacto, aquí se describen los comportamientos y lo que se observa lo más literal posible.

Feel and Thinking: en la parte derecha del apartado se debe escribir lo que piensan y sienten los usuarios en realidad. Se debe anotar lo que se cree pasa por la mente del cliente, sus sueños y aspiraciones.

Connect Bogotá Región (2020), recomienda en esta primera fase también usar la entrevista, como técnica habitual para interactuar con los usuarios, buscando que sea una conversación semiestructurada.

Fase 3. Definir: En esta fase se deben considerar todas las alternativas posibles para dar solución al problema. Es importante visualizar el futuro y reflexionar sobre el problema que se quiere resolver. Connect Bogotá recomienda en esta fase ahondar más en la identificación de insights y la definición del problema. Para ello, se puede hacer uso de una matriz de síntesis que permite ordenar la información y los datos que se recogieron en la fase de empatía. La siguiente figura muestra la matriz:

Figura 7.

Template Matriz de Síntesis

Verbatims	Patrones	Diferencias
Contradicciones y sorpresas (aquello que no esperábamos)		Oportunidades

Nota. El siguiente es un template de Matriz de Síntesis. Tomado de “Taller de Design Thinking”, Connect Bogotá Región, 2020.

Fase 4. Idear: aquí se deben generar una gran cantidad de ideas y soluciones. En esta fase se pueden hacer uso de herramientas como lluvia de ideas o brainstorming y aprovechar el pensamiento colectivo del grupo. Al final de esta base las ideas deben expresarse por medio de herramientas visuales como fotos, bocetos, diagramas o notas.

Fase 5. Prototipar: es una de las fases más importantes del proceso, aquí se construye el posible producto o servicios por medio de maquetas, bocetos, modelos, etc. Prototipar es la mejor herramienta de venta y comunicación de un proyecto. El prototipo no pretende crear un producto o servicio final, sino que busca dar forma a una idea para aprender de sus fortalezas y debilidades. Lo clave de este punto del proceso es imaginar la experiencia del cliente.

Fase 6. Testear: Los cambios son parte fundamental del proceso; esta fase consiste en modificar y volver a probar el prototipo generado, hasta llevar a su diseño final. En esta fase, se solicita el feedback a los usuarios acerca de los prototipos que se han desarrollado de las soluciones generadas. A la hora de testear, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Se debe probar el prototipo en un contexto o escenario propicio para generar un feedback significativo.
- ✓ Apoyar al usuario en el proceso de interacción con el prototipo
- ✓ Definir roles en el equipo
- ✓ Recoger datos del feedback de los usuarios

Fase 7. Implementar: A partir de los testeos realizados, se escoge la mejor opción. Este es el resultado del proceso y consiste en saber si la solución logró su meta, entendiendo qué se puede mejorar y que se aprendió durante el proyecto.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

56

Marco Espacial:

La Investigación se realizará con el grupo de mujeres beneficiadas del programa “Mujer Es”, de la Fundación Misión y Vida, en el departamento del Huila.

La Fundación Misión y Vida, es una organización sin ánimo de lucro creada el 22 de octubre del 2008, que tiene como objetivo esencial la formación integral del ser humano, el mejoramiento de la calidad de vida, el desarrollo de hábitos saludables, el desarrollo personal, social, espiritual, económico y tecnológico de sus miembros.

Su visión para el 2022, es ser la Fundación pionera en desarrollo integral, articuladora de procesos con entidades tanto privadas como públicas para el mejoramiento de la calidad de vida de los individuos y colectivos sociales vulnerables, logrando la formación de redes de apoyo.

3.0 Aspectos Metodológicos

3.1 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptiva, que permitirá darle un significado a la realidad de los hechos de un grupo de personas dentro de su contexto de la vida cotidiana. De igual forma, Como lo afirma Bernal (2010), “La investigación descriptiva permitirá la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”.

3.2 Enfoque de Investigación

La investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que busca “cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada”. (Bernal, 2010)

3.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Teniendo en cuenta los intereses que orientan el estudio, se hace una selección de técnicas que permitan tener un diagnóstico que permita determinar el nivel de conocimiento de herramientas TIC de las Mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”.

3.3.1. Entrevista Semi estructurada

La investigación hizo uso de la entrevista como instrumento para la recolección de datos e información. Como lo afirma Buendía, Colás y Hernández (2001), la entrevista es una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador y entrevistas, buscando responder preguntas, previamente diseñadas, en función a las dimensiones que se pretenden estudiar.

Para el caso de la investigación se hace uso de la entrevista semiestructurada, que como lo afirma Soriano (2013), debe aplicarse a los informantes claves para el tema que se investiga. Por lo cual, es una conversación entre dos personas, el cual lidera un entrevistador por medio de preguntas y respuestas, que permite recoger información sobre temas y situaciones específicas.

Ver Anexo 1 Entrevista semiestructurada

3.3.2. Grupo Focal

Según Krueger (1991), el grupo focal es una discusión cuidadosamente diseñada para obtener percepciones de los participantes sobre un área de interés particular. El objetivo será aplicar una entrevista semi estructurada por medio de dos grupos focales con un grupo de mujeres de la zona rural de Neiva y del Municipio de Aipe.

Ver Anexo 2 Grupo Focal

3.4 Informantes

La Fundación Misión cuenta con una red de Mujeres en el programa “Mujer Es”, el cual busca empoderar a las mujeres en aspectos como la asociatividad, proyectos productivos, autoestima, sobre los derechos de las mujeres y mejoramiento de su calidad de vida.

Actualmente la red “Mujer Es” está conformada por 25 mujeres de la zona rural y urbana de Neiva y 16 mujeres de la zona rural del Municipio de Aipe, Huila. Estas mujeres son mayores 30 años, las cuales se dedican a emprender en proyectos productivos relacionados al campo, son lideresas de diferentes Asociaciones y Juntas de Acción Comunal en sus lugares de residencia. Por condiciones de la pandemia se entrevistaron 6 mujeres pertenecientes al programa; las cuales lideran alguna Organización o Colectivo que representan a más mujeres del departamento. Las mujeres rurales participantes viven en veredas como San Francisco, El Callejón y La Ceibas. Las mujeres que viven en la ciudad de Neiva, también frecuentan zonas rurales en el Huila.

3.5 Tratamiento y análisis de datos

El análisis de datos se realizó a través de una matriz en formato Word, utilizando las herramientas propias del Design Thinking.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

60

4.0 Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la investigación, aplicando la Metodología Design Thinking. Para la fase 1, se recurrió a la entrevista semiestructurada y al grupo de discusión.

Fase1.Comprender:

Las Brechas Digitales de Género, son el punto de partida de esta investigación, entendida como “la desigualdad que existe entre personas en cuanto al acceso de las TIC y la carencia de habilidades digitales”. Las Mujeres en el Departamento del Huila, no son la excepción de esta problemática; de allí, que se toma como población objetivo el grupo de mujeres del programa “Mujer Es”, de la Fundación Misión y Vida; que busca fortalecer los liderazgos y el empoderamiento de estas mujeres en sus círculos sociales.

Para el análisis de los resultados de la investigación se tuvieron en cuenta las entrevistas realizadas y los dos grupos focales, para lo cual participaron un total de 10 mujeres beneficiarias. A continuación, se detallan los resultados de cada una de las dimensiones:

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

61

Perfil general de las participantes:

En total fueron seis mujeres entrevistadas, las cuales, cuatro viven en zonas rurales del Huila y dos viven en zona urbana de Neiva. Las mujeres rurales participantes se encuentran en las veredas de San Francisco, en el corregimiento de Vegalarga, Huila; vereda la Palestina, en el corregimiento de Las Ceibas, vereda San Isidro y El Callejón, en el municipio de Aipe, Huila. Cinco de ellas son mayores de 40 años y una de ellas tiene 30 años.

Las entrevistadas declararon como ocupación ser amas de casa y tener una posición de Liderazgo en Asociaciones, Concejos y Organizaciones que trabajan por la defensa de los derechos de las mujeres.

