

MODALIDAD I

INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INMUJERES)

META 2680.MT:

MT-21-3 IMPULSAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES MEDIANTE UN PROYECTO DIRIGIDO AL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO EN EL ÁMBITO COMUNITARIO.

DOCUMENTO META:

INFORME DE RESULTADOS

PERIODO:

AGOSTO A NOVIEMBRE DE 2021

2021

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	8
a) Marco teórico o conceptual.....	8
b) Metodología.....	12
c) Descripción de la población objetivo.....	14
d) Herramienta, estrategia o instrumento aplicado.....	15
DESARROLLO.....	17
BIBLIOGRAFÍA.....	34

INTRODUCCIÓN.

De acuerdo a los lineamientos emitidos por el Instituto Nacional de las Mujeres, para el desarrollo del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género 2021, se presenta este Informe de Resultados de las actividades realizadas durante la operación de la meta MT.21-3 denominada Impulsar la participación de las mujeres mediante un proyecto dirigido al empoderamiento económico en el ámbito comunitario.

Durante las últimas cinco décadas se generaron diversos cambios sociales entre los que destacan los procesos de urbanización, la transición demográfica, la masificación de la educación, la apertura comercial y la ampliación de la cobertura en los servicios de salud. Los efectos de dichos cambios son diversos y heterogéneos entre los favorables se pueden mencionar la reducción de la natalidad, transformaciones en la organización y composición de las familias, mayor presencia de las mujeres en los mercados laborales y mayor ingreso de mujeres al sistema educativo.

De acuerdo a los resultados que se presentan en el *Informe Especial COVID-19 N°9: La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad*, elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)¹ los efectos de la pandemia afectaron más la ocupación y las condiciones laborales de las mujeres, los cuales se pueden comparar con las condiciones que se tenían hace una década.

¹Comisión Económica para América Latina y el Caribe.2021-02 <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/>

Podemos visibilizar de igual forma que la cultura del machismo ha impedido que las mujeres cuenten con el libre acceso a oportunidades laborales e incluso impedido que estas se preparen para poder desempeñar un oficio.

En el marco de la capacitación, señala la obligación de “garantizar la calidad de la educación y capacitación, así como la igualdad de oportunidades para las mujeres y los hombres en lo que se refiere al acceso en éste ámbito, a fin de que las mujeres de todas las edades puedan adquirir los conocimientos, capacidades, aptitudes, destrezas y valores éticos necesarios para desarrollarse y participar plenamente, en condiciones de igualdad, en el proceso de desarrollo social, económico y político del país”.

Ahora bien, el Comité de la CEDAW (CoCEDAW) instó a México en sus últimas recomendaciones particulares a que adopte las medidas adecuadas para mejorar el conocimiento de los derechos humanos de las mujeres mediante campañas y actividades públicas de desarrollo de la capacidad concebidas y puestas en práctica con la participación activa de organizaciones de mujeres, y para contrarrestar la propaganda contra la igualdad de género.

Las mujeres que radican en los municipios en pobreza o pobreza extrema, muchas de ellas son nativas, razón por la que conocen las fortalezas de su localidad lo que es importante habilitar no solo por lo cultural sino de igual forma para adaptar esas costumbres a cambios significativos que abonen a la igualdad entre mujeres y hombres. Que mejor manera de ir incorporando capacitaciones sobre oficios no tradicionales para mujeres con la finalidad de ampliar alternativas laborales de actividades ajenas a las que social y culturalmente se asignan como roles y capacidades “femeninas”.

En lo que se refiere al e-commerce El PND 2019-2024 afirma que se buscará contribuir al fortalecimiento de la economía local e impulsar la reactivación económica y lograr que la economía vuelva a crecer a tasas aceptables. Y asegura que para ello se requiere, en primer lugar, del fortalecimiento del mercado interno, lo que se conseguirá con una política de recuperación salarial y una estrategia de creación masiva de empleos

productivos, permanentes y bien remunerados. Podemos observar las disposiciones emitidas el 2 de febrero del presente año en el Acuerdo por el que se emite el Código de Ética en materia de Comercio Electrónico.

El empoderamiento económico significa el derecho de las mujeres a ser independientes y autónomas económicamente, pues ello les permite tomar conciencia sobre la discriminación de género, ampliar sus capacidades de desarrollo laboral y profesional, así como tomar “decisiones estratégicas en la vida”, como las de emprender negocios y pequeñas empresas, sin dejar de lado las responsabilidades como jefas de familia, teniendo como opción el practicar en igualdad oficios no tradicionales para las mujeres, de acuerdo a los roles que culturalmente nos han sido asignados por la sociedad.

Para consolidar las acciones que fomenten y promuevan las oportunidades de las mujeres y fortalecer su empoderamiento económico, en 2020 se realizó un proceso de certificación con el objeto de afianzar oficialmente el conocimiento y productividad de las mujeres emprendedoras. Para la realización de esta acción se destaca la necesidad de fomentar la participación en mejora de sistemas de producción y administración de las mujeres cuidadoras que ya tenían una idea de un negocio con base a conocimientos empíricos.

De acuerdo a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, la tasa de participación laboral de las mujeres se situó en 46% en 2021, mientras que la de los hombres en 69%. Se calcula, además, que la tasa de desocupación de las mujeres llegó al 12% en 2021, porcentaje que eleva al 22% si se asume la misma tasa de participación laboral de las mujeres en 2019.

Así también la CEPAL, señala que fue 2020 donde se registró una contundente salida de mujeres de la fuerza laboral, quienes, por tener que atender las demandas de cuidados en sus hogares, no retomaron la búsqueda de empleo remunerado. Es así como un 56,9% de las mujeres en América Latina y un 54,3% en el Caribe se encuentran

ocupadas en sectores de los que se prevé un mayor efecto negativo en términos del empleo y los ingresos por causa de la pandemia.

Por otra parte, las mujeres de la región han sido parte crucial de la primera línea de respuesta a la pandemia COVID 19, debido a que un 73,2 % de las personas empleadas en el sector de la salud son mujeres, quienes han tenido que enfrentar una serie de condiciones de trabajo extremas, como extensas jornadas laborales, que se suman al mayor riesgo al que se expone el personal de salud de contagiarse del virus.

Todo esto en un contexto regional en el que persiste la discriminación salarial, pues los ingresos laborales de las mujeres que trabajan en el ámbito de la salud son un 23,7% inferiores a los de los hombres del mismo sector, por señalar alguno.

