

Connected Women | 2015

RESUMEN EJECUTIVO

Cerrando la Brecha de Género:
Uso y acceso móvil en países de
ingresos bajos y medios





La GSMA representa los intereses de los operadores móviles de todo el mundo, y reúne a casi 800 operadores móviles con más de 250 compañías de otros puntos del ecosistema móvil, entre las que se cuentan fabricantes de terminales y dispositivos, compañías de software, proveedores de equipo y compañías de Internet, además de organizaciones de otros sectores adyacentes. La GSMA produce también eventos líderes del sector, como el Mobile World Congress, el Mobile World Congress Shanghai y las conferencias Mobile 360 Series.

Para obtener más información, visite el sitio web corporativo de la GSMA: www.gsma.com

Siga a la GSMA en Twitter: [@GSMA](https://twitter.com/GSMA)



Altai Consulting presta servicios de asesoramiento estratégico e investigación a empresas privadas, gobiernos e instituciones públicas en los países en desarrollo.

Nuestros equipos trabajan actualmente en más de 45 países de África, Oriente Medio y Asia Central.

Para obtener más información, visite el sitio web de Altai Consulting: www.altaiconsulting.com



Connected Women

El programa Mujeres Conectadas (Connected Women) de la GSMA trabaja con diferentes socios para ofrecer beneficios socioeconómicos para las mujeres y acceso a todo el ecosistema móvil mediante una mayor inclusión de las mujeres en el sector. Este programa se centra en aumentar el acceso y uso por parte de las mujeres de los teléfonos móviles y de servicios móviles que puedan mejorar sus vidas en los mercados en desarrollo, así como en eliminar las desigualdad de género en relación con las habilidades digitales, atrayendo y reteniendo el talento femenino, y fomentando el liderazgo femenino en la tecnología a escala global.

Para obtener más información, visite: www.gsma.com/connectedwomen

Siga el programa Mujeres Conectadas de la GSMA en Twitter: [@GSMAM4d](https://twitter.com/GSMAM4d) [#ConnectedWomen](https://twitter.com/ConnectedWomen)

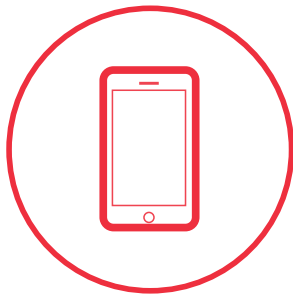
La Connected Women Global Development Alliance es un programa de la GSMA en asociación con:





Índice

| | |
|--|----|
| Mujeres y móviles: una oportunidad todavía desaprovechada | 2 |
| Conclusiones clave | 4 |
| ¿Por qué es importante que las mujeres tengan teléfonos móviles? | 6 |
| Las mujeres siguen desconectadas | 10 |
| Existe una brecha de género persistente en la propiedad de teléfonos móviles | 12 |
| La nueva brecha de género: Uso de los móviles | 16 |
| Las principales barreras para la propiedad y uso de teléfonos móviles por parte de las mujeres | 20 |
| Las mujeres tienden a experimentar ciertas barreras de un modo más intenso que los hombres | 24 |
| Barreras sistémicas | 26 |
| Recomendaciones | 29 |



Mujeres y móviles: una oportunidad todavía desaprovechada

Ya han pasado cinco años desde que el informe *Las mujeres y los móviles: Una Oportunidad Mundial*,¹ pusiese de manifiesto la disparidad en términos de propiedad de teléfonos móviles entre hombres y mujeres en los países con rentas bajas y medias, y llamó la atención acerca del problema que suponía el acceso de las mujeres a los teléfonos móviles. Desde entonces, el acceso a los teléfonos móviles ha aumentado de forma importante, también en el caso de las mujeres. Las tasas de penetración de móviles están aumentando rápidamente en el mundo en desarrollo, y cada vez hay una mayor disponibilidad de terminales nuevos y más asequibles. El aumento en los conocimientos de los que disponemos sobre el acceso y uso de los teléfonos móviles también ha mejorado nuestra comprensión acerca de cómo las mujeres interactúan y se benefician de esta tecnología móvil capaz de mejorar sus vidas. Sin embargo, a pesar de los progresos alcanzados durante los últimos cinco años, las mujeres siguen estando por detrás y aún quedan retos importantes que superar para asegurarnos de que las mujeres estén incluidas en un mundo cada vez más conectado y orientado a Internet.

Este informe pretende aprovechar las conclusiones del estudio original y del trabajo de otros durante los últimos cinco años, haciendo hincapié en los progresos realizados e identificando nuevos retos y oportunidades. El informe examina cuántas mujeres de países con rentas bajas y medias poseen móviles,² con qué intensidad los utilizan y las barreras para la adopción y uso del teléfono móvil en comparación con los hombres.

1. GSMA, la Fundación Cherie Blair y Vital Wave Consulting, 2010, "Women and Mobile: A Global Opportunity", (*Mujeres y móviles: una oportunidad mundial*), http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2013/01/GSMA_Women_and_Mobile-A_Global_Opportunity.pdf

2. En nuestro estudio, hemos definido a los propietarios de teléfonos móviles como aquellas personas que han indicado que poseen una tarjeta SIM. Dado que el número de participantes que señaló que poseían una tarjeta SIM, pero no un terminal, es mínima, en este informe se utiliza el término "propietarios de un teléfono móvil" o "propietarios" en lugar de "propietarios de tarjetas SIM".



Conclusiones clave

Entre las conclusiones clave de este informe se incluyen:

- **Más de 1.700 millones de mujeres de países con niveles de ingresos bajos y medios no poseen un teléfono móvil.**
- **En promedio, es un 14% menos probable que las mujeres posean un teléfono móvil en comparación con los hombres**, lo que se traduce en que **200 millones de mujeres menos que hombres poseen un móvil.**³
- **En el Sur de Asia, es un 38% menos probable que las mujeres posean un teléfono móvil en comparación con los hombres**, destacando la brecha de género en el terreno de la posesión de móviles en algunas partes del mundo.
- **Incluso cuando las mujeres poseen teléfonos móviles, existe una brecha de género importante en el uso que hacen de ellos, evitando que puedan aprovechar al máximo las ventajas que supone poseer un móvil.** Las mujeres indicaron que utilizaban los móviles con menos frecuencia e intensidad que los hombres, especialmente los servicios más sofisticados, como Internet móvil. En la mayoría de los países, menos mujeres que hombres con teléfonos propios señalan que usan los servicios de mensajería y datos aparte de los servicios de voz.
- **Las 5 barreras principales para que una mujer posea y utilice un teléfono móvil desde el punto de vista del cliente son el coste, la calidad de la red y la cobertura, la seguridad y el acoso, la confianza en los operadores/agentes, y la alfabetización técnica y la confianza.** Las normas sociales y las disparidades entre hombres y mujeres en términos de educación e ingresos influyen en el acceso y uso por parte de las mujeres de la tecnología móvil, y a menudo contribuyen a que las mujeres se enfrenten a barreras a la propiedad y uso de teléfonos móviles de un modo más intenso que los hombres.
- **Eliminar las desigualdades de género en términos de posesión y uso de un teléfono móvil puede ofrecer beneficios socioeconómicos importantes a las mujeres, a la industria móvil y la economía en general:**
 - **Asegurarse de que las mujeres de los países con rentas bajas y medias poseen y utilizan teléfonos móviles a la par que los hombres podría desbloquear una oportunidad de mercado para la industria móvil de unos 170 millones de dólares⁴ en los próximos cinco años** y contribuir al crecimiento económico en estas regiones.
 - **Los móviles ofrecen beneficios socioeconómicos muy importantes para las mujeres.** Los teléfonos móviles son valorados por las mujeres como una herramienta que puede mejorar sus vidas, haciendo que se sientan más autónomas y conectadas, capaces de acceder a nuevas oportunidades de educación y empleo, y ahorrándoles tiempo y dinero.

En su conjunto, estas conclusiones indican que la desigualdad de género en la propiedad y uso de dispositivos móviles está provocada por una serie de complejas barreras socioeconómicas y culturales que afectan negativamente a las mujeres. Sin una intervención claramente orientada por parte de la industria móvil, de los responsables de políticas y del resto de las partes involucradas, es improbable que la desigualdad de género en términos de propiedad y uso desaparezca por sí sola.