Se realizaron dos grupos focales de cinco mujeres cada una, donde las mujeres mencionadas anteriormente también participaron, y cuatro más se suman a la investigación. Tres de ellas son mujeres rurales de la ciudad de Neiva y una vive en zona rural, en el municipio de Gigante, Huila.

1. Dispositivos tecnológicos que usan a diario:

Se realizó un diagnóstico de los dispositivos tecnológicos disponibles de estas mujeres para la alfabetización digital a partir de la pregunta, ¿qué dispositivos tecnológicos usa a diario?, mencionándoles alternativas como: el celular, computador, Tablet y otro dispositivo. A continuación, se detalla las respuestas de las entrevistadas:

R1. DM PE1. *“Uso el Celular”*. **R1. LV PE2.** *“No, señora, solo el celular”*. **R1. LA PE3** *“Celular y computador”*. **R1. SM PE4.** *“Uso el celular y el computador”*. **R1. FO PE5.** *“No*

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

62

tengo celular, uso el de mi hija cuando necesito comunicarse, uso más el computador de la casa”.

Las entrevistadas permiten concluir que, el celular, es el dispositivo principal que usan las mujeres a diario. Solo una de ellas no tiene el dispositivo, sin embargo, declara usar el de su hija cuando necesita comunicarse. Las tres mujeres que aseguraron usar el computador, viven en zona urbana, en la ciudad de Neiva.

2. Actividades que desarrollan frecuentemente con dispositivos:

Se identificaron las principales actividades que desarrollan frecuentemente en los dispositivos que tienen disponibles. A continuación, se relacionan las respuestas:

R2. DM PE1 “Para hablar con mi hija, en este momento estoy ayudando en una veterinaria y ahí me comunico con la doctora de la veterinaria, para comunicarme con mi esposo, y así cosas importantes por este medio del celular”. **R2. LV PE2** “Pues para mirar el WhatsApp y por lo menos en estos días he participado en unas capacitaciones que está haciendo la Alcaldía para las organizaciones, es una capacitación para desarrollar mejor lo que uno está haciendo en la organización de mujeres rurales”. **R2. LA PE3** “En el computador documentos, en el celular, enviar información, promocionar la actividad turística, leer, conocer”. **R2. SM PE4** “Me comunico por WhatsApp, veo Facebook, trabajo, leo documentos y me informo”. **R2. FO PE5** “Uso el computador frecuentemente para capacitarme, ver videos y usar Facebook”.

Las mujeres entrevistadas usan el celular principalmente para comunicarse con sus seres queridos y/o amigos. Además, se conectan a plataformas de video llamadas, cuando se trata de capacitarse en temas de liderazgo y empoderamiento de su organización. WhatsApp es la

principal aplicación que usan en su día a día para comunicarse, promocionar sus organizaciones y conectarse con otras personas. En segundo lugar, se identifica a Facebook, como la principal red social de uso, principalmente para informarse y promocionar diversos productos. Aunque muy pocas hacen uso diario del computador, se destaca que la actividad más frecuente es trabajar documentos o ver videos.

3. Acceso a Internet

En una cuarta pregunta, se identifican si las mujeres tienen acceso a internet o cómo acceden a este tipo de conectividad si lo necesitaran:

R3. DM PE1 “Yo tengo red wifi aquí en la casa, cuando estoy en el negocio o el local allá también hay wifi”. **R3. LV PE2** “En este momento sí tengo acceso a Internet, por el tema de que los muchachos están estudiando virtual, nos tocó poner internet. Sí, muchas tenemos acceso a internet, aunque hay otras que no señora. La gente va a la escuela porque han puesto internet para los estudiantes, allá se compra el pin para tener internet, aunque la señal de internet es muy débil, esa es una gran dificultad. Y otras es porque no tiene el conocimiento, no saben manejar el celular, no tienen esa capacitación o como se dice, para poder conectarse a internet. Yo tengo Internet en mi casa hace 3 meses, mis hijos estudiaban por medio de guías y entonces sí tocaba que fueran a la escuela a conectarse, pero eso era un camello porque la señal no funcionaba”. **R3. LA PE3** “Tengo contratado Internet Satelital. Llevo un año con el servicio. Antes me tocaba ir hasta el pueblo porque en la finca no hay señal”. **R3. LA PE4.** En Neiva tengo internet, pero en la finca no tengo buena señal, me toca buscar una zona donde no haya señal para conectarme con

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

64

los datos del celular. **R3. FO PE5** En Neiva tengo internet, en la finca no tengo buena señal, hay que buscar una buena ubicación para que entre.

Las mujeres rurales se vieron obligadas a digitalizarse durante la pandemia. Hasta hace unos meses, tuvieron que colocar red wifi en sus casas, para que sus hijos pudieran seguir estudiando de manera virtual; reconociendo que, pese a que existe una alternativa de conexión en el pueblo, la señal sigue siendo débil y no es la solución para que sus hijos continúen con el colegio. Por otro lado, el tener Wifi, aunque no es privilegio de todas las mujeres que están en su zona, es la única forma como ellas pueden comunicarse con sus familiares y amigos, debido a que la señal de celular de todos los operadores es pésima.

Para la investigación, las entrevistas tuvieron que hacerse por medio de llamada vía WhatsApp, dado a las intermitencias de señal. Ellas, son usuarias cien por ciento dependientes de una conexión Wifi, ya que, al salir de sus casas, quedan incomunicadas, y vuelven a conectarse a Internet en lugares donde saben que pueden tener acceso a la conectividad. Es el caso que vemos de PE1, quien afirma volver a conectarse cuando ayuda en las tardes en una veterinaria. Para el caso de P4 Y P5, que son mujeres que viven en la zona urbana de Neiva, pero que frecuentan su finca entre semana y fines de semana, aprovechan la ciudad para poder conectarse, y cuando están en zona rural, compran datos para tratar de no estar incomunicadas, pese a que en la zona la señal de celular es débil.

4. Herramientas que saben usar de su celular

A continuación, se destacan las principales herramientas que este grupo de mujeres saben usar de su celular:

R4. DM PE1. “No, yo respondo el WhatsApp y respondo el Messenger cuando me escriben. Correo electrónico no, tenía, pero se me olvidó la clave, y de ahí no he vuelto a crear nada de eso. Uso más el WhatsApp, y pues el Facebook para uno enterarse de las noticias”.

R4. LV PE2 “Facebook, Correo, el WhatsApp, y no sé, esa que le digo de Zoom que sirve para reunirse con las personas”. **R4. LA PE3.** “Facebook, Correo, el WhatsApp, YouTube, Kwai, Meet, Messenger también. Cuando hay reuniones con meet, por el computador”. **R4. SM PE4** “Correo electrónico, Facebook, WhatsApp”. **R4. SM PE5.** “Facebook y Youtube. Lo uso para aprender cosas nuevas por medio de videos”.

Las afirmaciones de estas mujeres permiten identificar a Facebook, como única red social que conocen y manejan desde el celular; esta red social no solo la usan para conectarse con amigos o familiares, sino que es una fuente principal para informarse de lo que sucede a su alrededor y en el mundo. WhatsApp es la principal aplicación para comunicarse con su amigos, familiares y personas cercanas a ellas. Así mismo, se menciona Messenger, como otro medio de comunicación que usan para chatear con amigos que tienen en Facebook. Las aplicaciones de video llamadas, también las usan en el celular, cuando se trata de capacitaciones o talleres en los que participan; se destaca Zoom y Meet como las plataformas de video llamadas que principalmente conocen.

Por último, también se destaca el consumo de video principalmente en YouTube, que lo usan para entretenerse o como fuente para aprender de diferentes temas de interés. Solo

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

66

PE3, mencionó a Kwai, como una red social que usa frecuentemente, la cual permite ver y compartir videos principalmente para el entretenimiento.

