

TELECOMUNICACIONES DE AMÉRICA LATINA

Magazine Noviembre 2019 www.asiet.lat

Opinión

**Desarrollo de Habilidades e inclusión digital,
binomio fundamental para el futuro**

Arantxa Riveros, Directora General de los
Centros de Inclusión Digital de la SCT (México)

Entrevista

Edwin Estrada, Viceministro de
Telecomunicaciones, Costa Rica:

**“Nos jugamos la competitividad de los países y,
por ende, las oportunidades de mejorar las condiciones
de vida y aprovechar la 4º Revolución Industrial”**



CONECTA LATAM

Digital Transformation & Innovation

December 4 - 5 • Mayfair Hotel at Coconut Grove • Miami

ENTREVISTA

“Estamos dedicados a enseñar a niñas y mujeres en cómo usar internet y herramientas móviles para mejorar sus vidas en: emprendimiento, educación, crecimiento personal y acceso a microcréditos”

SILVIA GARRIGÓ, Vice President Corporate Responsibility and Social Investment at Millicom (Tigo)

¿Cómo se conciben los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial desde Millicom? ¿Cuáles son los lineamientos para apoyar iniciativas o lanzar proyectos?

Nuestras iniciativas de responsabilidad corporativa responden ante todo a un alineamiento con la estrategia de negocio, entendiendo que buscamos una generación compartida de valor entre nuestras partes interesadas y la sostenibilidad de nuestra organización. Responsabili-

dad Corporativa en Millicom no es un ejercicio filantrópico, ni una función separada del negocio, está atada a nuestro propósito de negocio: crear autopistas digitales que conectan a las personas, mejoran vidas y desarrollan comunidades.

En muchos casos incluso, individuos que son parte de la economía informal pueden ver sus vidas transformadas a través de estas autopistas digitales que permiten su inclusión digital y financiera que avancen su integración a la economía formal. Es aquí donde influye nuestro propósito como negocio y el brindar la posibilidad de acceso a la economía digital a todas las personas. Para asegurarnos de nuestro alineamiento con nuestra estrategia, tenemos un Marco de Acción de Responsabilidad Corporativa que delimita nuestras áreas de acción. Estas están agrupadas en dos grandes categorías:

-Fundamentos de Responsabilidad Corporativa que contiene esos temas fundamentales que son parte de nuestro propósito y nos guían a hacer negocios de la manera correcta como responsabilidad con el medio ambiente, cadena de suministro responsable, ética y derechos humanos; y

-Liderazgo Responsable en Acción que va más enfocado en acciones que utilizan nuestra tecnología y habilidades de negocio para fomentar la inclusión digital y financiera de nuestras comunidades, así como el desarrollo socioeconómico de nuestros mercados.

¿Cuáles destacaría como los principales proyectos vigentes o por venir del área RSE de Millicom?

Nuestros programas se fundamentan en un propósito dual que creemos tener en nuestros mercados – invertir



“Responsabilidad Corporativa en Millicom no es un ejercicio filantrópico, ni una función separada del negocio, está atada a nuestro propósito de negocio: crear autopistas digitales que conectan a las personas, mejoran vidas y desarrollan comunidades”

en el crecimiento de nuestro negocio, e invertir en conectar personas, negocios y comunidades para apoyar su crecimiento y desarrollo. No delegamos nuestro trabajo de Responsabilidad Corporativa a terceros. Nos involucramos y trabajamos de la mano con nuestros aliados en cada país para así lograr las conexiones y las transformaciones que buscamos crear.

Algo que nos diferencia es la manera en como integramos nuestro liderazgo, experiencia y nuestros colaboradores en nuestros tres Programas Bandera:

1. **Conéctate Segur@** - para la Protección de la Niñez
2. **Conectadas**- para el Empoderamiento de Mujeres por medio de la inclusión digital y financiera
3. **Tigo Comunidades** - Cientos de nuestros voluntarios y voluntarias salen a nuestras comunidades a educar a las personas más marginadas sobre el uso productivo y responsable de la tecnología, y a mujeres en el uso de internet para mejorar sus vidas y desarrollar sus emprendimientos.

Esta es la mística detrás de nuestra Sangre Tigo: nuestra fuerza de colaboradores y colaboradoras puede experimentar de primera mano cómo nuestro negocio conecta y transforma vidas, y así entender el propósito del trabajo que hacen.

Algunos ejemplos a continuación:

En los últimos años hemos posicionado el tema de Derechos de la Niñez y la Protección de Niños y Niñas en línea dentro de nuestro programa bandera Conéctate Segur@, convirtiéndonos en líderes de la industria en el tema y llevando nuestro programa de capacitación en uso responsable y productivo a miles de niños y niñas, docentes y padres y madres de familia a lo largo de la región. Bajo la sombrilla de “Conéctate Segur@”, tenemos el objetivo de alcanzar 70,000 docentes, 200,000 padres y madres de familia y 700,000 niños, niñas y adolescentes para el 2023.

Hemos inclusive desarrollado una herramienta en conjunto con UNICEF que permite hacer una evaluación de impactos sobre Derechos de la Niñez a empresas del sector de las telecomunicaciones. Esto nos permite crear planes de acción sobre oportunidades que hemos encontrado de potenciar nuestros impactos positivos sobre la niñez. En nuestros mercados hemos encontrado una brecha de género en cómo se utiliza el internet. Millicom provee entrenamientos dirigidos específicamente para integrar a mujeres en el ecosistema digital. Al acele-

rar la inclusión digital y cerrar la brecha de género, Millicom ayuda a mujeres a catalizar el progreso socioeconómico de sus familias, comunidades y así también la prosperidad económica de los mercados en donde viven.