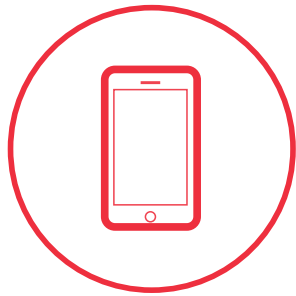
Las conclusiones de este informe se basaron tanto en la investigación principal como en fuentes secundarias. La investigación de campo principal se llevó a cabo en 11^º países, e incluyó encuestas a 11.000 mujeres y hombres (tanto poseedores de teléfonos móviles como no poseedores), aproximadamente 80 discusiones de grupos focales y entrevistas a más de 120 expertos. Las conclusiones de esta investigación, junto con fuentes secundarias, se han utilizado para realizar una estimación de la brecha de género en términos de propiedad de un teléfono móvil en países con rentas bajas y medias, y para identificar tendencias y recomendaciones que puedan ayudar a las partes implicadas a asegurarse de que las mujeres obtengan acceso a la tecnología móvil y puedan beneficiarse de su uso.

Este informe proporciona perspectivas y recomendaciones para todo el ecosistema móvil, incluyendo a la industria (operadores de redes móviles, fabricantes de terminales y desarrolladores de contenidos y aplicaciones), responsables políticos (nacionales e internacionales), donantes, académicos, y a la comunidad de desarrollo internacional, para tomar medidas que permitan superar las barreras clave que actualmente evitan que las mujeres puedan acceder y utilizar la tecnología móvil.

Sin una intervención claramente orientada por parte de la industria móvil, de los responsables de políticas y del resto de las partes involucradas, es improbable que la desigualdad de género en términos de propiedad y uso desaparezca por sí sola.

3. *Teniendo en cuenta la población actual y la penetración de suscriptores únicos.*
4. *Asumiendo las tasas de crecimiento actuales de la población. Consulte el Anexo Metodología en el sitio web de Mujeres Conectadas para obtener más información.*
5. *Estos países son Colombia, México, Níger, la República Democrática del Congo (DRC), Kenia, Egipto, Jordania, Turquía, India, China e Indonesia.*





¿Por qué es importante que las mujeres tengan teléfonos móviles?

Los móviles empoderan a las mujeres

Los teléfonos móviles son herramientas importantes para mejorar las vidas de las mujeres en los países con rentas bajas y medias. De los miles de mujeres entrevistadas en este informe en 11 países, incluyendo a mujeres que poseían un teléfono móvil y mujeres que no:

- al menos el **89%** de ellas, en todos los países, dijeron que los teléfonos móviles les ayudaban (o les ayudarían) a mantenerse en contacto con amigos y familiares;
- al menos el **74%** de ellas, en todos los países, dijeron que los móviles les permitían ahorrar tiempo (o les permitirían ahorrar tiempo);
- al menos el **68%** de ellas, en todos los países, indicaron que se sentían más seguras (o que se sentirían más seguras) con un teléfono móvil;
- al menos el **58%** de ellas, en todos los países, dijeron que se sentían más autónomas (o que se sentirían más autónomas) e independientes; y
- al menos el **60%** de las mujeres en 10 de los 11 países estudiados afirmaron que la propiedad de un teléfono móvil les permitía (o les permitiría) ahorrar dinero,⁵ y al menos el **60%** de las mujeres, en todos los países, destacaron que un teléfono móvil les ayuda (o les ayudaría) a hacer que las tareas rutinarias sean más cómodas o menos caras.

5. En Turquía, solo el 38% de las mujeres y el 47% de los hombres afirman que poseer un teléfono móvil les ahorra (o ahorraría) dinero, lo cual es un porcentaje bastante inferior al resto de países, tanto para hombres como para mujeres.



Imagen cedida por cortesía de Qualcomm® Wireless Reach™



La expansión en el acceso y el uso de los teléfonos móviles a más mujeres contribuirá al crecimiento económico y a la productividad

La industria móvil es un pilar de la economía mundial. El estudio muestra que la industria, de forma directa o indirecta, contribuyó al 3,6% del PIB mundial en 2013, lo que supuso 2,4 billones de dólares.⁶ Llegar a más mujeres solo puede aumentar dicha contribución. Los emprendedores y desarrolladores también tendrán más oportunidades de desarrollar nuevos productos y servicios móviles, y de ampliar los existentes, con el objetivo de satisfacer las necesidades de las mujeres en el mercado y ayudar a fomentar un ecosistema digital más amplio.

Los teléfonos móviles son un canal rentable y de gran alcance para la prestación de servicios públicos y privados. El aumento del acceso a los móviles permite que se pueda acceder y proporcionar la información, los servicios gubernamentales (como por ejemplo, los pagos de subsidios) y los servicios financieros, como el dinero móvil, de un modo más eficiente. El uso de los teléfonos móviles para prestar estos servicios a menudo es más rentable que los canales de suministro habituales y hace que las economías sean más productivas. De hecho, un 10% de aumento en la tasa de propiedad de teléfonos móviles está asociado a un aumento del 4,2 por ciento en el factor total de productividad (TFP).⁷

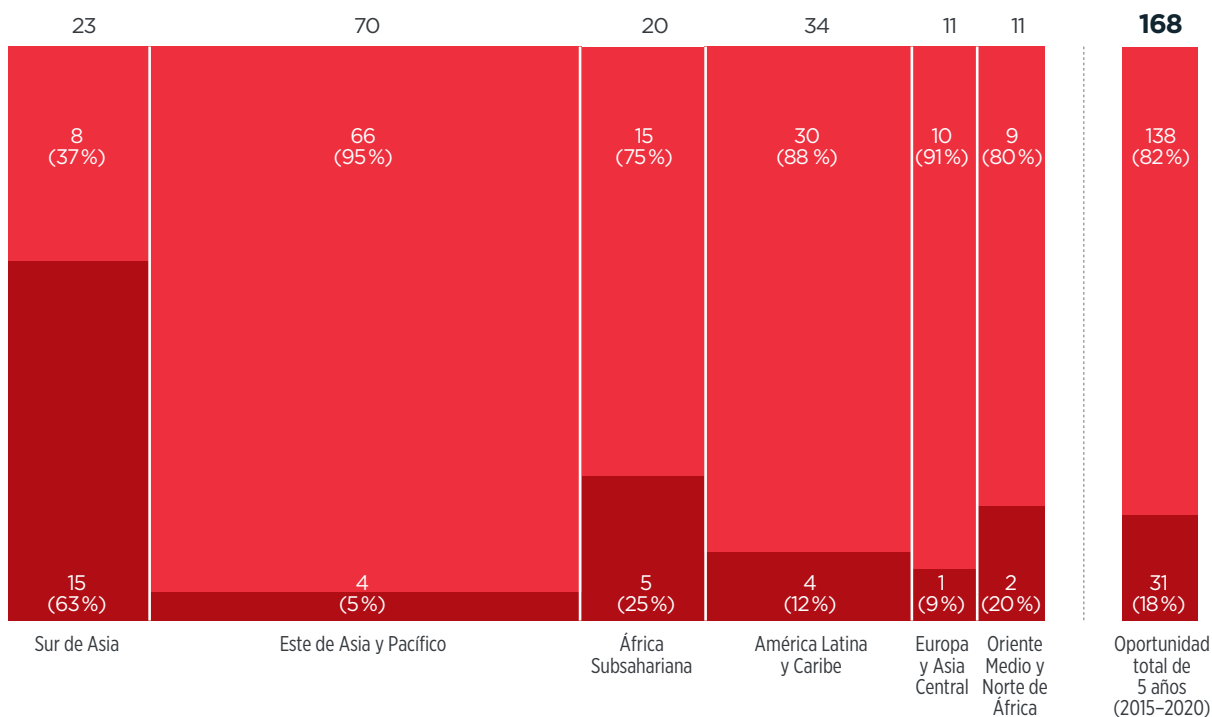
6. GSMA Intelligence, 2014, "The Mobile Economy 2014" (La economía móvil 2014), http://www.gsmapobileeconomy.com/GSMA_ME_Report_2014_R2_WEB.pdf

7. Deloitte Consulting, GSMA y Cisco, noviembre de 2012, "What is the impact of mobile telephony on economic growth?" (¿Cuál es el impacto de la telefonía móvil en el crecimiento económico?) <http://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/11/gsma-deloitte-impact-mobile-telephony-economic-growth.pdf>

Eliminar la brecha de género móvil en términos de propiedad y uso supone una importante oportunidad de ingresos para la industria móvil

Eliminar la brecha de género a la hora de poseer y usar un teléfono móvil podría suponer ingresos adicionales de unos 170 mil millones de dólares para la industria móvil⁸ para el año 2020 (Fig. 1). Estas estimaciones de ingresos no se distribuirían de manera uniforme entre las regiones, ya que varían en tamaño de la población y nivel de madurez de sus mercados móviles. Los ingresos potenciales derivados de la eliminación de la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles respecto a la eliminación de la brecha de género en el uso de los móviles también variaría en función de la región. Por ejemplo, en el Sur de Asia, eliminar la brecha de género en la propiedad supondría una mayor oportunidad de ingresos que eliminar la brecha en el uso.