5. Herramientas que usan para la comercialización de productos

Esta última pregunta, permitió entender para la investigación, qué herramientas usan estas mujeres para comercializar sus productos:

R5. DM PE1 “Aquí en mi casa, trabajo con un catálogo de nova venta y de ahí mando virtual por WhatsApp, mando catálogo para la familia o amigos para que pidan productos. Uso Facebook también para promocionar, pero envío solo el catálogo por WhatsApp”. **R5. LV PE2** “Comercialicé gallinas y huevos por Facebook, pero a nosotros no nos funcionó; no tuvimos ninguna respuesta. También por contacto directo, llamamos y entregábamos directo, la otra por medio de WhatsApp”. **R5. LA PE3** “Uso para promocionar turismo y vender el producto turístico. Por WhatsApp envío el paquete y por Facebook lo promociono. Tengo grupos por WhatsApp y tengo página de Facebook”. **R5. SM PE4** “Comercializa la producción de Miel de abejas que tenemos como familia. La promoción por Facebook y por WhatsApp, impulso el producto con mis contactos directos”.

Las mujeres entrevistadas han comercializado productos del campo como lo son la miel de abejas, gallinas y/o huevos; así si mismo promocionan paquetes de turismo, como es el caso de P3. Por otro lado, impulsan ventas por catálogo a través de estos medios. WhatsApp, es el principal medio donde buscan impulsar sus productos, por medio de contactos directos, familiares, amigos y grupos sociales. Facebook cumple un rol netamente promocional,

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

67

intentando buscar nuevos compradores, pese a que no lo saben hacer de la manera correcta y en muchos casos, ha sido un intento fallido.

Resultados Grupos Focales

A continuación se describen los resultados de los dos grupos focales que se desarrollaron para la investigación:

Perfil general de participantes:

Se realizaron dos grupos focales que se conformaban por cinco mujeres cada uno; donde cinco de ellas viven en zonas rurales del Huila y las otras cinco viven en zona urbana de la ciudad de Neiva. Nueve de ellas son tienen más de 40 años y solo una de ellas tiene treinta.

Dentro de los perfiles participantes tenemos cuatro mujeres lideresas de Organizaciones de mujeres, entre estas se destaca Aso devit (Asociación de Mujeres víctimas del conflicto) en el municipio de Gigante, Huila; Asociación de Mujeres germinando y rescatando la paz, en la vereda Palestina, corregimiento las Ceibas; el Colectivo de Mujeres trezada somos más, del departamento del Huila; y Asobostpa (Asociación de Mujeres del Bosque Seco Tropical, paleontológico y arqueológico), en la vereda San Isidro, en el Municipio de Aipe, Huila.

De igual forma participaron dos edilesas de diferentes comunas en la ciudad de Neiva, y cuatro participantes que viven en zona urbana, que son profesionales o técnicas en diferentes disciplinas y/o amas de casa.

1.Importancia del Internet y el uso de herramientas tecnológicas para la vida:

A continuación, se presentan las respuestas de las mujeres participantes en los dos grupos focales, con respecto a la importancia que tiene el Internet para ellas en su vida:

Grupo Focal 1:

***RI. GD PA1.** muy importante, ya que a través del internet puedo impulsar la comercialización de la miel, antes lo hacía de manera directa, y con el internet he podido llegar a más personas saliéndome de mi círculo social. **RI. GD PA2.** Me permite conocer, interactuar, vender, promocionar el emprendimiento, también ayuda estar conectado con el mundo y conocer otras culturas. **RI. GD PA3.** es muy importante, porque con él aprendo cosas, por ejemplo, en la finca no sabíamos cómo tener un cultivo de plátano y por allí pude saber cómo hacerlo y así con varias cosas de la finca. Así mismo me puedo capacitar en diferentes temas. **RI. GD PA4.** Hace unos 10 años no era tan importante actualmente es necesario y básico tener todos estos servicios para mantenerse en contacto y estar informado. **RI. GD PA5.** Es un medio muy indispensable para poder nuestros hijos investigar y llevar sus clases virtuales, también poder comprar, vender o mantener informados.*

Grupo Focal 2:

***RI. GD PA1.** Es muy importante, todo mi trabajo lo realizo a través del Internet. Para visibilizar el trabajo del a Asociación y su labor, necesito Internet. **RI. GD PA2.** Es importante porque hoy en día todo se hace por Internet. **RI. GD PA3.** El Internet es muy importante, porque es la forma más fácil como me puedo comunicar con mis seres queridos, comunicarme con las Mujeres de la Asociación y mostrar la Organización. **RI. GD PA4.** Es muy*

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

69

importante porque con el Colectivo que trabajo, que es una organización Nacional e Internacional, nos conectamos con las mujeres y por ahí las escucho, desarrollamos capacitaciones, talleres y seminarios. A mí me tocó aprender a Manejar la virtualidad, porque yo no la sabía manejar, y me ha toca estudiar. Es importantísimo, porque es un medio que nos permite estar más cerca y podemos estar en contacto alrededor y estar de esta manera estar articuladas con las mujeres. Yo pienso que es muy necesaria la tecnología, tener un wifi o Internet.

*Hoy me decía una edileza, ¡Ay por fin tengo wifi!, estoy probando en mi finca y ahora puedo comunicarme, yo le decía, uy qué Bueno, porque son corregimientos tan alejados de la ciudad, 2 a 4 horas, entonces me pareció eso como bonito; porque ya nos podemos comunicar y se puede conectar para los talleres y todo. **RI. GD PA5.** Es importante porque con el internet tenemos Comunicación inmediata y hoy resuelve muchas necesidades.*

Las respuestas de los dos grupos focales nos permiten concluir que, el Internet se ha convertido tanto para la mujer urbana como rural, indispensable para su día a día. El primer elemento que se encuentra en común, es que es importante porque les permite Emprender; ya que muchas de ellas comercializan productos y en este último año se han dado cuenta, que es la forma como pueden llegar a más personas fuera de su círculo social; de allí que encuentran una oportunidad para vender sus productos o servicios.

El Internet les permite Conectar con el mundo; por eso es importante para sus vidas; es la forma como se mantienen informadas, así mismo, pueden estar en contacto con sus amigos, familiares y se articulan con otras mujeres, formando redes de apoyos fuertes entre ellas y sus Organizaciones. Finalmente, también es importante para Aprender; ya que por medio

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

70

del internet han podido resolver necesidades, logrando encontrar respuestas, por ejemplo, por medio del video o información general que encuentran en la red. Adicional a esto, son mujeres que están en la constante búsqueda de capacitarse, de allí que el Internet, es la herramienta fundamental para participar en talleres, cursos y seminarios de su interés. El Internet ha sido la solución durante la pandemia, para que sus hijos puedan seguir estudiando.

1. Dispositivos tecnológicos que tiene disponibles y frecuencia de uso:

Las siguientes son las respuestas que dieron las mujeres con respecto a los dispositivos tecnológicos que usan:

Grupo Focal 1:

R2. GD PA1. Celular y computador, todos los días. R2. GD PA2.

Celular y computador. R2. GD PA3. No tengo celular, uso el computador frecuentemente para capacitarme, ver videos y usar Facebook. R2. GD PA4. Uso el correo electrónico, WhatsApp y redes sociales. R2. GD PA5. Uso el celular, frecuento WhatsApp, redes sociales y desarrollo actividades escolares para poder hacer tareas con mis hijos.

Grupo Focal 2:

R2. GD PA1. Todos los días Uso el Celular y el Computador, por ahí manejo documentos, reviso correo electrónico, WhatsApp, redes sociales. R2. GD PA2. Uso el celular, por ahí vendo productos, me capacito, trabajo y me comunico con mis seres queridos y atiendo solicitudes de la comunidad a la que represento. Uso el Correo electrónico, WhatsApp y redes Sociales. R2. GD PA3. Uso el celular a diario, para comunicarme con mis seres queridos.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

71

Ayudo a mis muchachos porque están estudiando de manera virtual. Uso Zoom para capacitarme. R2. GD PA4. Yo tengo un Motorola Plus, yo hago diplomados por ahí, pero no puedo usar Word, no sé por qué, no puedo abrir documentos, yo aquí me conecto con todas y aquí hago mi trabajo; desde mi celular, pero a veces se me dificulta cuando debo grabar, por ejemplo, estábamos en una capacitación sobre riegos para mujeres rurales y me preguntan cómo hacemos, pero yo quisiera grabar todo, lo que alcanzo a tomar pantallazos. Nos envían todo lo que fue el taller, quisiera grabar y pasarles a las personas que no tienen ese acceso, para enviarlos a los grupos que tenemos de Mujeres. Una me decía, “yo no me quiero perder esta convocatoria del Ministerio de Agricultura”, ellas quieren postularse, esos riegos para sus cultivos. R2. GD PA5. Uso el celular, el computador y Tablet, por ahí trabajo, estudio y también los uso para diversión y comunicarme con mis familia y amigos.