En el caso de México la exclusión de la mujer en la economía ha implicado incrementar una brecha en la participación laboral entre mujeres y hombres que antes de la pandemia, de acuerdo con el último informe del Banco Mundial, ya ascendía en México a un 32% al representar un 45% la fuerza laboral en comparación al 77% de los hombres. Esta ampliación de la brecha ha impactado profundamente en la economía de las mujeres del país, ya que de acuerdo con cifras del INEGI, constituyen un 65% del PIB nacional, cifras a las cuales se pueden añadir los diversos campos en donde sus decisiones son de vital importancia, muchas de ellas relacionadas con el hogar, las cuales en la pandemia constituyen el epicentro económico.

Las empresas en México que ya están adoptando al comercio electrónico, tienen un cambio significativo en sus procesos de negocios, lo que conlleva a un resultado favorable para sus proveedores y clientes. Por lo que la tecnología se ubica, no solo como una herramienta para reducir costos, sino como un rol estratégico.

La Internet que nace con orígenes bélicos, en la actualidad se ha convertido en una economía de servicios, mostrando así un impacto en las empresas que permanecen

hundidas en una interacción global donde los trayectos se acortan y los tiempos se reducen en este nuevo mercado digital.

Hemos sido espectadores y participes en los últimos años del crecimiento tan espectacular protagonizado por la Internet. En principio como un simple medio de comunicación a través del cual nos comunicábamos en tiempo real con personas al otro lado del mundo, pero Internet, se ha ido abriendo camino a pasos descomunales y ha ido incluyendo mucho más, hasta poder hablar del mismo, como un canal de comunicación para la nueva forma de comercio.

Es casi incomprensible una vida sin Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) asociadas a la vida cotidiana, a la toma de decisiones y al ritmo de una actualidad globalizada

Compartiendo, subiendo y bajando muchos contenidos, tomando parte en cosas tan sencillas como: hablar por teléfono e inclusive facilitando otras más complejas como: hacer transacciones bancarias o pago de servicios de los hogares (que normalmente tomaría mucho tiempo a lo largo del día inmerso en el tráfico) y su crecimiento sigue en aumento.

La utilización del e-commerce además de ser una gran oportunidad para los micro o macro empresarios, es una necesidad, que, si bien la empresa carece de ella, no podría competir al ritmo de las empresas líderes.

Por lo que se considera necesario al e-commerce para crecer en el mundo de la tecnología, y adueñarnos del éxito que pueden tener nuestras empresas si aprendemos a interactuar con nuestros clientes y acercar todo lo que desean comprar.

Derivado de lo anterior y para contribuir en la disminución de algunas brechas de desigualdad entre mujeres y hombres, se diseña esta meta correspondiente al Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género con la finalidad de

Fortalecer las capacidades de las mujeres en el ámbito local y contribuir a su incorporación en el mercado laboral mediante procesos formativos, el desarrollo de habilidades en las tecnologías informáticas para comercializar productos y servicios mediante redes sociales virtuales, así como el impulso para el desarrollo de proyectos productivos implementados por grupos de mujeres.

JUSTIFICACIÓN.

a) Marco teórico o conceptual.

La Convención de las Naciones Unidas sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW)², por sus siglas en inglés, es considerada desde 1979, como el Tratado Internacional de los Derechos Humanos de las Mujeres para garantizar la igualdad de las mujeres y para eliminar las prácticas discriminatorias contra ellas, se asientan principios y compromisos generales del gobierno de México, establece los derechos de las mujeres y las normas para eliminar la discriminación en las esferas civil, política, económica, social, cultural y medioambiental e incluyendo los problemas especiales de las mujeres de zonas rurales, abordando el tema de la igualdad ante la ley.

En México, el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, afirma que el gobierno impulsará la igualdad como principio rector: La igualdad efectiva de derechos entre mujeres y hombres, entre indígenas y mestizos, entre jóvenes y adultos, y se comprometerá en la erradicación de las prácticas discriminatorias que han perpetuado la opresión de sectores poblacionales enteros, por lo cual se deberá promover e impulsar el empoderamiento económico.

La reciente publicación en el Diario Oficial de la Federación del Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024², tiene entre sus objetivos prioritarios potenciar la autonomía económica de las mujeres para cerrar brechas históricas de desigualdad, generando las condiciones para reconocer, reducir y redistribuir los trabajos domésticos y de cuidados de las personas entre las familias, el Estado, la comunidad y el sector privado, tarea que sin duda será un camino por recorrer para poder construir entornos seguros y en paz con el respeto irrestricto de los derechos humanos de las mujeres.

La mujer mexicana evidentemente, es parte fundamental del desarrollo económico del país promoviendo, además, la generación de riqueza y contribución al PIB de la geografía. Es así que se requiere entender y comprender que la equidad impulsa la productividad de los países, la innovación y la competitividad, aumenta la diversificación económica y la igualdad de ingresos, entre otros resultados positivos que no quedan solo en lo económico, va más allá al fortalecer a las familias y la comunidad a partir del bienestar individual de cada una de ellas.

EN consecuencia, el invertir en el empoderamiento y autonomía económica de las mujeres contribuye directamente a la igualdad de género, la erradicación de la pobreza y el crecimiento económico inclusivo, debido a que la mujer aporta de manera significativa a la economía, ya sea en empresas, en el campo, como emprendedoras o en el trabajo de cuidados no remunerados.

La ONU Mujeres México pone especial énfasis en programas innovadores para impulsar la autonomía económica de las mujeres considerando, entre sus prioridades a las trabajadoras migrantes y las emprendedoras rurales e indígenas. Igualmente, trabaja para el desarrollo de sistemas públicos de respuesta a las necesidades de cuidado y

² Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024, http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5608467&fecha=22/12/2020

para dar visibilidad a los aportes de las mujeres a la economía, en especial al trabajo no remunerado y su vínculo con la pobreza de tiempo de las mujeres.³

El Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024 (PROIGUALDAD) establece dentro de sus objetivos prioritarios lo siguiente:

Objetivo prioritario 1. Potenciar la autonomía económica de las mujeres para cerrar brechas históricas de desigualdad.

Alcanzar la independencia y promover la autonomía económica de las mujeres resulta estratégico para avanzar en el logro de la igualdad entre mujeres y hombres. Abona a cerrar brechas de desigualdad, a acabar con la precariedad que permea sus vidas, al empoderamiento, la toma de decisiones, libertad y construcción de un proyecto de vida propio, lo cual permite no solo lograr mayores niveles de bienestar y desarrollo sino también incrementar la participación de las mujeres en espacios públicos de interacción social, e incluso favorece las condiciones para abandonar relaciones violentas o de sometimiento con familiares o parejas.