Fig. 1
Distribución de la oportunidad de ingresos estimados en 5 años en los países con niveles de renta bajos y medios
 (En miles de millones de dólares)

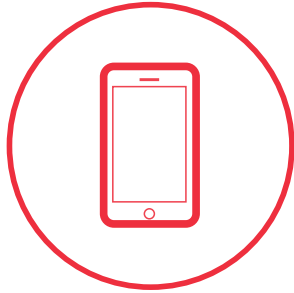


ELIMINACIÓN DE LAS DESIGUALDADES EN LA PROPIEDAD ELIMINACIÓN DE LAS DESIGUALDADES EN EL USO¹

1: Las cifras del documento "Eliminación de las desigualdades en el uso" incluyen los ingresos adicionales que se esperan derivados de 1) Un aumento de los ingresos medios por suscriptor de las propietarias actuales hasta alcanzar los ingresos medios por suscriptor totales en el año 2020 2) Un aumento de los ingresos medios por suscriptor de las nuevas usuarias que elimine la desigualdad en la propiedad.

Nota: las cifras no se suman al total debido al redondeo.

8. El crecimiento de ingresos previsto solo es para los operadores de redes móviles y no incluye los ingresos del resto de partes implicadas en el sector móvil. Este modelo no realiza una estimación de los ingresos que supondría la conexión de todas las mujeres de los países con niveles de renta bajos y medios; solo realiza una estimación de lo que supondría que la tasa de suscriptores únicos de las mujeres fuese la misma que la de los hombres, y de que aumentasen las tasas de uso también hasta los mismos niveles que para los hombres.



Las mujeres siguen desconectadas

A pesar de los beneficios, muchas mujeres de todo el mundo siguen sin tener teléfonos móviles. En la actualidad, más de 3 mil millones de personas⁹ de países con rentas bajas y medias no cuentan con un teléfono móvil, y la mayoría de ellas, 1.700 millones, se estima que son mujeres.¹⁰ Casi dos tercios de las mujeres no conectadas¹¹ viven en el Sur de Asia y en la región del Este de Asia y el Pacífico (*Fig. 2*), lo que no resulta sorprendente dado que estas dos regiones son las más grandes en términos de población. También hay un número importante de mujeres no conectadas (más de 300 millones) en el África Subsahariana. Estas cifras elevadas subrayan la importancia de contribuir a la mejora del acceso a los teléfonos móviles para los no conectados, especialmente en el caso de las mujeres, que aún siguen por detrás.

9. La cifra estimada de personas no conectadas en los países con rentas bajas y medias se basa en los datos de suscriptores únicos de GSMA Intelligence para el total de la población y en los análisis realizados por Altai Consulting.

10. La cifra estimada de mujeres no conectadas se calcula utilizando los datos de GSMA Intelligence ajustados sobre suscriptores únicos y los análisis de Altai Consulting.

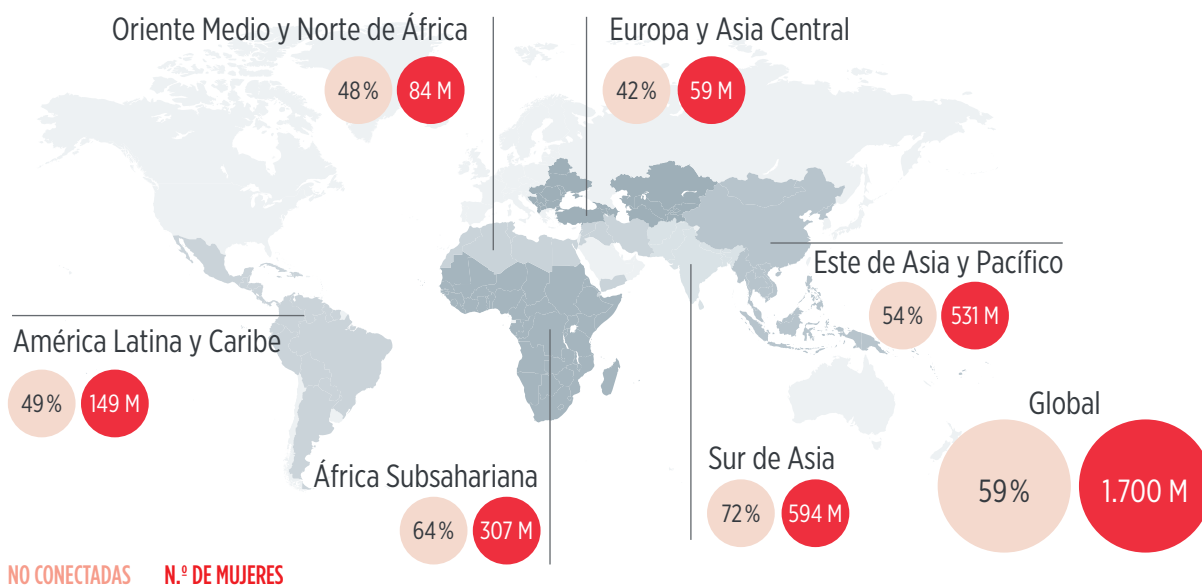
11. "No conectado" hace referencia a aquellas personas que no poseen una tarjeta SIM.



Fig. 2

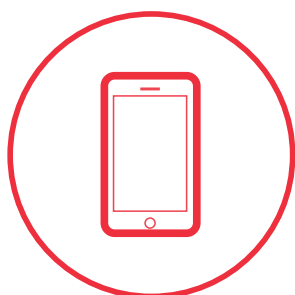
Población de mujeres no conectadas en países con un nivel de renta bajo y medio

Mujeres no conectadas por región (% de mujeres, número total de mujeres)



Nota: Las mujeres no conectadas incluyen a todas aquellas que no poseen un teléfono móvil, pero que puedan pedir prestado uno.

Fuente: Datos de GSMA Intelligence y del Banco Mundial, análisis de Altai Consulting.



Existe una brecha de género persistente en la propiedad de teléfonos móviles

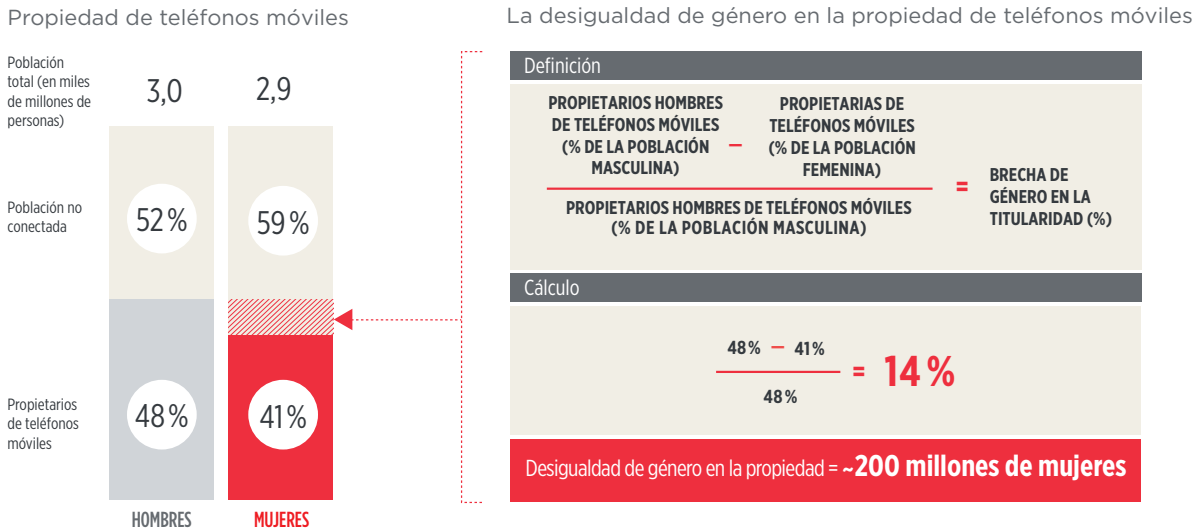
Los escépticos pueden argumentar que un aumento en la propiedad de dispositivos móviles entre las poblaciones no conectadas es una tarea enorme, que su coste sería prohibitivo y que los ingresos esperados limitados, haciendo que llegar a las zonas rurales de los países de rentas bajas y medias supusiese un esfuerzo insuperable. ¿Y si, como primer paso, eliminamos la brecha de género en la posesión de teléfonos móviles para que haya el mismo porcentaje de mujeres con teléfono móvil que hombres?