El celular es el dispositivo en común y que predomina disponible tanto en las mujeres rurales como urbanas. Lo usan todos los días y se convierten en una herramienta que no solamente sirve para comunicarse con sus familiares y/o amigos, sino que es el dispositivo que les permite desarrollarse su trabajo día a día, les sirve para capacitarse, entretenerse y las apoya en las tareas escolares que deben desarrollar sus hijos. El computador, no es de uso común de todas; el correo electrónico tampoco. Al escuchar sus respuestas, se escucha en ellas el deseo de poder conocer todo el potencial que tiene el dispositivo móvil, pese a las limitaciones de conectividad o capacidad que tengan.

2. Principales dificultades al hacer uso de herramientas digitales:

En la siguiente pregunta se detallan las principales dificultades que las mujeres expresan al hacer uso de herramientas digitales:

Grupo focal 1:

***R3. GD PA1.** En la finca no hay buena señal de celular, toca buscar porque en ciertas zonas agarra mejor y se puede uno conectar a internet. **R3. GD PA2.** La falta de conexión a redes de Internet y el desconocimiento del uso de los aparatos tecnológicos. **R3. GD PA2.** La falta de conexión a redes de Internet y el desconocimiento del uso de los aparatos tecnológicos. **R3. GD PA4.** Pienso que lo más difícil es que cada día salen más programas y más avances tecnológicos y no realizó muchas actualizaciones de estos temas. **R3. GD PA5.** Cada día hay cosas nuevas, no sé como se hace una página web, me gustaría aprender.*

Grupo focal 2:

***R3. GD PA1.** Tengo un celular básico, me hace falta un celular con mayor capacidad. **R3. GD PA2.** Pese a que estoy en Neiva, el servicio de Internet es malo y tengo problemas con la conexión. **R3. GD PA3.** Vivo en una vereda y muchas veces la señal de Internet es débil. Hasta hace poco tuvimos que poner Internet en la casa porque siempre nos tocaba bajar al pueblo, a la escuela a conseguir la conexión, aunque la señal era muy mala. **R3. GD PA4.** Las barreras que veo es que muchas de estas mujeres no cuentan con las herramientas suficientes para conectarse, o a muchas las atropella la tecnología, hay falta de capacitación, o tienen un celular que no es de alta gama, no tienen un equipo inteligente, no tienen un computador. También sucede en los concejos Comunitarios de Mujeres. **R3. GD PA5.** La señal es muy deficiente y por costosa no es posible el acceso a mejor velocidad.*

Las dificultades identificadas para hacer uso de herramientas digitales se resumen en primera instancia, a la falta de una buena conexión a Internet o señal. Pese a que la

mayoría de las mujeres rurales participantes cuentan con red wifi en sus hogares, insisten que en las zonas donde residen no hay buena señal y conexión. Así mismo, las mujeres que vive en zona urbana, declaran que la velocidad y conexión es mala.

La segunda dificultad identificada, es tener dispositivos tecnológicos básicos o con baja capacidad de almacenamiento; lo cual, afirma que las limita para la gestión de otras herramientas que desean aprender. La tercera dificultad identificada es la complejidad del mundo digital, expresada por ellas como la cantidad de cosas nuevas que salen día a día, la falta de actualización de estos temas, lo cual se traduce en no saber por dónde empezar o el miedo a que las “atropelle la tecnología”.

3. Herramientas digitales que le gustaría aprender:

La última pregunta desarrollada en los grupos de discusión, indaga con las herramientas digitales que les gustaría aprender. A continuación, se relacionan las respuestas:

Grupo Focal 1:

***R4. GD PA1.** me gustaría aprender a usar plataformas de video llamada, plataformas de capacitación. Me gustaría aprender a usar Instagram, me han dicho que es una buena plataforma para vender. **R4. GD PA2.** Uno usa el celular, pero hay muchas aplicaciones que sirven para editar video, diseñar flyers. No tengo idea de cómo subir videos de YouTube o editar los videos y sería muy útil para cuando uno quiere editar en Internet. Me gustaría aprender a usar las redes y cómo funcionan las plataformas digitales (Twitter, apps para hacer publicidad, etc). **R4. GD PA3.** Me gustaría aprender herramientas tecnológicas en general, herramientas como word entre otros programas, y plataformas de video llamada.*

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

74

R4. GD PA4. *Me parecería una oportunidad excelente de actualización de aprendizaje y de todas y de cada una de las herramientas digitales me gustaría aprender lo práctico lo fácil y lo rápido de cada una de ellas. Por ejemplo, en redes sociales, generalmente quiere uno grabar un video que esos dan para cocina, o ejercicios, a uno se le olvida, como hacerlo, que fotos para cortar, que quiere mandar un mensaje. En el computador también tengo dificultades de bajar fotos del celular allá y no sabemos bien la funcionalidad. A veces nos ayuda los hijos pero hay muchas mujeres que tiene computador en casa y no saben usarlo para su día a día para ver contenidos de salud, no se saben funcionalidades como por ejemplo de pasar del celular al televisor. Hay muchas mujeres que se nos dificultan estos procesos. Yo llevo un año sin trabajar, resulta que compramos una impresora y hay cosas que se me dificulta, o muchas veces hay falta de interés.* **R4. GD PA5.** *En la parte de marketing, me gustaría aprender a hacer páginas web.*

Grupo Focal 2:

R4. GD PA1. *Me gustaría realizar proyectos y planes de inversión desde mi dispositivo.* **R4. GD PA2.** *Todas las herramientas básicas que ofrece este servicio.* **R4. GD PA3.** *Me gustaría poder tener conocimiento de herramientas digitales que me permitan no solo informarme de mi día a día, sino que también permitan impulsar mi organización.* **R4. GD PA4.** *Las Mujeres necesitan capacitación. Hay muchas mujeres madres cabezas de hogar que ellas necesitan esta tecnología para poder ofrecer estos productos a través de las redes sociales, por WhatsApp, diferentes páginas. Porque es que hay muchas mujeres que tienen productos digamos, café, cacao, hay mujeres que siembran plantas medicinales, ellas necesitan ofrecer estos productos y necesitan de la tecnología; para que ellas puedan ofrecer y puedan publicar, y*

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

75

sean más rápido como esas ventas. Enseñarles a esas mujeres ese producto, usted sabe que las vías de acceso para sacar este producto, las vías son pésimas, no tienen la forma de sacar sus productos con facilidad. Hay Mercados campesinos en los corregimientos, qué bueno sería que aprendieran a darlos a conocer en las redes sociales. R4. GD PA5. Programa para graficar, diseño y presentaciones.

Las anteriores afirmaciones permiten entender las necesidades que tienen las mujeres rurales y urbanas de aprender herramientas digitales, a continuación, se destacan las que tuvieron en común y se consideran relevantes para tener presente en el desarrollo de la investigación:

✓ **Plataformas de capacitación y video llamadas:** pese a que todas las mujeres participantes alguna vez han hecho una video llamada o participado en una capacitación virtual, consideran necesario reforzar conocimientos para poder hacer de estos espacios más productivos, así mismo, tener respuestas a los problemas que se enfrentan ellas cuando usan este tipo de plataformas.

✓ **Redes sociales para emprender y vender:** muchas de ellas ya publican sus productos y servicios en Facebook, sin embargo, consideran en muchos casos que es un intento fallida, ya que no conocen todo el potencial que tienen las herramientas. En uno de los grupos focales, una de las participantes más jóvenes, expresó su deseo de aprender a usar Instagram, ya amigos y conocidos le han dicho que es una muy buena red social para vender.