En sus estrategias;

5.3.7 Impulsar, en el ámbito comunitario, la capacitación de las mujeres en el conocimiento de sus derechos humanos, PG, autoestima, autonomía e independencia, a fin de promover su empoderamiento y participación, con enfoque territorial.⁴

La Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres “tiene por objeto regular y garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres, proponer los lineamientos y mecanismos institucionales que orienten a la Nación hacia el cumplimiento de la igualdad sustantiva en los ámbitos público y privado, promoviendo el empoderamiento de las mujeres y la lucha contra toda discriminación basada en el

³ ONU Mujeres <https://mexico.unwomen.org/es/nuestro-trabajo/empoderamiento-economico>

⁴ Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024

sexo. Sus disposiciones son de orden público e interés social y de observancia general en todo el Territorio Nacional”.⁵

La cultura institucional para la igualdad laboral entre mujeres y hombres señala la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación, el cual establece que son las: “Prácticas y acciones para fomentar la igualdad sustantiva, independientemente de su origen étnico, racial o nacional, sexo, género, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencia u orientación sexual, estado civil o cualquier otra característica o condición análoga, se buscará la igualdad y la inclusión laborales, además de consolidar la previsión social, a través de la creación de condiciones para el trabajo digno, bien remunerado, con capacitación, con seguridad, libre de toda discriminación, con corresponsabilidad entre la vida laboral y la vida familiar, que posibilite la realización plena de mujeres y hombres”⁶.

La igualdad sustantiva es la que se logra eliminando la discriminación contra las mujeres que menoscaba o anula el reconocimiento, goce o ejercicio de sus derechos humanos y las libertades fundamentales en el ámbito laboral. Supone el acceso a las mismas oportunidades, considerando las diferencias biológicas, sociales y culturales de mujeres y hombres”⁷.

La igualdad sustantiva “es el acceso al mismo trato y oportunidades para el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y las libertades fundamentales”.⁸

⁵ Artículo 1º, Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres

⁶ Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación.

⁷ Artículo 2, Ley Federal del Trabajo, México.

⁸ Art. 4 de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres

Los estereotipos de género reflejan las creencias populares sobre las características, actividades, roles, rasgos, o atributos que describen y distinguen a los hombres de las mujeres, atribuyéndoles significados a las acciones que desempeñan, o se espera que desempeñen, según lo socialmente aprendido.

b) Metodología.

Es importante mencionar que ante el confinamiento derivado de la pandemia por COVID-19, así como la implementación de medidas sanitarias para mitigar la propagación y exposición al virus; una parte de la meta se ejecutó en modalidad en línea y otra parte de manera presencial, atendiendo las disposiciones sanitarias que establezcan las autoridades de salud en el ámbito local. En el caso de la modalidad en línea se verificó que las comunidades contaran con acceso al internet, ya que, en la mayoría de las comunidades de los municipios donde se desarrollaron los talleres, se cuenta con una baja o nula señal de conexión a internet para realizar las actividades en línea.

Para la modalidad presencial, la consultoría contratada, en todo momento durante los talleres y reuniones de trabajo proporcionó a las y los participantes, a la entrada y salida del salón o lugar: gel antibacterial o alcohol en gel, toma de temperatura con termómetro digital o pistola de temperatura, tapete con cloro, líquido sanitizante y cubrebocas KN95.

Durante el desarrollo de los talleres, los lugares estuvieron distribuidos de acuerdo con los lineamientos establecidos por las autoridades sanitarias (sana distancia de 1.5. mts.), haciendo énfasis que las sillas, mesas y cualquier lugar que se ocupó estuvo en constante limpieza con sanitizante.

En este mismo sentido la consultoría brindó un KIT de limpieza a cada persona participante que incluyó: gel antibacterial, cubrebocas.

Al utilizar la modalidad en línea se compartió con anticipación un registro donde se inscribieron y les fue enviado una liga para su ingreso especificó la plataforma o herramienta empleada, que en este caso fue zoom meetings y Microsoft teams y Google forms, asimismo se realizaron las evidencias del desarrollo de las actividades tales como envió de ID, oficios invitación, acuses de recibido, fotografías, capturas de pantalla y listas de asistencia. (Los formatos de fotografías y listas de asistencia, fueron proporcionados con logos y de acuerdo a lo estipulado en el documento *Criterios para el diseño y elaboración de documentos meta y medios de verificación*).

De esta manera el tiempo total de cada taller fue de 8 horas,

Actividad 1 y 2 Talleres

Para el desarrollo de los talleres de oficios no tradicionales para mujeres y de digital/eCommerce, se impartieron de 8 horas, cada uno, divididas en sesiones que correspondieron para el alcance de cada actividad y de la meta. Por lo anterior se realizaron los enlaces con actores estratégicos pertinentes, Se utilizó el modelo educativo denominado taller, donde el aprendizaje se construyó a partir de la experiencia grupal y práctica de la actividad entre todas las personas participantes. Se buscó que, a través de cada uno, se diera la interacción y que el desarrollo y conocimiento se adquiriera a través de las vivencias y práctica de la capacitación. La impartición fue mixta.

Actividad 3

Se desarrolló mediante un proceso de selección de beneficiarias que tuvieran un proyecto productivo en ejecución, donde las mujeres que integran cada uno de los grupos participó en las actividades que contempla esta meta, capacitándose, certificando a por lo menos dos mujeres de cada grupo, con la finalidad de fortalecerse y contar con herramientas para impactar de manera positiva en el desarrollo de sus actividades. Parte de la estrategia utilizada en la selección fue tomar en cuenta a los municipios en situación de pobreza, pobreza extrema y alta marginalidad. Se realizó la detección de insumos, de acuerdo a la etapa en la que se encontraban sus proyectos, mismos que les fueron entregados. El proceso se realizó de forma mixta, de acuerdo a las necesidades.

Actividad 4

Para el desarrollo de la Certificación en competencias laborales se proporcionó elementos teóricos-prácticos a través del curso de alineación a la competencia laboral de Cultura Emprendedora, dirigiéndose a los municipios de José María Morelos, Felipe Carrillo Puerto, Othón P. Blanco y Lázaro Cárdenas por parte de una institución autorizada para llevar a cabo el proceso. Posteriormente realizaron su producto de entrega final CANVAS. Las reuniones de seguimiento se dieron en modalidad mixta, ya que algunos grupos no cuentan con una red estable en sus comunidades.

c) Descripción de la población objetivo.