Nuestro análisis muestra que la brecha de género en la posesión de móviles en países con rentas bajas y medias se sitúa actualmente en un 14% aproximadamente (*Fig. 3*), pero esta media enmascara una mayor desigualdad entre hombres y mujeres en relación con la posesión de un teléfono móvil en muchas partes del mundo. En concreto, las conclusiones del estudio indican que la región del Sur de Asia tiene una brecha de género especialmente alta en relación con la propiedad de móviles. 38% (*Fig. 4*).

Asegurarse de que las mujeres posean teléfonos móviles a la par que los hombres requerirá esfuerzos activos y deliberados por parte de la industria y de los responsables políticos, especialmente en aquellas situaciones en las que las mujeres se enfrentan a barreras particularmente elevadas por motivos culturales y socioeconómicos (por ejemplo, zonas rurales, pobreza).

Aunque algunas regiones muestran brechas de género menos acusadas en la propiedad de móviles, es importante destacar que probablemente hay países dentro de estas regiones con una importante desigualdad de género en términos de propiedad de un teléfono móvil a pesar de la puntuación general positiva de la región, y los lectores deben procurar no asumir la media regional como indicación para cada uno de los países de esa región. Es probable encontrar estas brechas en países con elevadas tasas de pobreza y bajas tasas de propiedad de teléfonos móviles, o en ciertas

Fig. 3
La desigualdad de género en la propiedad de teléfonos móviles en países con niveles de renta bajos y medios.

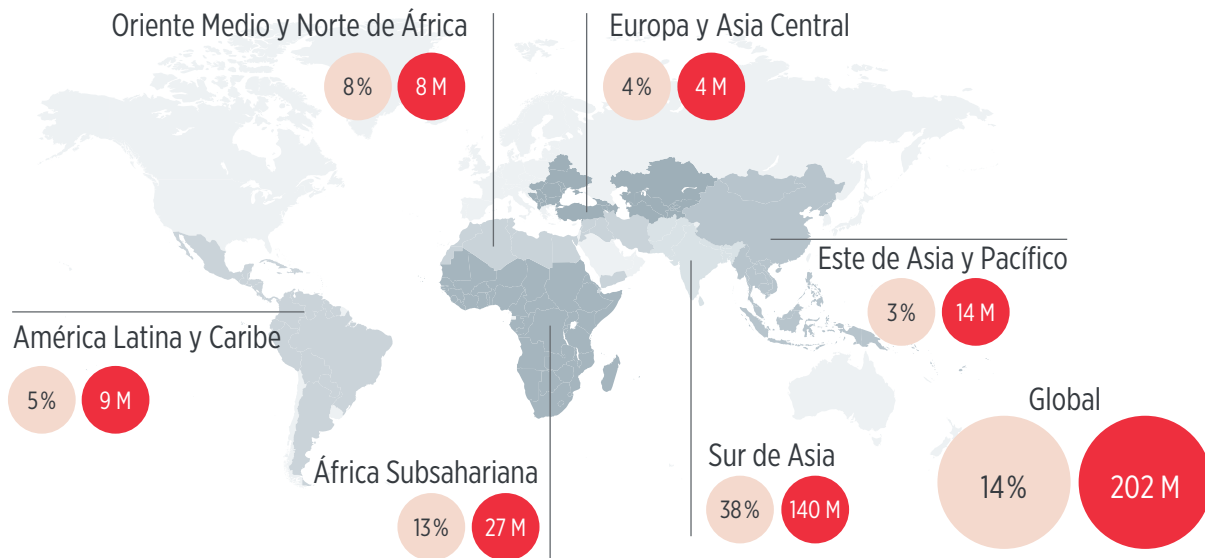


Nota: La desigualdad de género se ha estimado tomando como base la investigación de campo realizada durante el tercer trimestre de 2014, pero aplicada a la penetración de suscriptores únicos en el país y las cifras de población del cuarto trimestre de 2014.

Fuente: Datos de GSMAi y del Banco Mundial, análisis de Altai Consulting.

Fig. 4
La desigualdad de género en la propiedad de teléfonos móviles en países con niveles de renta bajos y medios.

La desigualdad de género en la propiedad por región (% número total de mujeres)



BRECHA DE GÉNERO N.º DE MUJERES

Fuente: Datos de GSMA Intelligence y del Banco Mundial, análisis de Altai Consulting.

regiones dentro de un país que pueden tener las mismas características (por ejemplo, áreas rurales).

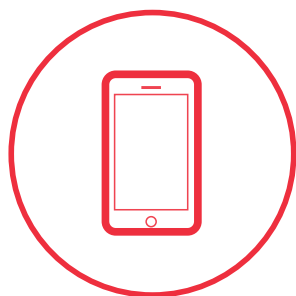
Por ejemplo, aunque se estimó que en África Subsahariana había una brecha de género del 13% en propiedad de teléfonos móviles, la investigación principal que realizamos en Níger reveló una desigualdad de género del 45% en propiedad de teléfonos móviles y un 33% de desigualdad de género en la República Democrática del Congo (DRC). A menudo también se observa una gran diferencia dentro de los países, entre las zonas urbanas y rurales; por ejemplo, México tiene una brecha de género del 26% en propiedad de teléfonos móviles en áreas rurales frente a solo el 2% en las zonas urbanas.

Otra observación clave de la investigación dentro de cada país es que los países con más recursos (es decir, con un mayor PIB per cápita), suelen tener una desigualdad de género menor para la propiedad de teléfonos móviles. Hay un par de interesantes excepciones a esto destacadas en el informe principal, que incluyen a Egipto y Kenia, que tienen un nivel menor de lo esperado en brecha de género para la propiedad de teléfonos móviles, y Jordania que tiene una desigualdad de género en la propiedad de teléfonos móviles más elevada, teniendo en cuenta su nivel de renta. Es probable que la llegada de M-Pesa, un servicio de dinero móvil, contribuyese a aumentar el nivel de propiedad de móviles en Kenia, al ofrecer un producto relevante capaz de eliminar las barreras a la propiedad de teléfonos móviles para las mujeres. Por el contrario, la elevada brecha de género en los niveles de propiedad de teléfonos móviles se debe probablemente a las importantes barreras a las que se enfrentan las mujeres en ese país en relación con los hombres.

Estos países destacan dos elementos importantes: 1) los países/mercados pueden eliminar las brechas de género para la propiedad de teléfonos móviles de un modo más rápido proporcionando los productos adecuados que los clientes valoran, centrándose en la asequibilidad, y fomentando entornos saludables y facilitadores para superar las barreras a las que se enfrentan las mujeres; y 2) la brecha de género para la propiedad de teléfonos móviles no siempre se elimina automáticamente, puesto que las mujeres pueden seguir enfrentándose a barreras importantes aunque los ingresos del país aumenten.

Los países/mercados pueden eliminar las brechas de género para la propiedad de teléfonos móviles de un modo más rápido proporcionando los productos adecuados que los clientes valoran, centrándose en la asequibilidad, y fomentando entornos saludables y facilitadores para superar las barreras a las que se enfrentan las mujeres.





La nueva brecha de género: Uso de los teléfonos móviles

La propiedad de un móvil es un puente a un mundo de servicios móviles que puede mejorar de forma importante las vidas de las personas no conectadas. No obstante, la propiedad es solo el primer paso a la hora de aprovechar los servicios móviles. Una vez que las mujeres poseen teléfonos móviles, deben saber usar una serie de funciones y servicios para poder aprovechar todos los beneficios de poseer un teléfono móvil. Los teléfonos móviles dan a las personas acceso a diferentes formas de comunicación, como voz, texto, Internet móvil y entretenimiento, la capacidad de acceder a información, como noticias y medios, los servicios de valor añadido y mejora de la calidad de vida, y el dinero móvil.

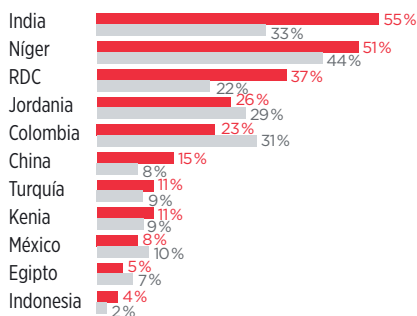
En este estudio, se le preguntó a los propietarios de teléfonos móviles cómo utilizan sus teléfonos móviles para estos servicios. En las conclusiones se destacan diferencias importantes en cómo utilizan los servicios móviles hombres y mujeres. Incluso cuando las mujeres poseen teléfonos móviles, a menudo utilizan los servicios móviles con menos frecuencia e intensidad que los hombres. Eliminar la brecha en el uso entre mujeres y hombres es importante para avanzar en la agenda de la inclusión digital y a la hora de garantizar que las voces de las mujeres y las niñas están representadas en el mundo digital.