✓ **Plataformas de video:** las participantes expresan su deseo de aprender a subir y editar videos en diferentes plataformas, así mismo quieren aprender a grabar videos, por

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

76

ejemplo, cuando participan en convocatorias y quieren extender la invitación a otras mujeres, quedan limitadas, ya que no saben cómo hacerlo.

✓ **Apps y plataformas para hacer publicidad y marketing:** las mujeres participantes son conscientes que el tener una red social o un dispositivo tecnológico no son suficientes sin antes aprender a hacer la manera correcta el marketing de sus productos. El conocer aplicaciones y plataformas que les haga más fácil el proceso, les podrá permitir hacer que sus productos y servicios sean más atractivos para las personas.

✓ **Creación y gestión de documentos por medio del celular:** las mujeres rurales y urbanas han expresado su deseo de aprender a crear documentos desde el celular, teniendo en cuenta que es su herramienta principal disponible. Dentro de los comentarios que se destacan, el aprender a hacer presentaciones, crear documentos de Word, aprender a crear proyectos y diseñar planes de inversión desde el dispositivo.

✓ **Funcionalidades básicas del celular:** sea un dispositivo móvil básico o con mayor capacidad, las mujeres expresaron la necesidad de conocer más el dispositivo que tienen en sus manos, que va desde tomar una foto, hasta aprender a liberar espacio cuando no se tiene.

Fase 2. Observar + Empatizar:

Dentro de la investigación, se fusiona la fase 2 en observar y empatizar, buscando generar empatía con las mujeres entrevistadas. Con base a las respuestas y el análisis de las respuestas de las entrevistas y grupos focales realizadas, se construye el siguiente mapa de empatía:

Tabla 2. Mapa de Empatía.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

<p>¿Qué Oyen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su entorno: son referentes y otras mujeres esperan ser parte de la solución • Sus amigos y familiares: lideresas, trabajadoras sin remuneración ayudando a los demás. • Influenciadores: otras mujeres que las inspiren a ser mejores 	<p>¿Qué piensan y sienten?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprender herramientas digitales, visibilizar Organizaciones y emprendimientos • Internet es débil, dispositivos con poca capacidad. • Las mueve las mujeres de sus organizaciones, comunidad y familia. 	<p>¿Qué ven?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entorno: pocas vías de acceso, conexión débil, falta de comunicación. • Amigos: pertenecen a redes de apoyo por medio de grupos sociales FB y WhatsApp • Problemas que enfrentan: obligadas a digitalizarse. Lideresas que no saben gestionar proyectos y trabajos a través de su celular.
<p>¿Qué dicen y hacen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actitud: dispuestas aprender lo que les parece relevante. Están al servicio de otras mujeres. • Comportamiento: no se creen el liderazgo que tienen • Qué les importa: que otras mujeres conecten con oportunidades que generen su calidad de vida. • Con quién hablan: con mujeres, grupos sociales, interactúan con la comunidad. 		
<p>Esfuerzos:</p> <p>Miedos: no saber por dónde empezar o que las “atropelle” la tecnología. Frustraciones: no tener un celular con suficiente capacidad, no tener respuestas a sus productos y servicios en digital. Obstáculos: falta de conocimiento del alcance de las herramientas digitales.</p>	<p>Resultados:</p> <p>¿Qué quiere conseguir? Autonomía financiera, ventas, lograr clasificar convocatoria de proyectos, extender oportunidades a otras mujeres. ¿Cómo mide el éxito? Lograr que su Organización, propuesta de proyectos, productos o servicios sean más atractivos. Financiación de sus iniciativas.</p>	

Fuente: elaboración propia.

Fase 3. Definir:

Dentro de esta fase se plantean las alternativas para dar una solución al problema, para esto de identificaron los siguientes insights a través de la siguiente matriz de síntesis.

Tabla 3.

Matriz de Síntesis.

<p>Verbatims</p> <ul style="list-style-type: none"> • “A través de Internet puedo comercializar la miel”. • “Me gustaría aprender a usar plataformas de video llamadas, plataformas de capacitación”. • “Lo más difícil es que cada día salen más programas y más avances tecnológicos y no realizo muchas actualizaciones en estos temas”. • “Me gustaría realizar proyectos y planes de inversión desde mi dispositivo.” 	<p>Patrones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Son lideresas de Organizaciones y/o edilesas. • Referentes e influencia para otras mujeres. • Todas tienen un celular básico Android, pese a que algunas tienen baja capacidad de memoria. • Facebook y WhatsApp, puntos de contacto que usan a diario. 	<p>Diferencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversos niveles de escolaridad (bachilleres, técnicas y profesionales) • Comercializan diferentes productos y servicios (campo, turismo, ventas por catálogo.)
<p>Contradicciones y sorpresas (aquello que no esperábamos)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mujeres obligadas a digitalizarse por la pandemia. En zonas rurales cuentan con WIFI y es la forma de comunicarse con el mundo. • Mujeres acostumbradas a capacitarse, siempre y cuando le sume a su labor dentro de sus Organizaciones. • Son tímidas al momento de hablar de su labor y trabajo por otras mujeres. 		<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Celular como herramienta para conectarse con el mundo y extensión de oportunidades a otras mujeres. • WhatsApp como herramienta de comunicación para incorporarlo a la capacitación. • Habilidades digitales en desarrollo de proyectos para sus Organizaciones.

Fuente: elaboración propia.

Fase 4. Idear

A partir de los resultados arrojados por el Mapa de Empatía y Matriz de Síntesis, se plantean diferentes soluciones para el desarrollo de la capacitación de mujeres que viven en zonas rurales del Huila y en zona Urbana de la ciudad de Neiva. Por medio de un Brainstorming en el que se involucran miembros activos de la Fundación y se destacan las siguientes ideas:

✓ **Asistente WhatsApp:** se plantea la aplicación como herramienta principal para ser una solución a la mano de inquietudes de digitales que tengan las mujeres. A través del desarrollo de un BOT, se buscará que sea una plataforma lo más personalizada posible y que saque en “aprietos” a las mujeres lideresas participantes del programa; el asistente podrá responder preguntas como, por ejemplo: “¿Cómo grabar una video llamada? O ¿Cómo cargar un video a YouTube?”. La plataforma será un repositorio de respuestas a través del uso del audio, donde las mujeres podrán encontrar la explicación o el paso a paso de cómo hacerlo. Así mismo, podrá tener retroalimentación de ellas y se irá nutriendo de contenidos hechos por ellas mismas.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

79

De la misma manera, se plantea una solución tecnológica que permita a futuro que las mujeres puedan ver los módulos sin necesidad de consumir datos o tener WIFI, permitiendo dar solución a las mujeres que tiene limitantes de conectividad.

✓ **Salas de Messenger:** para el desarrollo de la capacitación, se harán uso de salas de Messenger, buscando capitalizar todas las funcionalidades de la plataforma, que permita que las mujeres puedan tener una capacitación 100% práctica, buscando que en cada sesión se sumerjan más en el lenguaje digital, usando funcionalidades como, por ejemplo, el uso de emoticones como incorporación al lenguaje digital; efectos animados, chats de video y temáticas en específico. El objetivo es que se compartan las experiencias de lo aprendido.

✓ **Plataforma de Contenido:** creación de un website donde las mujeres puedan registrarse y encontrar el contenido de los diferentes módulos que podrán cursar. Allí se tendrán recursos de video, audio y texto en la plataforma. Las mujeres podrán construir su ruta de aprendizaje y podrán compartir sus experiencias con otras mujeres.

✓ **Módulos de aprendizaje:** La capacitación deberá incluir módulos aprendizaje que tengan que ver con el manejo básico del celular; uso de plataformas de video llamadas, manejo de redes sociales, desarrollo de proyectos y Educación financiera.

Fase 5. Prototipar

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

80

A continuación, se presenta la propuesta de Alfabetización Digital, para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer Es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila:

Programa de Capacitación “Mujer Es Digital”

Fundación Misión y Vida

Presentación del Programa:

Empodérate y aprende en este programa de capacitación todo lo que necesitas saber del mundo digital. El objetivo del curso, es buscar ampliar conocimientos básicos en el manejo del celular, el uso de redes sociales y plataformas de video llamadas. Además, te dará todas las herramientas necesarias para empezar a desarrollar con éxito los proyectos de tu Organización.