Para el desarrollo de esta meta se dio prioridad a las mujeres que residen en los municipios en situación de pobreza, pobreza extrema y alta marginalidad, siendo, de acuerdo al Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en el año 2015, los siguientes municipios:

Lázaro Cárdenas

José María Morelos

Felipe Carrillo Puerto

Bacalar y

Othón P. Blanco

De 2008 a 2018, la pobreza extrema en el estado se redujo en 4.3% puntos porcentuales al pasar de 7.7% a 3.5%. En términos absolutos, esto significa que hubo alrededor de 38,500 personas menos en pobreza extrema⁹.

La población objetivo de la meta que nos ocupa fue población que habita en el Estado de acuerdo a los datos estadísticos que presentan pobreza y pobreza extrema antes descritos.

d) Herramienta, estrategia o instrumento aplicado.

Actividad 1

Los talleres sobre oficios no tradicionales para mujeres se realizaron en un 100% presencial utilizando como base un manual impreso donde cada participante se fue guiando, con la instrucción de sus facilitadores(as). Se implementó la estrategia de sensibilización guiada y posteriormente realizaron sus prácticas.

Actividad 2

Los talleres de digital/eCommerce utilizaron como herramienta básica sus equipos digitales como sus teléfonos o computadoras donde el aprendizaje se fue construyendo mediante la navegación en las diferentes plataformas digitales. En el caso de comunidades con red baja de internet, utilizaron sus teléfonos y la apps del whatsapp.

Actividad 3

En esta actividad se contó con la asesoría personalizada, ya sea presencial o virtual de profesionistas que tuvieron a bien guiar el desarrollo de la implementación, así como

⁹ CONEVAL (2020). Informe de pobreza y evaluación 2020, Quintana Roo. México. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

de elaborar herramientas que guiaron a cada grupo a conformar estrategias de manera metodológica con la finalidad de impulsar sus actividades y concretarlas.

Actividad 4

Para el desarrollo de la Certificación en competencias laborales en Cultura del Emprendurismo se les proporciona a cada participante elementos teóricos-prácticos a través del curso de alineación al estándar, permitiéndoles ser guiadas en la elaboración de sus productos finales donde desarrollaron un CANVA que es una metodología que se utiliza para plasmar una idea de negocio, estructurada en 9 pasos y que pretende recoger de forma muy sencilla y rápida los elementos fundamentales que hay que tener en cuenta en un proyecto, no sólo para implementarlo sino también para darle un mayor valor.

En general las asistencias presenciales fueron plasmadas en las listas escritas, de acuerdo a los criterios del programa y en el caso de las actividades virtuales se utilizaron plataformas de google documentos donde se registraron.

DESARROLLO.

Actividad 1

El objetivo general de esta actividad fue brindar herramientas para el trabajo a las mujeres a través de una proyección innovadora no tradicional que evite, a través del desarrollo personal y colectivo, soluciones en situaciones económicas que las beneficien a ellas y sus familias.

Los talleres de oficios no tradicionales para mujeres se realizaron en las siguientes fechas y sedes municipales:

No.	Denominado	Municipio	Localidad	Fecha
1	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	JMM	Sabàn	9 y 10 de agosto 2021
2	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	JMM	Huaymax	9 y 10 de agosto 2021
3	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	JMM	Jòse Ma. Morelos	11 y 12 de agosto 2021
4	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	JMM	Sacalaca	11 y 12 de agosto 2021
5	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19 y servicios de fumigación	BAC	Limonos	13 de agosto 2021
6	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19 y servicios de fumigación	OPB	Chetumal	13 de agosto 2021
7	Servicios de fumigación y desinfección Atención a comensales y preparación de alimentos	BAC	Bacalar	17 y 18 de agosto 2021
8	Atención a comensales y preparación de alimentos	OPB	Chetumal	19 de agosto 2021
9	Atención a comensales y preparación de alimentos	OPB	Chetumal	20 de agosto 2021
10	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	OPB	Chetumal	23 de agosto 2021
11	Plomería Básica	OPB	Chetumal	23 y 24 de agosto 2021
12	Plomería Básica	OPB	Ucum	25 de agosto 2021
13	Plomería Básica	OPB	Chetumal	26 de agosto 2021
14	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	LC	San Àngel	24 y 25 de agosto 2021

15	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	LC	Solferino	24 y 25 de agosto 2021
16	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	LC	Nuevo Xcan	26 y 27 de agosto 2021
17	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	LC	Ignacio Zaragoza	26 y 27 de agosto 2021
18	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	FCP	Tabi	2 y 3 de septiembre 2021
19	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	FCP	Xpichil	2 y 3 de septiembre 2021
20	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	FCP	Santa Rosa	13 y 14 de septiembre 2021
21	Elaboración de prod. Preventivos COVID 19	FCP	Tepich	13 y 14 de septiembre 2021
22	Plomería Básica	JMM	Sabán y Huaymax	28 y 29 de septiembre 2021
23	Plomería Básica	JMM	Xcabil	28 y 29 de septiembre 2021
24	Plomería Básica	JMM	Kancabchen	30 de sept. Y 1 de octubre 2021
25	Plomería Básica	JMM	Kancabchen	30 de sept. Y 1 de octubre 2021

Las personas beneficiadas en esta actividad fueron 370 mujeres de los municipios mencionados, correspondiendo el 100% a este sexo.



En cada taller se realizó una exposición teórica por parte de quienes facilitaron, y la práctica de los oficios no tradicionales, consistiendo en lo siguiente:

Talleres	Prácticas realizadas
Elaboración de productos COVID 19	Elaboración de gel, sanitizante casero para limpiar superficies, jabón antibacterial para manos, sales cuaternarias, gel casero sanitizante tradicional Gel antibacterial hidratante y jabón desinfectantes
Plomería básica	Soldadura de piezas especiales de tubo de cobre, limpieza de cobre, colocación de boquilla al gas butano, desoldaduras, unión de tubos de pvc, instalación de llave angular
Servicios de fumigación y desinfección	Medidas preventivas antes, durante y después del procedimiento, equipos a utilizar, recetas caseras, recetas ecológicas
Atención a comensales y organización de banquetes	Preparación de la estación y equipo de trabajo, higiene, carta, menú, servicio de alimentos y bebidas, recepción del comensal, cristalería, servicios

Actividad 2

Se desarrollaron estos talleres alineados al siguientes objetivos; Fortalecer las capacidades de las Mujeres capacitándolas en el uso del comercio electrónico como herramienta dinámica de innovación para un desarrollo político, económico, social, cultural y medioambiental a través de la compra y venta de productos a través de plataformas electrónicas.

Durante la capacitación las y los participantes identificaron el valor del emprendimiento y la importancia de contar con una marca, para conducirse y establecer su modelo de negocio de acuerdo a los que clasifica el E-Commerce., comprendiendo los conceptos y la forma en cómo se debe de aplicar un modelo de negocio.