Estamos dedicados a enseñar a niñas y mujeres en cómo usar internet y herramientas móviles para mejorar sus vidas a través de cuatro áreas claves: emprendimiento, educación, crecimiento personal y acceso a microcréditos. Recientemente lanzamos un entrenamiento para mujeres que buscan convertirse en agentes de Tigo Money. Nuestro servicio de Tigo Money ayuda a bancarizar a quienes están fuera del sistema financiero dando acceso a transferencias de dinero y un universo de pagos digitales y recolecciones de fondos. Al empoderar a mujeres como agentes de Tigo Money, estamos ayudando a mujeres a establecer pequeños negocios en sus comunidades y a mitigar los riesgos asociados a una dinámica basada en intercambio de efectivo.

“Hemos posicionado el tema de Derechos de la Niñez y la Protección de Niños y Niñas en línea dentro de nuestro programa bandera Conéctate Segur@, convirtiéndonos en líderes de la industria en el tema y llevando nuestro programa de capacitación en uso responsable y productivo a miles de niños y niñas, docentes y padres y madres de familia a lo largo de la región”

En concreto, ¿podría comentarnos más sobre el programa “Conectadas”? ¿Desde dónde viene esa inquietud inicial? ¿Cómo fueron sus inicios, desde el diseño hasta su aplicación? ¿Qué obstáculos tuvieron que sortear? ¿Tuvo aceptación desde el inicio? ¿De qué manera lograron la adhesión por parte de los públicos? ¿contaron con apoyo desde otros sectores?

Conectadas nace a raíz de nuestro compromiso con la GSMA en su iniciativa de Connected Women que busca la reducción de la brecha de género entre usuarios de internet móvil y servicios financieros móviles. A la fecha seguimos siendo el único operador en Latinoamérica que



CONECTADAS

ha comprometido a todas sus operaciones con esta iniciativa. Al comprometernos con esta iniciativa, aprendimos que las brechas de usuarios no eran tan grandes en nuestros mercados, pero sí encontrábamos diferencias en el tipo de uso que le daban mujeres a la conectividad en comparación con hombres. Así, encontramos una oportunidad de enfocarnos en capacitar a mujeres en cómo usar sus teléfonos móviles para su beneficio diario, educación, acceso a servicios, emprendimientos y más.

Junto con la Fundación Sheva de Guatemala desarrollamos nuestro primer programa en el 2016 que incluye una app educativa que las usuarias del programa utilizan para aprender sobre el uso básico de internet móvil y estamos expandiendo el mismo a los demás países de la región. Nuestro objetivo es alcanzar 400,000 mujeres para el 2023 con este programa a lo largo de la región.

¿Cuáles han sido los resultados obtenidos al día de hoy? ¿Qué aspectos habría que mejorar a futuro? ¿De qué manera impactó en el interior de Tigo esta iniciativa?

Hoy estamos corriendo este programa ya en 4 países. En Guatemala hemos capacitado a más de 31,000 niñas y mujeres sobre el uso del internet digital y en Bolivia incluso nos hemos aliado con Crecer que es la organización financiera más grande con enfoque en microcréditos de la región, y han incorporado estos temas en las capacitaciones que les dan a sus beneficiarias para que así incorporen conocimiento sobre tecnología en sus emprendimientos. Solo en Bolivia hemos impactado cerca de 200,000 mujeres.

En El Salvador estamos también incluyendo a mujeres que son parte de nuestra fuerza de agentes de Tigo Money dentro del programa, ayudándoles así a incrementar sus posibilidades de ingreso y crecimiento. Tigo Money permite bancarizar a miles de personas que están fuera del sistema financiero, permitiéndoles acceder a métodos de transferencia de dinero y pagos. Estas mujeres que forman parte del programa crean pequeños negocios en sus comunidades que tienen efectos multiplicadores y permiten su crecimiento y desarrollo.

Siempre estamos buscando oportunidades de mejora, y algo a lo que vamos a dar mayor énfasis va a ser en ampliar nuestro contenido para que abarque aún más capacitaciones para emprendedoras que les ayuden a potenciar sus negocios y emprendimientos a través de la tecnología.

“Conectadas nace a raíz de nuestro compromiso con la GSMA en su iniciativa de Connected Women que busca la reducción de la brecha de género entre usuarios de internet móvil y servicios financieros móviles. Nuestro objetivo es alcanzar 400,000 mujeres para el 2023 con este programa a lo largo de la región”

¿Cómo miden las repercusiones que esto tiene en la sociedad? ¿Realizan algún informe o seguimiento? ¿Cuál es el impacto obtenido hasta ahora y cómo es en relación con las expectativas iniciales? ¿Vislumbran una siguiente etapa?

Si bien el programa está en una etapa inicial de expansión, hemos ya tenido la oportunidad de recolectar muchas experiencias de mujeres podido hacer crecer sus negocios después de entrenamiento, o jóvenes que antes del entrenamiento no tenían ningún conocimiento sobre uso básico de tecnología móvil y hoy pueden aprovecharlo de una manera productiva y además segura.

Parte de nuestro reto va a ser el diseño de medidas de seguimiento que nos permitan medir el impacto más allá de las historias, sin embargo, estamos seguros que el impacto del programa está siendo claro y tangible entre quienes están participando.