Un curso que se llevará a cabo a través de modalidad online, que, por medio de talleres teóricos-prácticos, te permitirá aplicar los conocimientos adquiridos. Contarás con una plataforma online donde podrás registrarse y repasar todos los contenidos vistos en clase.

A través de esta capacitación desarrollarás competencias en:

- Entendimiento de la importancia de herramientas tecnológicas y gestión digital para la visibilidad de sus Organizaciones.
- Dominio de herramientas básicas para sacar mejor provecho al celular como dispositivo de trabajo.

- Conocimiento y uso de redes sociales, como herramientas digitales para visibilizar una Organización.
- Aprendizajes de herramientas y/o aplicaciones para la creación de contenidos digitales multimedia.
- Conocimiento de herramientas básicas digitales para la formulación y desarrollo de proyectos.
- Habilidad en el manejo de finanzas personales y manejo de finanzas para Organizaciones, apoyado en el conocimiento y uso de aplicaciones tecnológicas.

Ruta de Aprendizaje:

Nivel 1:

I. ¿Cómo perderle miedo a las TIC y por dónde empezar?

- Qué son las brechas digitales de género
- Los miedos más comunes de las mujeres frente a las Tecnologías y cómo superarlas
- ¿Por dónde debo empezar?

II. Conociendo los básicos de mi teléfono celular

Aspectos básicos del funcionamiento de un celular (ajustes y configuración)

- Aplicaciones principales para el uso del celular: llamadas, contactos, mensajes, galería, cámara, grabadora de voz, calculadora, agenda, ajustes.
- Cómo liberar espacio en mi celular y guardar archivos en la nube
- Descargar y actualizar aplicaciones

III. Herramientas para la Comunicación Digital

- La importancia de la Comunicación Digital para nuestras vidas y Organizaciones
- ¿Por qué debería tener un Correo Electrónico?
- Aplicaciones de Mensajería Instantánea (WhatsApp, Facebook Messenger, Skype, Telegram)
- Plataformas para hacer video llamadas o video conferencias (Google Meet, Salas Messenger, Zoom, Microsoft Teams)
- Cómo hacer Transmisiones en vivo en redes sociales o Youtube.
- Aplicaciones para crear y gestionar documentos (Google drive, Word, excel, PowerPoint, notas, lector de PDF).

IV. Redes Sociales y Video

- La importancia de las Redes Sociales en un mundo digital
- Principales Redes Sociales para gestionar una Organización (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, LinkedIn etc.)
- Cómo sacarle provecho a Facebook e Instagram (funcionalidades principales para gestionar un negocio u Organización)
- Plataformas de video y cómo gestionarlas

Nivel 2:

I. Herramientas para la creación de Contenidos digitales multimedia

- Herramientas para hacer publicaciones en redes sociales sin ser diseñador.
(Canva)
- Cómo diseñar presentaciones de power point atractivas (herramientas para usar plantillas)
- Herramientas para crear o editar videos gratis.
- Herramientas para descargar y usar fotos y/o videos gratis.

II. Herramientas digitales para la Formulación y Creación de Proyectos

- ¿Cómo formular y estructurar un proyecto para tu Organización?
- Identificación del problema y cómo plasmarla a través de herramientas digitales
- Evaluación: herramientas digitales para la creación de presupuestos y planes de inversión

III. Educación Financiera

- Importancia de la autonomía financiera de las mujeres
- Cómo armar un presupuesto financiero personal o familiar

Fase 6. Testear

A través de un video se presentó el prototipo de la Propuesta de Alfabetización Digital a las mujeres que han participado en esta investigación, con el objetivo de testear y entender cuáles sus opiniones con respecto al contenido programático y además aportes para un mejor desarrollo. A continuación, se destacan los comentarios más relevantes que salieron del testeo, que también se consolidaron a través de un video:

- CS: *“Va a ser muy útil para las mujeres emprendedoras, para las líderes y para todas aquellas personas que desean capacitarse en medios digitales. Me parece muy importante aprender a conocerlas y así desarrollar mejor nuestras labores, nuestras tareas y nuestros emprendimientos. ¿Qué le agregaría a la capacitación?; que fuera de grupos pequeños, no tan grandes, para así obtener la mejor información; como dice que va a ser digital, porque ahí uno puede entender más, comprender y preguntar más”.*

- FD: *“Que los entes gubernamentales pongan más a disposición de nosotras las lideresas de todo Colombia, para ayudarnos, no solamente, sino también a las mujeres rurales para que lleven estas herramientas. Que sean gratuitas, manuales, que sean muy apropiadas para que ellas también tengan la formación y la actualización para sacar sus proyectos de vida. Mejoraría la capacidad de nosotras, tener estas herramientas y así mismo, nosotras salimos adelante con nuestros proyectos. Mejoraríamos en todos los aspectos de la vida, porque nosotras como mujeres sacamos adelante una familia, sacamos adelante nuestra propia vida”.*

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

85

LA: *“Les agradezco el desarrollo de esta aplicación, pues es una herramienta que hace visible la labor de la mujer en el campo, como viven las mujeres emprendedoras, los proyectos que desarrollan, también las debilidades y toda la problemática que se viven en el campo. A través de estas herramientas podemos conocer y conectar las herramientas de estas mujeres, también mirar cómo podemos recibir apoyo, por todos los problemas que viven en a diario, problemas de maltrato físico, profesional, económico, también un apoyo para conocimiento, para tener una mejor calidad de vida y conectarse con el mundo”.*

JC: *“Me parece un proyecto muy interesante, para así poder impulsarnos a que podamos surgir y no quedarnos estancados en la vida monótona que vivimos hoy en día”.*

Fase 7. Implementar

A partir de las opiniones mencionadas en la Fase 6, se destacan los siguientes puntos a tener en cuenta al momento de implementar el Programa:

- Es importante realizar grupos pequeños para facilitar el proceso de aprendizaje
- El lenguaje usado y la aplicación de lo visto, tiene que ser muy sencillo y práctico de entender.
- La capacitación debe ser accesible para todas las mujeres de zona urbana y rural sin ningún costo. Debe ser gratuita.
- Considerar el uso de la tecnología como forma de visibilizar la labor de la mujer, pero también como una red de apoyo.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

86

A continuación, se presenta el cronograma de actividades para el desarrollo del Programa de Alfabetización Digital para el año 2022:

Tabla 4

Cronograma Programa Alfabetización digital.

ACTIVIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1. Costeo para el desarrollo de la capacitación (recursos, plataformas, tecnología, etc.)	X	X										
2. Presentación de capacitación a posibles patrocinadores de la capacitación.		X										
3. Desarrollo de plataforma para la capacitación y contratación de Profesionales.		X	X									
4. Inscripciones Mujeres participantes Programa de Alfabetización Digital.				X	X							
5. Inicio Nivel 1						X						
6. Inicio Nivel 2							X					
7. Clausura y certificación de asistencia de los dos niveles.								X				

Fuente: elaboración propia.

5.0 Conclusiones y Prospectiva

5.1 Conclusiones Generales

A continuación, se relacionan las conclusiones generales en función general de la investigación que consiste en la elaboración de una propuesta para la Alfabetización Digital, aplicando la Metodología Design Thinking:

- La Metodología Design Thinking como herramienta de Innovación, permitió en la investigación elaborar una propuesta de Alfabetización Digital centrada principalmente en las necesidades de las mujeres, donde las TIC, juegan un papel importante no solo en visibilizar sus trabajos, sino también, como herramientas para mostrar las problemáticas que viven día a día. De allí que la investigación concluye que, es necesario incluir redes de apoyo espiritual y psicológico que acompañen toda la ruta de aprendizaje.
- El aplicar Metodología permitió identificar los miedos y frustraciones más comunes alrededor del mundo digital. Para las mujeres, la TICs, siguen siendo un mundo muy complejo de entender, que se suma a factores como, por ejemplo, tener dispositivos de baja capacidad o memoria o conexión débil de Internet. De ahí que el punto de partida de la propuesta de capacitación arranca derribando barreras y miedos con respecto al uso de estas nuevas tecnologías, con el objetivo de facilitar el proceso de aprendizaje. Así

mismo, se concluye que, es necesario implementar esta propuesta en diferentes Organizaciones de mujeres del departamento, para que se puedan superar estas barreras.