Se abordó el tema sobre el valor de la marca y la importancia de registrarla en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), teniendo beneficios exclusivos que puedes comprobar de manera inmediata en un buscador de Google u otro.

Se revisó todo el proceso de registro paso a paso para que las participantes pudieran irlo haciendo y si surgía alguna duda se solventaba en el momento.

Sobre la propuesta de valor comprendieron que quienes son, qué ofrecen y por qué el cliente debe elegirte a ti en lugar de la competencia. Siendo la clave en que tu propuesta tenga claras sus características, sus ventajas y beneficios.

La voz de marca se les presentó como el ingrediente que se encuentra en todas partes dentro de la comunicación digital de las empresas, es la forma en que se comunican, y de igual forma el significado del territorio de la marca como el espacio competitivo donde se desarrolla teniendo presente que un mismo producto puede tener distintos territorios.

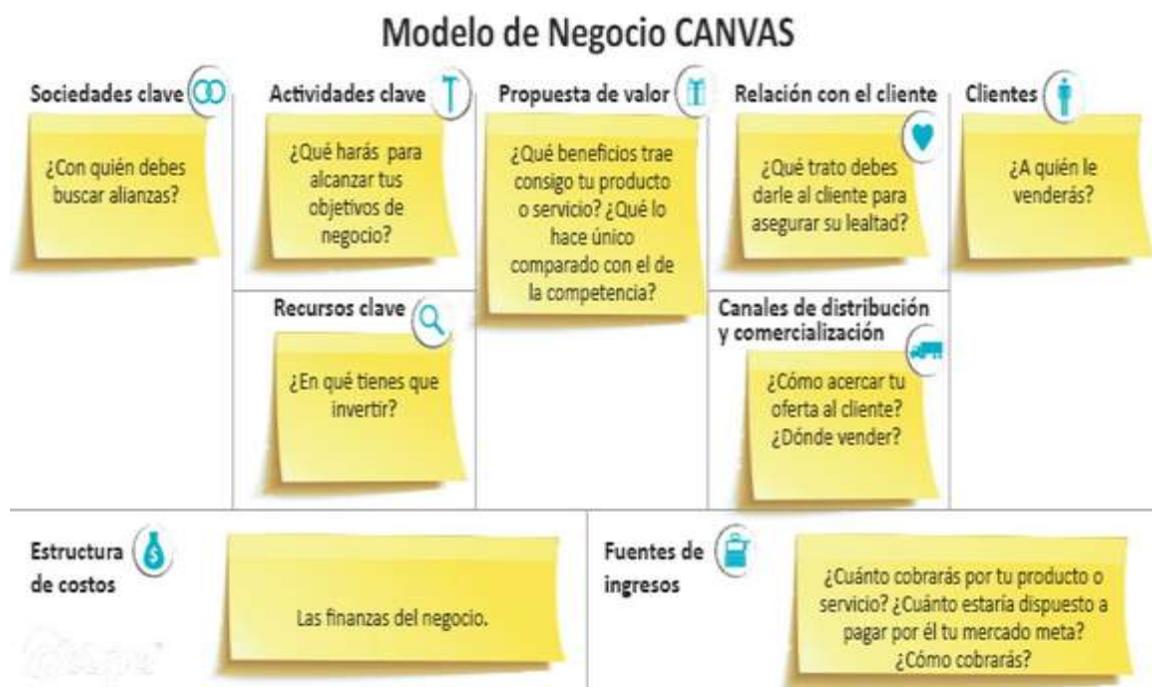
El contar con un fundamento de la marca le da mayor valor y las tipologías que lo identifican como es el logo que no debe crearse arbitrariamente, sino se debe sujetar a las condiciones de la marca representándolo de manera clara y coherente.

Se les explicó que los modelos de negocio en el comercio tradicional aplican también en el digital, siendo que en ambos casos la persona cliente tiene que reconocer, considerar y comprar. En la actualidad ese reconocimiento lo realizan en un 70% del tiempo en los medios digitales por lo que es necesario informarnos e implementar utilizando todas las herramientas no solo físicas sino también las de relaciones con las personas. El ser empático o empática sirve para identificar lo que oye, piensa, siente, dice y hace un potencial cliente o grupo de personas en concreto.

Una de las actividades fue que cada participante realizará su mapa de empatía

Se revisó y presento el Modelo Lean Canvas, metodología que responde de manera simple y precisa los diferentes aspectos de tu idea de negocio necesarios para su correcto funcionamiento.

En el desarrollo de los proyectos la metodología utilizada fue la parte teórica y de construcción del modelo CANVAS con la finalidad de alcanzar un correcto funcionamiento a lo que hacen, como lo hacen y a quien lo dirigen.



En general parte de la metodología incluye a la teoría constructivista, aplicándose mediante el otorgamiento de herramientas que les ayuden a construir y definir sus aprendizajes, con la finalidad que puedan hacer frente a cualquier problema que se les presente, manejando de manera positiva sus habilidades y destrezas que ya se tienen.

Durante la presentación del tema de E-business vs e-commerce se explico que el primer concepto es una nueva forma de afrontar la completa transformación de las relaciones de negocios de manera eficiente, veloz, innovadora y creadora de valor. Tiene como

principal objetivo incrementar el consumo y las posibilidades de negocios entre las empresas y los particulares. Inclusive, la capacidad de negocios entre solo particulares o solamente entre empresas. Mientras que el e-commerce, cubre los procesos por los cuales se llega a clientes y proveedores(a), así como sus canales de venta como el marketing, pedidos, entrega, servicios posventa, management de la lealtad del consumidor, entre otros.

Entre los tipos de E-business se encuentran las subastas online, donde se compran bienes y servicios por medio de una plataforma en línea, como lo son ebay, Amazon, MercadoLibre.

Es importante conocer el manejo de una banca electrónica, y que a través de ella los movimientos se realizan en online banking ó e-banking, siendo uno de los mayores avances de la red, por la evidente relevancia de los bancos en el mundo.

El mundo digital es muy amplio por lo que se les brindo información del e-learning, para la creación de sistemas y/o programas destinados a la enseñanza vía internet. La realización de los micro pagos, es una forma de negocios donde una muy baja paga, nos permite acceder a diversos servicios específicos. Implementado por iTunes con la venta de cada canción por separado sin la necesidad de adquirir el disco completo., así como realizar suscripciones, que son un modelo de generación de ingresos que busca la compra repetitiva mediante la suscripción a un servicio, teniendo como objetivo contar con una cartera de clientes fija por un tiempo determinado, como, por ejemplo, Netflix.