En primer lugar, las mujeres indican que se suben al tren digital más lentamente que los hombres. En la mayoría de los países, menos mujeres que hombres con teléfonos propios señalan que usan servicios móviles sofisticados aparte de los servicios de voz. El uso de los mensajes SMS depende mucho del país. En algunos países se muestran más desigualdades de género en el uso de los SMS, mientras que en otros, la diferencia de uso entre hombres y mujeres es menor (*Fig. 5*). Sin embargo, en los servicios móviles más sofisticados, las mujeres suelen ir retrasadas respecto a los hombres. En lo que respecta al uso de Internet móvil, por ejemplo, las mujeres lo utilizan menos que los hombres en la mayoría de los países que hemos estudiado (*Fig. 6*).



Fig. 5
Propietarios de teléfonos móviles que indican que nunca envían SMS

Propietarios de teléfonos móviles (%)

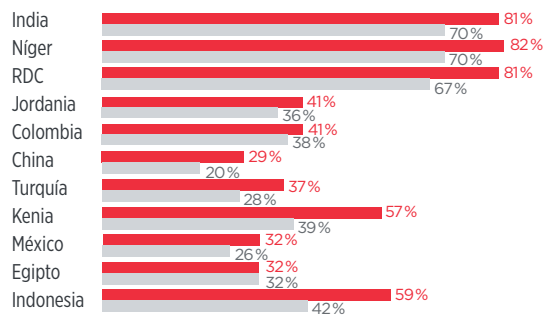


MUJERES **HOMBRES**

Nota: Tamaños de las muestras para mujeres N = de 330 a 807, y para hombres N = de 133 a 234

Fig. 6
Propietarios de teléfonos móviles que indican que nunca utilizan Internet en el teléfono móvil

Propietarios de teléfonos móviles (%)



MUJERES **HOMBRES**

Nota: Tamaños de las muestras para mujeres N = de 330 a 807, y para hombres N = de 133 a 234

Merece la pena destacar que en este estudio, los niveles de ingresos y educación tienen un gran impacto en el uso de Internet móvil indicado. A menudo, las diferencias en el uso de Internet móvil entre mujeres de familias con más recursos y mujeres de familias más pobres son mayores que entre hombres y mujeres que provengan de familias pobres. Las redes sociales son especialmente atractivas para las mujeres, aunque suelen estar por detrás de los hombres en su uso, incluso entre las propietarias de teléfonos básicos y smartphones.



“Los hombres tienen los últimos teléfonos con pantalla táctil, mientras que las mujeres solo tienen teléfonos móviles básicos”.

— Usuaría de una zona rural,
India

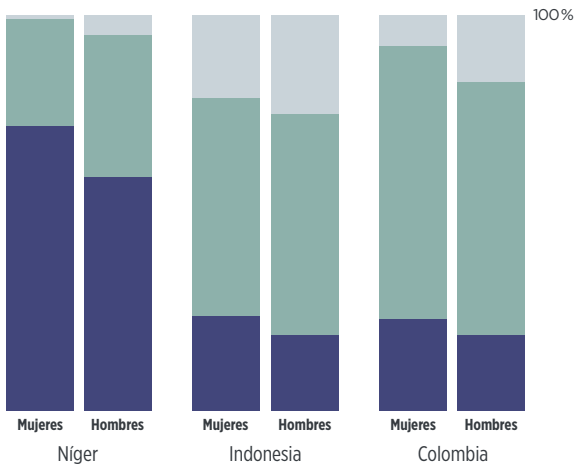
Estas conclusiones indican que las mujeres no utilizan estos servicios más sofisticados porque probablemente se enfrentan a barreras más importantes que los hombres (por ejemplo, terminales sin conexión a Internet, ausencia de alfabetización digital, menores niveles de educación/alfabetización, o una mayor sensibilidad a los precios).

Algunas de las diferencias se producen por el hecho de que las mujeres cuentan con teléfonos móviles más baratos y más básicos que los hombres en todos los países estudiados, excepto en Turquía, Egipto, China y Jordania, donde los perfiles de propiedad son más similares (la Fig. 7 muestra otros tres países a modo de ejemplo). Por lo tanto, hay menos mujeres que hombres capaces actualmente de acceder a Internet a través de sus móviles. Dado que se prevé que los teléfonos móviles sean el mecanismo a través del cual las personas de los países con rentas bajas y medias accedan a Internet, si las mujeres siguen teniendo menos terminales sofisticados, seguirá siendo menos probable que tengan acceso a Internet en el futuro en comparación con los hombres.

Estas conclusiones revelan que hay menos mujeres que hombres que posean teléfonos móviles y que no los usan de un modo tan intensivo. Un aumento en el uso por parte de las mujeres de los teléfonos móviles no solo generará beneficios socioeconómicos para las mujeres, sino que también creará una oportunidad comercial importante para los jugadores de la industria móvil.

Fig. 7
Tipo de terminales propiedad de mujeres y hombres¹

Propietarios de terminales (%)

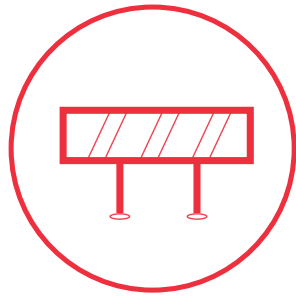


Si las mujeres siguen poseyendo dispositivos menos sofisticados, seguirá siendo menos probable que tengan acceso a Internet en el futuro en comparación con los hombres.

TELÉFONO BÁSICO TELÉFONO CON FUNCIONES AVANZADAS SMARTPHONE

1: El "smartphone" se define como un terminal que tiene todas las funciones/capacidades que se indican a continuación: Teclado QWERTY/AZERTY, pantalla táctil, capacidad para acceder a Internet y descarga de aplicaciones. El teléfono "con funciones avanzadas" se define como un terminal que tiene al menos una de estas cuatro funciones/capacidades. El teléfono "básico" se define como un terminal que no tiene ninguna de estas cuatro funciones/capacidades. Si un participante en el estudio tenía >1 terminal, se le preguntaba qué terminal utilizaba con más frecuencia.

Nota: Tamaños de las muestras para mujeres N = de 345 a 807, y para hombres N = de 144 a 225



Las principales barreras para la propiedad y uso de teléfonos móviles por parte de las mujeres

Las mujeres se enfrentan a diferentes barreras relacionadas con la posesión de un teléfono móvil, la adquisición de crédito y su uso para servicios básicos y de valor agregado. Las mujeres tienden a experimentar estas barreras de un modo más intenso que los hombres debido a las normas sociales subyacentes que influyen en el papel de la mujer, su estatus, autonomía y acceso a la educación y a los ingresos en la sociedad. A menudo, estas normas sociales hacen que las mujeres tengan una menor independencia económica y menor autonomía, lo que a su vez significa que tienen menos control a la hora de poseer y utilizar teléfonos móviles.

Se han observado cinco barreras clave entre las mujeres y los hombres de diferentes países, tanto para los que poseen un teléfono móvil como para los que no¹² (consulte la *Fig. 8*):

1. Coste (terminal y crédito)
2. Calidad de red y cobertura
3. Seguridad y acoso
4. Confianza en los operadores/agentes
5. Alfabetización técnica y confianza

La eliminación de estas cinco barreras principales, incluyendo el conseguir terminales más asequibles, beneficiaría de forma clara a las mujeres y les ayudaría a eliminar la brecha de género en lo relativo a la propiedad y uso de teléfonos móviles.

El coste es una barrera más importante para las mujeres que para los hombres

El coste, y más concretamente el coste del terminal y del crédito, es la barrera más importante indicada tanto por hombres como por mujeres en todos los países estudiados. A lo largo de los últimos años, la reducción de los precios de los dispositivos y el tiempo de aire ha sido un factor clave para la adopción móvil entre las poblaciones de renta baja.¹³ Sin embargo, las mujeres tienden a citar el coste de

¹². Estas mismas 5 barreras son indicadas por mujeres con y sin teléfonos móviles (excepto la barrera del alfabetismo técnico y la confianza, que es más importante para las mujeres que no poseen un teléfono móvil que la barrera de la confianza en los operadores/agentes. El tamaño de la muestra de hombres sin teléfono móvil es demasiado reducido en la mayoría de los países para establecer una clasificación).