5.2 Conclusiones específicas:

A continuación, se relacionan las conclusiones específicas en función a los objetivos establecidos en la presente investigación.

▪ Sobre el diagnóstico para determinar el nivel de conocimiento de herramientas digitales.

- Los resultados de la investigación permiten concluir que, las mujeres participantes, tienen conocimiento básico del celular abordado más desde la comunicación básica (llamada y mensajería). Es necesario fortalecer componentes de la Alfabetización Digital como el uso de la tecnología, específicamente en el manejo y uso de aplicaciones útiles para sus Organizaciones y emprendimientos, así mismo, buscar fortalecer el trabajo colaborativo en red, ya que esto les permitirá extender oportunidades a otras mujeres.

- La mayoría de las mujeres participantes conocen alguna plataforma de video llamadas, pues constantemente asisten a capacitaciones que empoderen sus liderazgos y Organizaciones. Alguna vez se han conectado a plataformas como ZOOM, MEET, Messenger; normalmente como asistente de alguna video conferencia o sesión. De allí que es necesario profundizar más en las

funcionalidades de estas aplicaciones, realizando ejercicios reales donde ellas sean las protagonistas de su propio video conferencia o sesión, buscando a través de la praxis, aplicar el conocimiento aprendido.

▪ **Las TIC más pertinentes según el contexto por medio de la metodología Design**

Thinking.

- El Internet se convierte en herramienta principal de comunicación para las mujeres participantes de la investigación. Las mujeres rurales, se vieron obligadas a contratar un servicio de WIFI durante la pandemia, lo que les permitió contarse con el mundo y estar en constante comunicación con sus más allegados. Es importante sumar al proyecto aliados estratégicos como por ejemplo, Telcos y empresas que permitan mejorar la conectividad de las participantes y así mismo, buscar dotar de dispositivos con mejor capacidad de memoria, para mejorar la experiencia de aprendizaje.

- WhatsApp se convierte en una aplicación fundamental para que ellas estén comunicadas con el mundo. Es clave que, dentro del programa, la aplicación se convierta en el canal de comunicación principal para mantener al tanto a las mujeres sobre lo que pasa con el Programa, y así mismo, debe proyectarse en un desarrollo tecnológico, que permita resolver dudas e inquietudes de las participantes y así mismo, les permita trazar una ruta de aprendizaje más personalizada.

- **En cuanto a la creación de la propuesta capacitación para la Alfabetización digital, que permita la apropiación y el uso de herramientas básicas digitales.**
 - Las mujeres beneficiarias del Programa “Mujeres Es”, tienen en su mayoría posiciones de liderazgo en comunas de la ciudad de Neiva o son lideresas de diferentes Organizaciones en el departamento del Huila. De allí que es importante, que cada una de ellas apropien de manera correcta las nuevas tecnologías, para que puedan ser mentoras de otras mujeres que necesiten aprender de digital. Es por eso que el punto de partida del Programa, debe ser Alfabetizarlas, para que después, ellas puedan ser formadoras de esta misma capacitación, con el objetivo de empoderar sus liderazgos y autonomía.
 - Es importante que la propuesta de capacitación tenga perspectiva de género, ya que esto permitirá tener una mirada de las diferentes problemáticas que tengan las mujeres participantes (trabajo, educación, discriminación, violencia, etc), buscando plantear soluciones que estén así mismo apoyadas por las TIC.

5.3 Prospectiva:

Teniendo en cuenta las conclusiones mencionadas anteriormente se destacan los desarrollos futuros que puede tener la investigación:

- Los resultados de la investigación se podrán replicar y escalar en otras Organizaciones y colectivos de mujeres en el departamento del Huila y a nivel nacional.
- Generar un desarrollo tecnológico que permita personalizar el aprendizaje de las participantes a través de la plataforma de Mensajería WhatsApp; buscando crear una asistente que personalice las preguntas más frecuentes del programa de Alfabetización Digital y que se alimente de los mismos aportes de las mujeres.
- Crear una escuela de formadores para la Alfabetización digital con perspectiva de género, buscando que desarrollen habilidades para la enseñanza y el empoderamiento de las mujeres; certificándolos como especialistas en el tema. El diseño del programa arrancará a construirse el segundo semestre del 2022.

Referencias

del Prete, A., Cervera, G., & María Del Mar, C. M. (2013). las TIC como herramienta de empoderamiento para el colectivo de mujeres mayores. el caso de la comarca del Montsià (Cataluña). Pixel BIT. Revista de Medios y Educación, 43, 37–50.

<https://www.redalyc.org/pdf/368/36828074004.pdf>

Guerrero Tejero, I. G. (2019). “No eres tan inteligente, computadora”: articulaciones necesarias entre alfabetizaciones digitales y reconfiguración identitaria en la EPJA mexicana. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México)*, XLIX(1), 131–154.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27058155008>

Herrera Lozano, J. (2020, marzo). *Proyecto Educativo Mujer rur@l Digital*.

https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/40918/Proyecto_Educativo_Mujer_Rural_Digital_JHL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

González Álvarez, Y. A., & Agudelo Ríos, J. A. (2017). *Alfabetización Digital a mujeres de la comunidad de San Isidro, Puerto Caldas del municipio de Pereira, una propuesta educativa basada en el método andragógico para el mejoramiento de la praxis social*.

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/7992/3713386132G643.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez Carrillo, F. Y., & Carvajal Murcia, M. (2020, abril). *Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) como estrategia didáctica para el fortalecimiento de la lectura crítica en estudiantes de media vocacional del municipio de Pitalito Huila, tomando como*

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

93

referentes investigaciones a nivel nacional e internacional.

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/34749/fyrodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Neira Herrán, A. Y. (2019, mayo). *Valoración del uso de recursos digitales como apoyo en la formación de los estudiantes del grado once de la Institución Educativa las Acacias –la Plata, Huila.*

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/30209/ayneirah.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez Burgos, E. (2018, diciembre). *Nivel de uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) en los estudiantes de básica secundaria y media de la Institución Educativa Villa Fátima de Pitalito Huila.*

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/25593/erodriguezbu.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ríos, R. (2016, junio). *Incidencia de la formación para la innovación en la cualificación profesional y el desempeño laboral de los estudiantes de contaduría Pública. Estudio de caso.* Universidad Santo Tomás.

Comisión Europea. (1996). *Libro verde de la Innovación.* Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

Hernández-Ascanio, J., & Tirado-Valencia, P. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88(Universidad Loyola Andalucía), 165–199.

<https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696006.pdf>

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

94

PCIS, Parque Científico de Innovación Social, Corporación Universitaria Minuto de Dios. (2021, febrero). *Ruta de innovación Social. Paso a paso para desarrollar innovaciones sociales*. Uniminuto.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (s. f.). *Acerca de la innovación social*. CEPAL. Recuperado 7 de noviembre de 2021, de

<https://www.cepal.org/es/temas/innovacion-social/acerca-innovacion-social>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MINTIC. (2020, junio).

Marco de la Transformación Digital para el estado colombiano (N.º 1).

[https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/articles-](https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/articles-179145_Marco_Transformacion_Digital.pdf)

[179145_Marco_Transformacion_Digital.pdf](https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/articles-179145_Marco_Transformacion_Digital.pdf)

Modelo de madurez para la transformación digital- MMTD (N.º 5). (2018, noviembre).

MINTIC, INNpulsas Colombia.

https://www.centrosdetransformaciondigital.gov.co/695/articles-78552_archivo_.pdf

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020, junio). *TALLER: Estrategia para la transformación digital* [Diapositivas]. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/>.

[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25533/transformacion%20digi](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25533/transformacion%20digital%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[tal%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/25533/transformacion%20digital%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bawden, D. (2002). Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital. *Anales de Documentación*, 5 (Universidad de Murcia), 361–408.