Los objetivos principales de la publicidad Online es potenciar su visibilidad de marca, promocionar su marca, posesionarse en los sitios web, llevar a la clientela sus empresas físicas, aumentar sus ventas online y/o físicas, captar leads, que son datos de potenciales clientelas.

Una estrategia que impacta en este tema son las redes sociales para comercio electrónico, por lo que es necesario diseñar el negocio en On-line, contando con una página Web

Las personas beneficiadas en esta actividad fueron 230 personas, 288 mujeres y 2 hombres de los municipios que se señalan en el cuadro desglosados, representando un 97 % de las mujeres y el 3% de hombres.



No.	Modalidad	Municipio	Fecha
1	Presencial	JMM	10 de agosto 2021
2	Presencial	JMM	10 de agosto 2021
3	Presencial	JMM	11 y 12 de agosto 2021
4	Presencial	JMM	11 y 12 de agosto 2021
5	Virtual sabatino	OPB BAC SOL FCP	11, 25 de sept, y 2 y 9 de octubre 2021
6	virtual matutino	OPB, BAC Sol COZ	8, 9, 10, 15, 16, 22, 23, 24, 29, 30 de septiembre de 2021.
7	Virtual vespertino	BAC OPB FCP COZ IM	6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 20 y 21 de septiembre de 2021
8	Virtual	OPB COZ FCP JMM	12 de octubre 2021

9	Virtual	OPB FCP, COZ BAC	14 de octubre 2021
10	Virtual	FCP, OPB COZ	15 de octubre 2021
11	Virtual	BJ, OPB	20 de octubre 2021

Actividad 3

Esta actividad se desarrolló mediante un proceso de selección de beneficiarias que radicarán en los municipios de Othón P. Blanco, Bacalar, José María Morelos, Felipe Carrillo Puerto o Lázaro Cárdenas tomando en cuenta los siguientes criterios de participación:

- a. Grupos de trabajo constituidos legalmente por mujeres mínimo 3 máximo 10 o bien reconocidos por instancias o dependencias de la Administración Pública Federal, Estatal o Municipal.
- b. Ser originarias o residentes de los municipios de Bacalar, Felipe Carrillo Puerto, Othón P. Blanco, José María Morelos y Lázaro Cárdenas
- c. Identificación oficial o comprobante domiciliario que acredite su residencia. (INE).
- d. CURP actualizado
- e. Tener un proyecto productivo ya iniciado, para continuar con su ejecución con un mínimo del 50% de avance.
- f. Tener disponibilidad de tiempo para continuar su proceso de capacitación y acompañamiento, para la conclusión de proyecto.
- g. Carta compromiso de asistencia al 100% y conclusión de la actividad
- h. Ficha de registro
- i. Contar por lo menos con una persona del grupo que tenga acceso a internet

Se contó con seguimiento puntual durante el proceso de participación, dotándolas de capacitación, asesoramiento, contando con actores estratégicos, como lo fueron las

Delegaciones municipales del IQM, las Instancias Municipales de la Mujer en cada uno de los municipios, las Autoridades en la comunidad, quienes avalaron y reconocieron que los grupos se encontrarán actualizados, así como los institutos municipales de la Economía Social, y el Sistema DIF en el Municipio de Lázaro Cárdenas, quienes apoyaron a los grupos de mujeres en todo el proceso acompañándolas y asesorándolas en la parte digital que sigue siendo un debilidad en las comunidades donde las señal del internet es baja y varias veces nula.

Los Proyectos que presentaron ya se encontraban iniciados y fue fundamental recibir estos insumos, ya que les permiten continuar trabajando y generar recursos en beneficio de sus familias y de su comunidad.

Se destaca que los grupos participantes cuentan con experiencia, pero el fortalecerlas, no solo con insumos sino capacitándolas y certificando a parte de sus integrantes, fortalece el empoderamiento económico y personal de cada una de las integrantes.

Las personas beneficiadas en esta actividad fueron 370 mujeres de los municipios mencionados, correspondiendo el 100% a este sexo.



No. Gpo.	Mpio.	Grupo	Comunidad y actividad	No. de integrantes

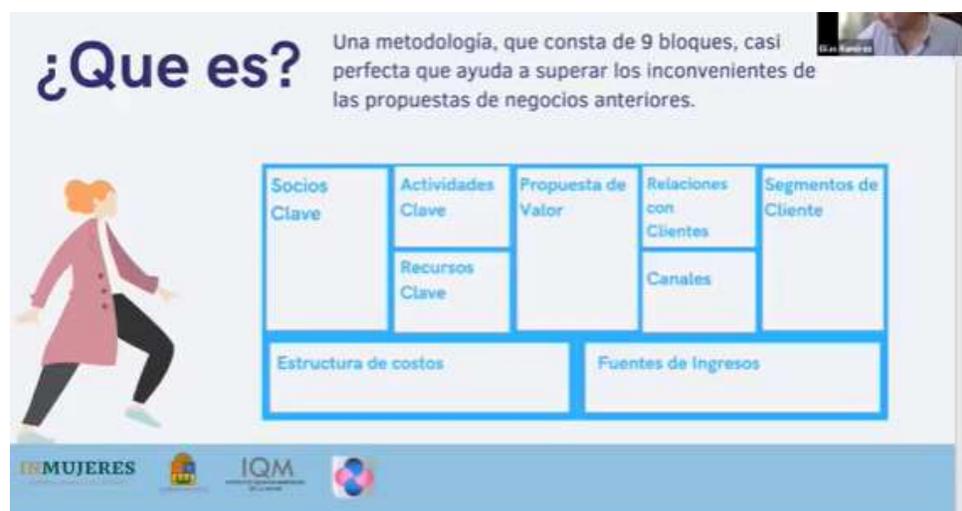
1	FCP	Chac Nichte 1	Xpichil Hamacas	9
2	FCP	Chac Nichte 2	Xpichil Hamacas	9
3	FCP	Diseño Dziby Chuy	Xpichil Urdido de hamaca y tejidos	8
4	FCP	Lol-Nicte	Xpichil Ropa típica: Huipiles, guayaberas, blusas	9
5	FCP	Lol-Haa	Xpichil Ropa típica: Huipiles, guayaberas, blusas	10
6	JMM	Las Orquideas	Cafetal Hamaca	6
7	JMM	La Esperanza	Dziuche Artesanías, bolsas	10
8	JMM	Mujeres Trabajadoras	Huay-Max Artesanías, bolsas	6
9	JMM	Pollita feliz	Kancabchen Huevo orgánico	10
10	JMM	Manos Mágicas	Sabán Ropa típica	6
11	JMM	LOOL-KAX	Sacalaca Ropa típica	8
12	LC	Creadoras Arteras	Valladolid Nuevo Blusas tejidas Blusas pintadas	10
13	LC	Mujeres Emprendedoras	Kantunilkin Impresiones digitales	3
14	OPB	Mujeres Trabajadoras	Nuevo Becar Hamacas	10
15	OPB	Las Palomas	Subteniente López Hamacas	4

Actividad 4

Durante el proceso de la meta se contempló una certificación en competencias laborales, enfocándola en la Cultura Emprendedora la cual se dirigió a las mujeres que participaron en el desarrollo de las diferentes actividades que se contempló en esta meta con la finalidad de fortalecerlas y brindarles herramientas para la consecución de sus proyectos productivos.