¹³. GSMA Intelligence, 2014, "Smartphones in emerging markets" (Los smartphones en los mercados emergentes), <https://gsmaintelligence.com/analysis/2014/12/smartphones-in-emerging-markets/450/>

Fig. 8

Las 5 barreras principales que evitan que las mujeres sean propietarias y utilicen los teléfonos móviles en los países estudiados

Barreras para el uso
(Principales barreras para las mujeres propietarias de teléfonos móviles)

- 1 Coste
- 2 Cobertura y calidad de la red
- 3 Seguridad y acoso
- 4 Confianza en el operador / en el agente
- 5 Competencia técnica y confianza

Barreras para la propiedad
(Principales barreras para las mujeres no propietarias de teléfonos móviles)

- 1 Coste
- 2 Cobertura y calidad de la red
- 3 Seguridad y acoso
- 4 Competencia técnica y confianza
- 5 Confianza en el operador / en el agente

Es probable que unos terminales y paquetes con dispositivos a precios más competitivos beneficien especialmente a las mujeres.

los teléfonos y del crédito como una barrera con más frecuencia que los hombres. No sorprende que, en la mayoría de países, las mujeres de las zonas rurales y de familias más pobres sean las que más indiquen que el coste es una barrera.

El motivo por el que las mujeres suelen indicar que el coste es la mayor barrera en comparación con los hombres es porque, en la mayoría de los lugares, las mujeres tienen menos posibilidades de obtener ingresos y, si lo hacen, son inferiores a los de los hombres.¹⁴ Esta situación se repite en todos los países estudiados, donde menos mujeres que hombres contribuyeron a los ingresos familiares durante el último mes. Incluso cuando las mujeres ganan o reciben ingresos, no siempre controlan cómo se gastan dichos ingresos, incluyendo los gastos relacionados con el móvil. En 10 de los 11 países,¹⁵ menos mujeres que hombres pagaron su terminal y las recargas de crédito¹⁶ con su propio dinero. Cuando las mujeres no pagan su terminal o las recargas de crédito, eso quiere decir que sus maridos u otro miembro masculino de la familia son los que se encargan de estos pagos.

Es importante reconocer que debido a estos factores, las mujeres suelen ser más sensibles al precio que los hombres (es decir, el coste es una barrera más importante para las mujeres). Por lo tanto, es probable que unos terminales y paquetes con terminales a precios más competitivos beneficien especialmente a las mujeres.

La calidad de las redes y la cobertura pueden ser una barrera más importante para las mujeres que para los hombres

Se citó la calidad de la red y la cobertura como una barrera clave por parte de hombres y mujeres en los países estudiados, sin importar si poseían o no un teléfono móvil. Se trataba de una preocupación tanto en las zonas urbanas como en las rurales.¹⁷ Estas conclusiones pueden parecer sorprendentes dada la relativamente alta proporción de la población que vive en áreas con cobertura.¹⁸ El nivel relativamente alto de preocupación expresado por los participantes en el estudio probablemente se

14. Foro Económico Mundial, 2014, "The Global Gender Gap Report 2014" (El informe sobre la desigualdad de género mundial 2014), http://www3.weforum.org/docs/GGGR14/GGGR_CompleteReport_2014.pdf

15. En China, el último país, esto resulta cierto para la recarga de crédito, mientras que las cifras de compra de dispositivos muestran una proporción similar de mujeres (90%) y hombres (93%) que son propietarios de un dispositivo y que indicaron que pagaron el terminal con su propio dinero.

16. También hace referencia a la factura mensual, cuando es el caso.

17. Dependiendo del país estudiado, la calidad de red y la cobertura fueron citados como un problema por el 19-63% de las mujeres de zonas urbanas, el 17-54% de los hombres de zonas urbanas, el 36-71% de las mujeres de zonas rurales y el 26-74% de los hombres de zonas rurales. No se incluye Egipto, donde no se pudo obtener una muestra separada entre zonas rurales/urbanas.

18. Las redes móviles de los 11 países que hemos estudiado cubren a un gran porcentaje de la población de cada uno de estos países: El 90% o más de la población de 7 países, el 80-87% en 3 países y el 55% en un país (estimación de la GSMA de 2014 basada en los datos de cobertura GSM).

puede atribuir, en la mayoría de los casos, a una mala calidad de la red (por ejemplo, llamadas perdidas) más que a una ausencia total de cobertura.

En algunos lugares, las mujeres pueden percibir que la calidad de la red y la cobertura son una barrera más importante en comparación con los hombres, debido a limitaciones de movilidad, terminales más básicos y menos tarjetas SIM entre las que poder elegir. Es necesario investigar más para saber cómo los problemas de cobertura pueden afectar al acceso y uso por parte de las mujeres de los teléfonos móviles en relación con los hombres.

La seguridad y el acoso son una preocupación muy importante para las mujeres

Una de las conclusiones más importantes de este estudio es que una de las barreras más claras para que las mujeres puedan poseer y usar teléfonos móviles es la preocupación por la seguridad o el acoso a través de los móviles. En general, las mujeres se sienten más seguras siendo propietarias de un móvil. Al menos el 68% de ellas, en todos los países estudiados, indicaron que se sentían más seguras (o que se sentirían más seguras) con un teléfono móvil. Sin embargo, asuntos como la seguridad y el acoso siguen teniendo la máxima importancia. La barrera de la seguridad y del acoso hace referencia a las preocupaciones por la seguridad relacionadas con la posesión y uso de móviles (por ejemplo, miedo al robo de los teléfonos móviles o posibles fraudes), acoso por parte de extraños o publicidad no deseada a través del teléfono móvil.

En general, las mujeres tienden a percibir los problemas de seguridad y el acoso de extraños como una barrera más importante que para los hombres. No obstante, la importancia del spam como barrera para hombres y mujeres depende del país en el que vivan (Fig. 9).¹⁹ Se necesita una mayor concientización sobre el problema del acoso a través de los teléfonos móviles y un esfuerzo más orientado para detener los comportamientos de acoso y eliminar las preocupaciones de las mujeres en relación con la seguridad dentro del ecosistema móvil.

Las mujeres tienden a percibir los problemas de seguridad y el acoso de extraños como una barrera más importante que para los hombres.

Fig. 9
Países donde las mujeres señalan la seguridad y el acoso como barreras con más frecuencia que los hombres

Todos los participantes en el estudio

| | Barrera | | |
|-----------|---|----------|------|
| | Preocupación acerca de la seguridad (por ejemplo, robo de terminales) | Extraños | Spam |
| Níger | = | = | = |
| India | = | ✓ | ✗ |
| RDC | = | = | = |
| México | = | ✓ | ✗ |
| Indonesia | ✓ | = | = |
| China | = | = | ✗ |
| Turquía | ✓ | ✓ | ✓ |
| Kenia | ✓ | ✓ | ✓ |
| Colombia | ✓ | ✓ | ✗ |
| Egipto | ✓ | ✓ | = |
| Jordania | ✓ | ✓ | ✗ |

- ✓ MÁS MUJERES (>3%) QUE HOMBRES ESTÁN DE ACUERDO O TOTALMENTE DE ACUERDO
- = TANTAS MUJERES COMO HOMBRES (+/- 3%) ESTÁN DE ACUERDO O TOTALMENTE DE ACUERDO
- ✗ MENOS MUJERES (<3%) QUE HOMBRES ESTÁN DE ACUERDO O TOTALMENTE DE ACUERDO

Nota: Tamaños de las muestras para mujeres N = de 648 a 881, y para hombres N = de 164 a 314



La confianza en los operadores/agentes es una preocupación tanto para los hombres como para las mujeres

Para este informe, definimos la “ausencia de confianza en los operadores/agentes” como la falta de fiabilidad percibida del operador móvil y/o de la red de agentes, y el consiguiente temor a ser engañado. La confianza en los operadores/agentes es una preocupación especial para las mujeres y hombres de algunos países, como Colombia, México y China. En general, las mujeres y los hombres de un mismo país muestran los mismos niveles de confianza en los operadores/agentes móviles.

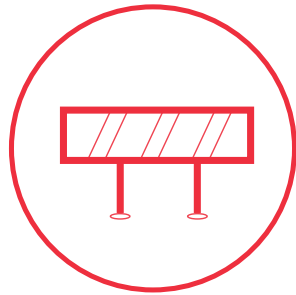
La alfabetización técnica y la confianza siguen siendo una barrera, especialmente para quienes no poseen un móvil

La alfabetización técnica y la confianza con una preocupación clave para las mujeres, que tienden a citarlas como una barrera con mayor frecuencia que los hombres en los países del estudio.²⁰ Este fenómeno no se limita a los mercados en los que los teléfonos móviles no están disponibles para todos; también se aprecia en mercados más maduros. Por ejemplo, en China, el 48% de las mujeres frente al 41% de los hombres indicaron que no saber cómo utilizar un teléfono móvil con funciones más complejas suponía una barrera.