<https://www.redalyc.org/pdf/635/63500518.pdf>

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

95

Martí, M. C., D’Agostino, M. J., Veiga De Cabo, J., & Sanz-Valero, J. (2008). Alfabetización digital: Un peldaño hacia la sociedad de la información. *Medicina y Seguridad en el Trabajo*, LIV(210), 11–15. <https://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n210/especial2.pdf>

Silvera, C. (2005). La alfabetización digital: Una herramienta para alcanzar el desarrollo y la equidad en los países de América Latina y el Caribe. *ACIMED*, 13(1), 1. <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v13n1/aci04105.pdf>

Observatorio de la Igualdad de Género de América Latina y el Caribe, CEPAL. (2013, septiembre). *La brecha digital de género: Reflejo de la desigualdad social*. CEPAL. Recuperado 1 de noviembre de 2021, de https://oig.cepal.org/sites/default/files/notas_para_la_igualdad_ndeg10_-_brecha_digital_de_genero.pdf

SERRANO ORTEGA, M. A. N. U. E. L., & BLÁZQUEZ CEBALLOS, P. I. L. A. R. (2015). *Design Thinking, lidera el presente. Crea el futuro* (1.ª ed., Vol. 1). ESIC.

Connect Bogotá Región. (2020, 9 julio). *Taller de Design Thinking* [Diapositivas]. <https://connectbogota.org/>. <https://connectbogota.org/>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. (s. f.). *Objetivo 9: Industria, innovación e infraestructura*. undp.org. Recuperado 7 de noviembre de 2021, de <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-9-industry-innovation-and-infrastructure.html>

Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo, CEPAL. (s. f.). *Plan Nacional de Desarrollo «Pacto por Colombia, pacto por la equidad» 2018 - 2022*. <https://observatorioplanificacion.cepal.org/>. Recuperado 7 de noviembre de 2021, de

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

96

<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-pacto-por-colombia-pacto-por-la-equidad-2018-2022>

OCDE, EuroStart. (2005). *Manual de Oslo, guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (N.º 3). Grupo Tragsa.

Parra Mesa, I. D. (2011). *Innovación: conceptos, procesos, mitos y realidades* (1.ª ed., Vol. 1). Universidad de Antioquia.

Pervaiz K, A., Shepherd, C. D., & Ramos Garza, L. (2012). *Administración de la Innovación* (1.ª ed., Vol. 1). Pearson.

Morales, M. (2013). *Adiós a los Mitos de la Innovación: Una Guía Práctica para Innovar en América Latina* (1.ª ed., Vol. 1). Innovare.

Gobierno de Colombia, DNP. (2019). *Bases Plan Nacional de Desarrollo 2018–2022, pacto por Colombia, pacto por la equidad* (N.º 1). Grupo de Comunicaciones.

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/BasesPND2018-2022n.pdf>

Morales Gutiérrez, A. C. (2009). Innovación social, un ámbito de interés para los servicios sociales. *Dialnet*, 1(45), 151–175.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3021589>

Gobernación del Huila. (2020, junio). *Plan de Desarrollo Departamental 2020,2023, «Huila Crece»* (N.º 1). Asamblea del Huila.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2013, octubre). *XII Conferencia regional sobre la mujer de América Latina y el Caribe, CEPAL. Mujeres en la economía digital.Superar el umbral de la desigualdad* (N.º 1). CEPAL.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/16561/1/S2013579_es.pdf

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

97

George Reyes, C. E. (2020). Alfabetización y alfabetización digital. *Transdigital*, 1(1), 1–17.

<https://www.revista-transdigital.org/index.php/transdigital/article/view/15/5>

Avello Martínez, R., López Fernández, R., Cañedo Iglesias, M., Álvarez Acosta, H., Granados

Romero, J. F., & Obando Freire, F. M. (2013). Evolución de la alfabetización digital:

nuevos conceptos y nuevas alfabetizaciones. *Medisur, revista en Internet*, 7(7), 450–457.

<http://www.revfinlay.sld.cu/index.php/finlay/article/view/608/191>

Universia. (s. f.). *Qué es el design thinking y cómo aplicarlo a la educación*. universia.net.

Recuperado 7 de noviembre de 2020, de

<https://www.universia.net/co/actualidad/orientacion-academica/que-design-thinking-como-aplicarlo-educacion-1154003.html>

Epicenter, Usa. (2013, 29 julio). *Template mapa de empatía*. Slideshare. Recuperado 7 de

noviembre de 2020, de <https://www.slideshare.net/EpicenterUSA/dtal-template-empathy-map-and-problem-statement>

Bernal, C. (2010). *Ruta para la elaboración de la propuesta o anteproyecto de investigación científica* (3.^a ed., Vol. 3). Pearson Education.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (3.^a ed., Vol. 3). Pearson Education.

Soriano, R. R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Mexico: Plaza y valdes.

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

98

Anexos

Anexo 1. Entrevista semiestructurada

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

MAESTRÍA GERENCIA DE LA INNOVACION

Proyecto de investigación: Propuesta de Alfabetización digital para las mujeres del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida.

Guión entrevista Semiestructurada

Nombres completos entrevistado:

Ubicación geográfica: Zona rural / Zona Geográfica

Dirección:

Edad:

Nivel escolaridad:

Ocupación:

Correo electrónico:

Guión de entrevista semiestructurada
1. ¿Qué dispositivos tecnológicos usa a diario? Celular Computador Tablet Otro Ninguno
¿Qué actividades desarrolla frecuentemente con estos dispositivos?
¿Tiene acceso a internet? o Si lo necesitara ¿Cómo accede a este tipo de conectividad?
¿Qué herramientas digitales sabe usar de su celular? Correo electrónico WhatAspp Redes sociales (Facebook e Instagram) Otro (especifique cuál)

<p>¿Comercializa algún producto a través del celular? ¿Qué herramientas utiliza?</p> <p>Whatsapp</p> <p>Facebook</p> <p>Contactos directos</p> <p>Grupos sociales de WhatsApp o Facebook</p> <p>Ninguno de los anteriores</p> <p>Otro (especifique)</p>
<p>8. Aspectos no previstos</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

Fecha:

Hora:

Lugar:

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

101

Anexo 2 Entrevista semiestructurada de grupo focal

GUIA DE GRUPO FOCAL

FECHA: _____

LUGAR: _____

RESPONSABLES: _____

Moderador:

Observador:

Objetivo de la investigación					
Crear un sistema de capacitación para la Alfabetización Digital de las mujeres beneficiarias del programa “Mujeres Es” de la Fundación Misión y Vida, en el departamento del Huila, aplicando la metodología Design Thinking.					
Participantes					
N°	Nombre	Edad	Escolaridad	Ocupación	Teléfono
1					
2					

3					
4					
5					

Preguntas orientadoras	
1	¿Qué importancia tiene el internet y el uso de herramientas tecnológicas para su vida?
2	¿Qué dispositivos tecnológicos tiene a su disponibilidad y con qué frecuencia los usa?
3	¿Cuáles son las principales dificultades que tiene para hacer uso de las herramientas digitales?
4.	¿Si tuviera la oportunidad de participar en una capacitación sobre herramientas digitales, qué le gustaría aprender?

Pauta de chequeo (evaluación)		
Aspecto	Si	No
Asistencia de los participantes al grupo focal		
El moderador explicita en un comienzo los objetivos y la metodología de la reunión a los participantes		
El moderador respeta el tiempo para que los participantes desarrollen cada tema		

Propuesta de Alfabetización Digital para las mujeres beneficiarias del programa “Mujer es”, de la Fundación Misión y Vida, en el Departamento del Huila, República de Colombia.

103

Se permite la participación de todos los actores sociales		
El moderador escucha y utiliza información que es compartida		
Se cumplen los objetivos planteados para la reunión		
Reunión entre 60 y 120 minutos		
Registro de información (grabación de la sesión)		
Identificación del moderador y del observador		
Observaciones		

Anexo 3. Video prototipo y testeo del Programa

<https://www.youtube.com/watch?v=9vV1n1KPSkY>