La institución que avala la certificación en Cultura Emprendedora con base en la metodología de Emprendimiento de la Academia Hermas, es la Secretaría de Economía.

Los contenidos de esta certificación fueron enfocados en el modelo CANVAS herramienta que permitió visibilizar espacios específicos para colocar propuestas para un negocio



Los contenidos fueron los siguientes:

*Modelo canvas

- Conceptos
- Segmento de clientes
- Canales

- Relaciones con los clientes
- Fuentes de ingreso
- Estructura de costos
- Ejercicio CANVAS
- *Planeación estratégica
 - Cultura emprendedora
 - Diagrama FODA
- *Plan de mercadotecnia
 - Que es la mercadotecnia
 - Las 4 P's
- *Redes sociales
 - Evolución del internet
 - Puntos clave del internet y venas en línea
 - La evolución del eCommerce

Durante las sesiones de la capacitación de alineación se contó con personas expertas que transmitieron sus conocimientos de manera muy clara y empática. Las mujeres que participaron fueron guiadas en todo momento.

La alineación fue virtual y el proceso de elaboración de productos para certificarse fue mixto, llevando las asesorías presenciales a las comunidades que no cuentan con la señal completa de internet.

No.	Nombre	Folio CERT.
1	Laura Zulemi Chuc Coh	FCP-11-17-21-A4E-1
2	Georgina Joana Hay Chuc	FCP-11-17-21-A4E-2
3	Karen Vanessa Mis Tuk	FCP-11-17-21-A4E-3
4	Matilde Coh Uitzil	FCP-11-17-21-A4E-4
5	Victoria Chuc Sulub	FCP-11-17-21-A4E-5
6	Briseida Chuc Tuk	FCP-11-17-21-A4E-6
7	Bernardina Tuk Chimal	FCP-11-17-21-A4E-7
8	Teodora Dzul Chuc	FCP-11-17-21-A4E-8
9	Luisa Balam Dzul	FCP-11-17-21-A4E-9
10	Diana Belinda Chuc Coh	FCP-11-17-21-A4E-10
11	María Mirna Santos Chan	FCP-11-17-21-A4E-11
12	Eustaquia Coh Balam	FCP-11-17-21-A4E-12
13	Leydi Marisol Pech Tuk	FCP-11-17-21-A4E-13
14	María Angélica Can May	FCP-11-17-21-A4E-14
15	Eugenia Coh Cah	FCP-11-17-21-A4E-15
16	Julia Chuc Dzul	FCP-11-17-21-A4E-16
17	Francisca Chuc Dzul	FCP-11-17-21-A4E-17
18	María Julia May Ku	FCP-11-17-21-A4E-18
19	Aurelia Tuk Dzul	FCP-11-17-21-A4E-19
20	Irma Beatriz Ku Carrillo	JMM-11-17-21-A4E-20
21	Ligía Mireya Chán Blanco	JMM-11-17-21-A4E-21
22	Rosali del Carme Ku Ortíz	JMM-11-17-21-A4E-22
23	Teresa Elizabeth Dzul Ic	JMM-11-17-21-A4E-23
24	Reina María Chi Estrada	JMM-11-17-21-A4E-24
25	Minelía Yolanda Dzul Ic	JMM-11-17-21-A4E-25
26	Gutberta Tuz Poot	JMM-11-17-21-A4E-26
27	Ermi Un Poot	JMM-11-17-21-A4E-27
28	Juana Pat Poot	JMM-11-17-21-A4E-28
29	Rosa María Balam Fuentes	JMM-11-17-21-A4E-29
30	Gloriely Nataly Villanueva Balam	JMM-11-17-21-A4E-30
31	Daminana Moo Poot	JMM-11-17-21-A4E-31
32	Leticia Mahay Dzib	JMM-11-17-21-A4E-32
33	María Ismael Cituk Mahay	JMM-11-17-21-A4E-33
34	Martha Nayely Cahum Pech	JMM-11-17-21-A4E-34
35	Marcela Valdez Poot	OPB-11-17-21-A4E-35
36	Gudelia Gutierrez Cal	OPB-11-17-21-A4E-36
37	Candelaria Cuc Pop	OPB-11-17-21-A4E-37
38	Elisa María de los Angeles Martínez Escalante	OPB-11-17-21-A4E-38

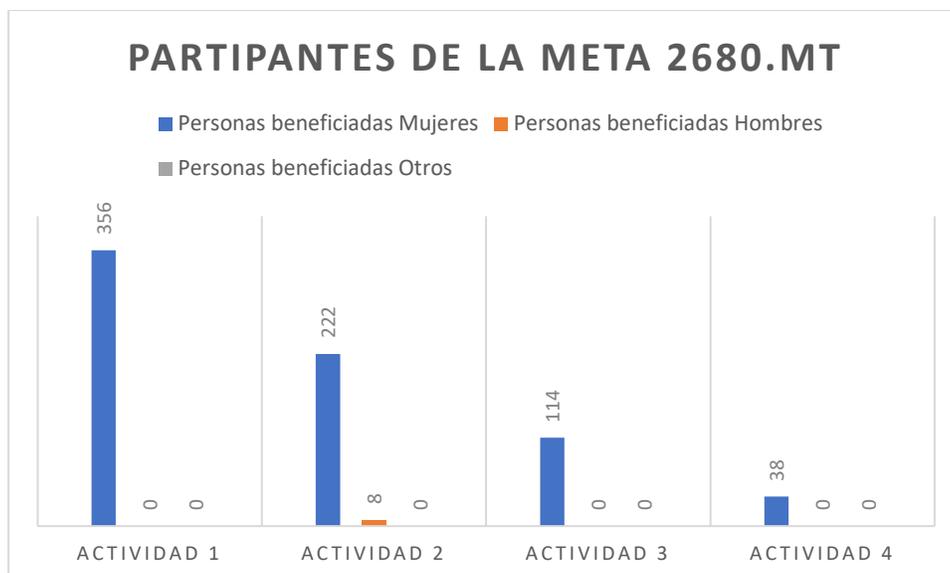
Se

En esta actividad participaron 38 mujeres, siendo el 100% del género femenino.