Las mujeres señalan la alfabetización técnica y la confianza como una barrera con más frecuencia que los hombres porque a menudo las mujeres tienen un menor nivel educativo que los hombres (lo que contribuye a aumentar este problema), a menudo las mujeres confían menos en la tecnología que los hombres, y unos servicios mal diseñados o terminales en idiomas no familiares pueden suponer un desafío para ellas, especialmente debido a que tienden a poseer terminales más básicos. En todos los países de nuestro estudio, más hombres que mujeres indicaron que se esforzaban para saber cómo utilizar un terminal propio.

19. La Figura 9 se basa en la pregunta: “Ahora, vamos a hablar acerca de algunos de los posibles motivos que pueden evitar que usted utilice un móvil, o que utilice un móvil con más frecuencia, o para usos más variados de lo que lo hace actualmente. Indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones: “Me preocupa la seguridad (por ejemplo, robo de terminales)”; “Personas extrañas se ponen (se pondrían) en contacto conmigo”; “Me molestan / me molestarían con SMS y llamadas de publicidad”.

20. “La alfabetización técnica” se entiende aquí como la capacidad de una persona para utilizar un teléfono móvil y los diferentes servicios disponibles al máximo de su capacidad. “Confianza” se entiende aquí como el nivel de autoconfianza que tiene una persona a la hora de utilizar un móvil y los servicios del mismo al máximo de su capacidad. La confianza y la alfabetización técnica se consideran como un único elemento, ya que están estrechamente relacionadas.



Las mujeres tienden a experimentar ciertas barreras de un modo más intenso que los hombres

Las mujeres poseen y usan teléfonos móviles en entornos y sociedades que cuentan con determinadas normas sociales que influyen en el papel de la mujer, su estatus, autonomía y acceso a la educación y a los ingresos. Estas normas sociales influyen en la relación de las mujeres con la tecnología móvil y, de hecho, pueden acentuar las barreras para las mujeres a la hora de poseer y usar teléfonos móviles.

Por ejemplo, las normas sociales para mujeres y hombres en relación a la toma de decisiones económicas en la unidad familiar, la “idoneidad” de hombres y mujeres a la hora de interactuar con agentes de ventas del sexo contrario, y las percepciones de la comunidad respecto a los roles de hombres y mujeres son factores que influyen en la mujer como consumidora.

El vínculo socioeconómico con el teléfono móvil y el acceso a Internet ha sido sobradamente documentado. De acuerdo con el estudio sobre gobierno electrónico 2014 de Naciones Unidas, “Las causas de esta desigualdad de género pueden radicar en las disparidades entre hombres y mujeres en términos de ausencia de educación, ausencia de ingresos, actitudes sociales frente al uso femenino de la tecnología, mujeres que tienen que conciliar sus funciones de madre y trabajadora, y la ausencia de contenidos en Internet relacionados con las necesidades de las mujeres”.²¹ Hay otros estudios que también respaldan estas conclusiones.²²

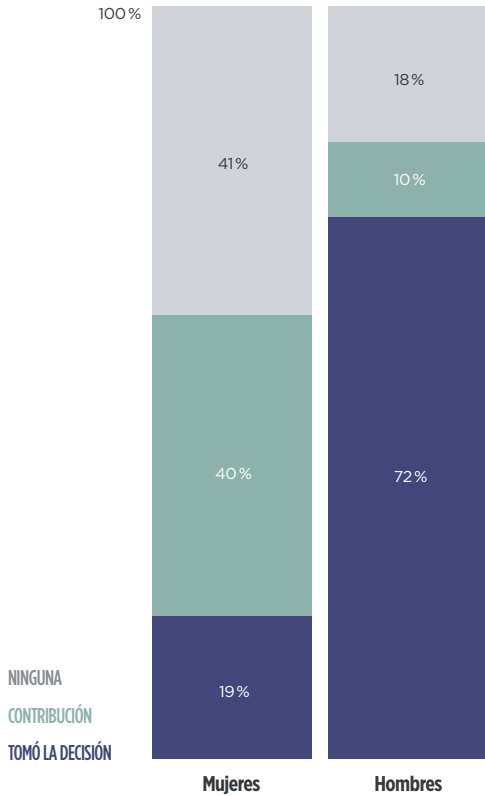
El siguiente ejemplo de nuestra investigación principal (*Fig. 10*) destaca cómo las experiencias de las mujeres pueden ser muy diferentes de las de los hombres, una importante lección para todos los que intentan llegar a las mujeres a través de la tecnología móvil. Este ejemplo de India revela cómo las normas sociales influyen en las elecciones de terminales de las mujeres y en su capacidad para recargar su crédito.

Fig. 10

India: Cómo incluyen las normas sociales en las compras de terminales y crédito

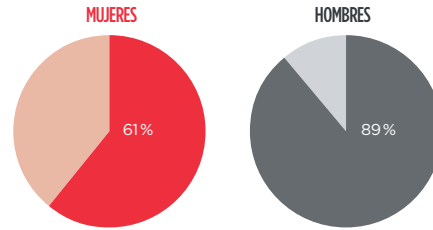
Compra de terminales

Papel desempeñado a la hora de seleccionar el terminal
Propietarios de terminales (%)¹

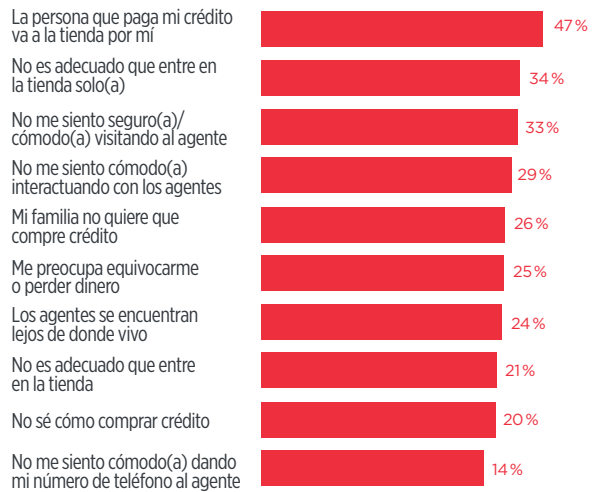


Compra de crédito

Propietarios de SIM que compraron crédito por sí solos sin ayuda de otra persona durante las últimas 4 semanas
Propietarios de SIM (%)²



Motivos por los que las mujeres necesitan ayuda
(% de las mujeres participantes)³



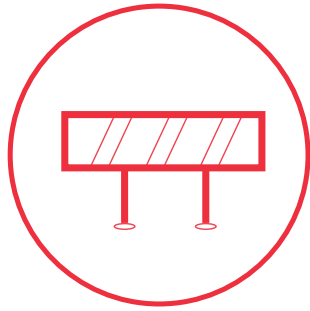
1: Tamaños de las muestras para mujeres N = 468, y para hombres N = 191.

2: Entre los propietarios de SIM que realizaron recargas con tarjetas para rasgar, recarga electrónica o dinero móvil, las mujeres fueron: N = 434, y los hombres: N = 174.

3: Solo se incluye a las mujeres propietarias de SIM de India que indicaron que necesitaban la ayuda de un amigo, de un familiar o del agente para realizar la recarga - N = 252.

21. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de Naciones Unidas, 2014, "United Nations E-Government Survey 2014: E-Government for the Future We Want" (Estudio sobre gobierno electrónico de Naciones Unidas 2014: el gobierno electrónico para el futuro que queremos), http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf

22. Las investigaciones sobre TIC en África han concluido que los ingresos y la educación tienen un efecto significativo en la propiedad de teléfonos móviles en 11 países de África. De acuerdo con lo indicado por Huyer y Hafkin, la brecha entre géneros se ve influida principalmente por factores socioeconómicos y políticos, incluyendo barreras sociales y culturas para el uso de la tecnología, los niveles de educación y capacitación, tendencias de empleo e ingresos, acceso a medios y contenidos relevantes, privacidad y seguridad, y la ubicación o el modelo de acceso para las mujeres.



Las barreras sistémicas también evitan que los responsables de políticas públicas y la industria móvil ayuden a las mujeres

Además de las barreras indicadas anteriormente a las que se tienen que enfrentar las mujeres, se detectaron otras dos barreras sistémicas clave durante las entrevistas a expertos que evitan que los operadores móviles y los responsables políticos se orienten hacia los problemas relacionados con el acceso y el uso de la tecnología móvil por parte de las mujeres. La primera de ellas es la ausencia generalizada de datos desagregados por sexo. Los datos sobre el acceso y el uso de los teléfonos móviles por parte de las mujeres, y de las TIC en general, no están disponibles o no se realiza un seguimiento de los mismos en los países con rentas bajas y medias. Esta falta de datos se da en tres niveles: bases de datos de los operadores móviles, estadísticas nacionales de los gobiernos, y datos y estadísticas institucionales de carácter internacional. Sin datos, los responsables de políticas públicas y la industria móvil no pueden apreciar el alcance de la falta de acceso de las mujeres a los teléfonos móviles o lo poco que los utilizan, ni pueden tomar decisiones informadas ni intervenir para revertir esta tendencia.