Las personas beneficiadas en general de la meta desarrollada fueron las siguientes:

Actividades de la Meta	Personas beneficiadas			
	Mujeres	Hombres	Otros	Total
Actividad 1	356	0	0	356
Actividad 2	222	8	0	230
Actividad 3	114	0	0	114
Actividad 4	38	0	0	38



RECOMENDACIONES.

- ✓ Continuar trabajando en la incorporación de las mujeres en los trabajos no tradicionales para ellas.
- ✓ Involucrar a la familia en los diferentes oficios, ponderando los no tradicionales, como algo natural en las actividades cotidianas
- ✓ Continuar con talleres de negocios donde también se incorpore teoría de cuidados y bienestar.
- ✓ Impulsar el sentido de pertenencia y trabajo en equipo, estos grupos requieren más capacitación, para que se sientan parte de un equipo donde todas asuman los mismos compromisos, pero cada una desarrollando sus habilidades y personalidad.
- ✓ Capacitación presencial en puntos intermedios, de las comunidades.
- ✓ Conveniente enlazar a grupos que se guíen hacia el comercio digital, impulsar que alguna persona del grupo se especialice en ello, sobre todo alguien de nueva generación.

- ✓ Involucrarse en las diferentes redes sociales y programas digitales con la finalidad de incursionar en ellos.
- ✓ Registrar la marca del producto o servicio
- ✓ Hacer la búsqueda del logotipo y nombre de sus productos o servicios en Marcanet para no incurrir en un gasto innecesario en caso de que el IMPI no apruebe nuestro registro
- ✓ Aplicar el uso de las 7s: La metodología 7S es una técnica que contiene las 5S que a continuación se le agregaron 2S para involucrar al personal, que están evocadas a el servicio y la seguridad, al aplicarla se obtiene un sistema de mejora continua, bienestar personal, mejores condiciones de calidad, y la adopción de buenos hábitos de trabajo a toda la empresa.
- ✓ Con la ayuda de las 7S, pueden generar hábitos de orden y limpieza; así como asegurar que el proceso de atención brindado a los clientes, la seguridad de la información y la seguridad de cada empleado, ocurran en apego a los modelos, políticas, normativas y protocolos institucionales.
- ✓ Tener presente que la metodología 7S es que no solo se trata de cumplir con normativas, si no que se trata de fomentar una cultura de la excelencia.
- ✓ Vivir la experiencia de aprender y trabajar con la metodología ACLE: Actividades online, a través de las Actividades Curriculares de Libre Elección (ACLE). Herramientas eficaces para fomentar el buen uso del tiempo, y de nuestras aficiones.
- ✓ Introducirse en el mundo de las redes sociales para comercio electrónico
- ✓ Diseñar el negocio en On-line, contando con una página Web
- ✓ Informar a la población sobre los diferentes programas a nivel nacional, estatal y municipal que surgen para el ingreso de sus proyectos.
- ✓ Sensibilizar a las mujeres que habitan en el Estado de Quintana Roo en la participación desde sus diferentes grupos que desarrollan

- ✓ Conocer normatividades nacionales, estatales y municipales donde se menciona desde donde se puede acceder a los diferentes proyectos productivos
- ✓ Forman redes solidarias de ventas para impulsar sus productos. Sentimos que se queda un hueco con el trabajo de las ventas, las mujeres no están preparadas para vender y no hay canales verdaderos, se requiere un fuerte trabajo, sobre todo en la comunidad
- ✓ Seguimiento a grupos de mujeres que, a falta de empleo en la comunidad, decidieron emplearse e impulsar sus productos.
- ✓ Seguimiento y monitoreo a los materiales entregados para concluir el proceso de producción
- ✓ Apoyo en el diseño gráfico de sus materiales con el objetivo de impulsar la promoción del grupo y por supuesto sus ventas.
- ✓ A las que producen ropa, impulsar participen en ferias artesanales.
- ✓ En cuanto a las certificaciones en emprendedurismo podrían ser específicamente dirigidas al tema administrativo. Que la mayoría de las mujeres tienen poco conocimiento.
- ✓ Requieren ser más flexibles y básicas ya que el nivel de estudios para muchas mujeres de Quintana Roo es primaria.
- ✓ En ambos casos, previo a las capacitaciones incluir reuniones informativas e incluir el tema de gestión del tiempo, de tal manera que las mujeres se organicen para entrar a sus capacitaciones
- ✓ Certificarlas en incubación de negocios no precisamente en CONOCER, sino a través de instituciones académicas dedicadas al tema de desarrollo de talentos, de incubación y aceleración de negocios.

BIBLIOGRAFÍA.

CEPAL. (2013). *Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo, CEPAL, 2013: Primera reunión de la Conferencia Regional sobre Población y Desarrollo de América Latina y el Caribe. Integración plena de la población y su dinámica en el desarrollo sostenible con igualdad*. Montevideo.

Código Penal Federal, México.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. 2021-02
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2018). *Avances y desafíos hacia el reconocimiento de los derechos de las personas LGBTI en las Américas*. Washington D.C.

Comisión Interamericana de Mujeres (2020). *COVID-19 en la vida de las mujeres: Emergencia global de los cuidados*. Washington D.C.

Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (2018). *Observaciones finales sobre el noveno informe periódico de México*. Ginebra.

Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer (2013). *Recomendación general relativa al artículo 16 de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (Consecuencias económicas del matrimonio, las relaciones familiares y su disolución)*. Ginebra.

CONEVAL (2020). Informe de pobreza y evaluación 2020, Quintana Roo. México. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

Consejo de Derechos Humanos. (2016). *Acelerar los esfuerzos para eliminar la violencia contra la mujer: prevención de la violencia contra las mujeres y las niñas, incluidas las mujeres y las niñas indígenas, y respuesta a este fenómeno*. Ginebra.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, México.

INEGI (2015). Encuesta intercensal. México.

INEGI (2016). Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares.
México.

Ley Federal del Trabajo, México.

Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, México.

ONU Mujeres <https://mexico.unwomen.org/es/nuestro-trabajo/empoderamiento-economico>

Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024 ONU
Mujeres (2020). *COVID-19, Correponsabilidad en los hogares*. México.

Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2020-2024,
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5608467&fecha=22/12/2020