La segunda barrera es un prejuicio más sutil, aunque generalmente inconsciente. Los operadores móviles a menudo no se centran en las mujeres como clientes y clientes potenciales, y los responsables políticos normalmente dedican poco interés a los asuntos relacionados con el género en comparación con otras prioridades. Por ejemplo, una falta de enfoque en relación con el género por parte de los responsables políticos del sector de las TIC: de los 119 planes nacionales de banda ancha elaborados en 2012, solo 30 países incluyeron un componente de género.²³

Estas dos barreras sistémicas, la falta de datos y el enfoque hacia el acceso y uso por parte de las mujeres de la tecnología, deben abordarse para acelerar la adopción de la tecnología móvil por parte de las mujeres en los países con rentas bajas y medias durante los próximos cinco años.

²³. Broadband Commission Working Group on Broadband and Gender (Comisión sobre Banda Ancha para el Desarrollo Digital y de Género), 2013, "Doubling Digital Oportunidades: Enhancing the Inclusion of Women & Girls in the Information Society", (Duplicar las oportunidades digitales: mejorar la inclusión de mujeres y niñas en la sociedad de la información), <http://www.broadbandcommission.org/Documents/working-groups/bb-doubling-digital-2013.pdf>







Recomendaciones

En su conjunto, estas conclusiones indican que la brecha de género en la propiedad y uso de dispositivos móviles está provocada por una serie de complejas barreras socioeconómicas y culturales que afectan negativamente a las mujeres. Sin una intervención claramente orientada por parte de la industria móvil, de los responsables de políticas públicas y del resto de las partes interesadas, es improbable que la desigualdad de género en términos de propiedad y uso desaparezca por sí sola.

Es importante reconocer que aunque no existe una fórmula mágica para superar estas barreras, sí que hay algunas medidas que las partes interesadas pueden tomar en el ecosistema móvil, y que en su conjunto podrían aumentar significativamente el acceso y uso de las tecnologías móviles por parte de las mujeres. En algunos mercados, aumentar los niveles de propiedad y uso de los teléfonos móviles por parte de las mujeres podría ser la diferencia entre ingresos estables o mayores y, una reducción o estancamiento del crecimiento de los ingresos.

Las recomendaciones para las partes interesadas se resumen a continuación, resaltando las oportunidades para superar las principales barreras citadas por las mujeres, así como las barreras sistémicas para la propiedad y uso de teléfonos móviles por parte de las mujeres. Consulte el informe principal para ver recomendaciones más detalladas.

Operadores móviles

- **Ofrecer terminales de un menor coste a los clientes**, diseñando soluciones basadas en las dinámicas del mercado de dispositivos en los mercados locales (por ejemplo, micropréstamos, servicios de reparación, tiendas de dispositivos móviles, colaboraciones con fabricantes de terminales de bajo precio).
- **Introducir más creatividad y transparencia de precios** para acercarse a la sensibilidad de precio de las mujeres, patrones de llamadas y rutinas diarias de las mujeres (por ejemplo, planes de tarifas creativos, paquetes de datos innovadores, tarjetas para rascar de bajo precio, precios de datos por paquetes de bites o bajo demanda, servicios de crédito de emergencia).

- **Mejorar la calidad de la red y la cobertura** para reducir las llamadas perdidas y aumentar su uso en las zonas rurales.
- **Basarse en la percepción de que los teléfonos móviles son una herramienta para aumentar la seguridad de las mujeres** introduciendo servicios “de seguridad” (por ejemplo, para ayudar a las mujeres a alertar a sus contactos en situaciones de emergencia), servicios de bloqueo de llamadas y herramientas para recargar el crédito de forma privada y remota.
- **Invertir en investigaciones relativas a los consumidores** para ofrecer mejores servicios que den respuesta a las necesidades de las mujeres.
- **Integrar principios de diseño orientados hacia el usuario** en dispositivos y servicios, pruebas piloto e iteración del producto con las mujeres.
- **Dirigirse a los hombres en campañas de marketing pensadas para las mujeres** en aquellos lugares en los que los hombres suelen tomar las decisiones acerca del acceso de las mujeres a los dispositivos móviles.
- **Realizar un seguimiento del acceso y uso de la tecnología móvil por sexos** de forma sistemática en la base de suscriptores o a través de estudios de mercado mejorados.
- **Considerar la posibilidad de colaborar con ONG y otras organizaciones** con experiencia en la formación para la alfabetización técnica.

Otras partes interesadas en la industria móvil (terminales, VAS, desarrolladores de contenidos y aplicaciones)

- **Seguir desarrollando terminales de un coste inferior y más duraderos**, incluyendo smartphones de bajo coste y teléfonos básicos que cuenten con atributos deseables (por ejemplo, resistentes al agua, mayor duración de la batería).
- **Fomentar la transición de las mujeres hacia internet móvil mediante** la oferta de una mejor experiencia de usuario y funciones en los teléfonos.
- **Realizar un seguimiento de la adopción por parte de las mujeres respecto a los hombres**, así como del uso y la experiencia de los servicios (por ejemplo, integrar preguntas de género en las encuestas de las aplicaciones).
- **Integrar funciones en el diseño de terminales y servicios que den respuesta a las necesidades de las mujeres** con menos conocimientos técnicos, menos familiarizadas con la tecnología móvil y que utilicen terminales más básicos (por ejemplo, considerar el uso de IVR, iconos, imágenes, historias contadas como cómics, terminología comprensible y menús de usuario claros con menos pasos).
- **Integrar principios de diseño orientados hacia el usuario** en terminales y servicios, incluyendo investigación sobre las percepciones de los consumidores, pruebas piloto e iteración del producto con las mujeres.



Responsables de políticas públicas

- **Integrar el asunto del género en los planes de banda ancha nacionales y realizar un seguimiento del acceso y del uso móvil por sexos**, junto con otras TIC, en las bases de datos nacionales de estadísticas.
- **Asegurarse de que las mujeres están protegidas en los móviles y en Internet** mediante campañas de concientización y el desarrollo de marcos legales y políticos para luchar contra el acoso en los teléfonos e internet móvil.
- **Garantizar una regulación eficiente para reducir los costes para las mujeres y aumentar la cobertura** [por ejemplo, reducir o eliminar los impuestos específicos para la industria móvil que exacerban la barrera del coste, permitir las infraestructuras compartidas activas y voluntarias entre operadores móviles, liberar espectro suficiente (bajas frecuencias en particular) a los operadores móviles a un coste asequible].
- **Fomentar la alfabetización técnica, la confianza y las habilidades digitales entre mujeres y niñas** mediante la integración de la formación de habilidades móviles y digitales para mujeres que participen en programas de ayuda del gobierno y en el currículo de escuelas primarias y secundarias.

Donantes y la comunidad de desarrollo

- **Proporcionar financiación para programas que aborden las brechas de género** en la propiedad y el uso en países con ingresos bajos y medios.
- **Fomentar la recopilación de datos sobre género** a escala nacional e internacional, mediante financiación, asistencia técnica y alianzas entre partes involucradas.
- **Financiar investigaciones en países de rentas bajas y medias sobre el uso móvil por parte de las mujeres en comparación con los hombres**, además del acceso a la tecnología móvil, y compartir las conclusiones alcanzadas para poder liderar los esfuerzos globales de respaldo.

Académicos y organismos de investigación

- **Ampliar las investigaciones en países de rentas bajas y medias sobre el uso móvil por parte de las mujeres en comparación con los hombres**, además del acceso a la tecnología móvil, y compartir las conclusiones alcanzadas con responsables de políticas públicas y partes involucradas de la industria, especialmente para Internet móvil, seguridad y acoso, calidad de la red y cobertura, alfabetización técnica y confianza, y los productos y servicios más valorados.

Las recomendaciones establecidas en este informe clave proporcionan una dirección clara y oportunidades para tomar medidas por parte de las partes interesadas en el ecosistema móvil para acelerar la adopción de la tecnología móvil por parte de las mujeres en los países con rentas bajas y medias. En concreto, la GSMA seguirá centrándose en el aumento del acceso y uso por parte de las mujeres de los teléfonos móviles, dando la máxima prioridad a las regiones identificadas en este informe.



