

Evaluación del uso y las necesidades de conectividad en contextos humanitarios

Guía para la implementación del Conjunto de herramientas



GSMA

La GSMA es una organización global que une al ecosistema móvil para descubrir, desarrollar y ofrecer innovación esencial para entornos comerciales positivos y cambios sociales. Nuestra visión consiste en liberar todo el poder de la conectividad para que las personas, la industria y la sociedad prosperen. Como representante de los operadores móviles y organizaciones de todo el ecosistema móvil e industrias adyacentes, la GSMA realiza su contribución a sus miembros bajo tres grandes pilares: Conectividad para el Bien, Servicios & Soluciones de Industria, y Alcance & Difusión. Esta actividad incluye promover políticas públicas, abordar los mayores desafíos sociales de la actualidad, apuntalar la tecnología y la interoperabilidad que hacen funcionar a la conectividad móvil, y proporcionar la plataforma más grande del mundo que reúne al ecosistema móvil en las series de eventos MWC y M360.

Te invitamos a conocer más en www.gsma.com

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



REACH es una iniciativa conjunta de dos organizaciones no gubernamentales internacionales —ACTED e IMPACT initiatives— y el Programa sobre aplicaciones operacionales de satélite (UNOSAT) de las Naciones Unidas. La misión de REACH es fortalecer la toma de decisiones basada en evidencia por parte de los actores humanitarios mediante prácticas eficientes de recopilación, gestión y análisis de datos antes, durante y después de una emergencia. De esta forma, REACH ayuda a garantizar que las comunidades afectadas por emergencias reciban el apoyo que necesitan. Todas las actividades de REACH se llevan a cabo en apoyo y dentro del marco de los mecanismos de coordinación humanitaria interagencial.

Para saber más, visite nuestro sitio web:

www.reach-initiative.org.

Puede comunicarse con nosotros directamente a:

geneva@reach-initiative.org y seguirnos en Twitter:

[@REACH_info](https://twitter.com/REACH_info)



De conformidad con su mandato, el Clúster de Telecomunicaciones en Emergencia (ETC) ofrece servicios para que las poblaciones afectadas por crisis accedan a información que puede salvarles la vida y se comuniquen usando la tecnología.

GSMA Mobile for Humanitarian Innovation

El programa GSMA Mobile for Humanitarian Innovation trabaja para acelerar la provisión y el impacto de asistencia humanitaria digital. Esto se logrará estableciendo una agenda de educación e investigación para moldear el futuro de la respuesta humanitaria digital, recurriendo a alianzas e innovaciones para ofrecer nuevos servicios humanitarios digitales, luchar por entornos políticos habilitantes, monitorear y evaluar el desempeño, difundir conocimiento y trazar el perfil de los logros.

El programa recibe el apoyo de la Oficina de Desarrollo y Mancomunidad Extranjera del Reino Unido.

Obtenga más información en www.gsma.com/m4h o comuníquese con nosotros a m4h@gsma.com

Siga a GSMA Mobile for Development en Twitter:

[@GSMAM4d](https://twitter.com/GSMAM4d)



Esta iniciativa fue fundada por actores humanitarios del Gobierno del Reino Unido y cuenta con el apoyo de la GSMA y sus miembros. Las opiniones expresadas aquí no reflejan necesariamente las políticas oficiales del Gobierno del Reino Unido.

Colaboradores de la GSMA:

Belinda Baah – anteriormente, Insights Manager

Matthew Downer – Senior Insights Manager

Colaboradores de REACH:

Łukasz Kruk – Assessment Specialist

Agradecimientos:

La GSMA agradece a todos los participantes de la investigación que brindaron su tiempo y colaboración para las pruebas de campo de este Conjunto de herramientas.

También agradecemos a nuestros colegas de distintas organizaciones que contribuyeron con su conocimiento y su tiempo a este trabajo: American Red Cross, BBC Media Action, CARE, Red CDAC, CaLP, el Consejo Danés para los Refugiados, el Clúster de Telecomunicaciones en Emergencia, Grameen Foundation, Ground Truth Solutions, CICR,

OIM, el Comité Internacional de Rescate, Internews, Joint IDP Profiling Service, Jangala, Mercy Corps, Overseas Development Institute, Solidarités International, The Research People, Traductores sin Fronteras, United Healthcare Distributors, ACNUR, PMA.

Índice

Lista de acrónimos	3
---------------------------	----------

1	Introducción	4
1.1	Fundamentos y contexto	5
1.2	Este documento	5

2	Consideraciones clave	6
2.1	Cuándo y por qué usar el Conjunto de herramientas	7
2.2	Riesgos y preocupaciones de protección al usar el Conjunto de herramientas	9

3	Temas clave que cubre el Conjunto de herramientas	11
3.1	Cobertura de red	12
3.2	Registro de SIM y regulación KYC	13
3.3	Acceso a teléfonos celulares y obstáculos al acceso	13
3.4	Dinero móvil	14
3.5	Comunicación con comunidades (CWC) y necesidades de información	15
3.6	Alfabetización y alfabetización digital	15

4	Preparación para el uso del Conjunto de herramientas	16
4.1	Revisión de datos secundarios e información contextual	17
4.2	Contextualización de las herramientas	19
4.3	Debate de grupos focales cero (FGD 0)	19
4.4	Traducciones	19
4.5	Escenarios de despliegue	20
4.6	Preparación del Conjunto de herramientas: caso hipotético	23
4.7	ODK/Kobo Toolbox	23

5	Análisis y elaboración de informes	24
5.1	Limpieza y procesamiento de datos	25
5.2	Análisis de datos	25
5.3	Formatos de los resultados y audiencias	27

6	Guía para el uso de herramientas específicas	28
6.1	Guía para la encuesta para usuarios finales	29
6.2	Guía para los debates de grupos focales de usuarios finales	33
6.3	Guía para los ejercicios para usuarios finales	36
6.4	Guía para la encuesta y entrevista profunda a comerciantes	38
6.5	Guía para el mapeo de comerciantes	39
6.6	Guía para la evaluación del mercado	40
6.7	Guía para el mapeo de fuerza de la señal	41

Evaluación del uso y las necesidades de conectividad en contextos humanitarios

Guía para la implementación del Conjunto de herramientas

Versión 2 publicada en abril de 2023

Versión 1 publicada en enero de 2021

Notas

El presente documento ofrece guías para la implementación del Conjunto de herramientas para la Evaluación del uso y las necesidades de conectividad (CoNUA) en este campo. Todo el Conjunto de herramientas, junto con el informe general, puede encontrarse en el sitio web de la GSMA. Si aún no conoce el Conjunto de herramientas, le sugerimos leer el informe antes del presente documento guía o las propias herramientas.

Esta es una versión beta del Conjunto de herramientas. Debido a la pandemia de COVID-19, no fue posible realizar el proceso completo de pruebas de campo y pruebas piloto como se había planificado. La GSMA y REACH, con el apoyo del ETC y demás organizaciones, pretenden realizar el trabajo restante cuando sea seguro hacerlo. Tenemos pensado emitir versiones finales del presente informe y del Conjunto de herramientas, junto con un informe que resuma los hallazgos de la prueba piloto, durante la segunda mitad de 2021.

A lo largo del Conjunto de herramientas, la frase “usuario del Conjunto de herramientas” se refiere a la agencia u organización que utiliza el Conjunto de herramientas CoNUA para llevar a cabo una evaluación. El “usuario final” es un “usuario final de telefonía celular y servicios relacionados” y se refiere a un individuo afectado por una crisis humanitaria. El término más cercano en el ámbito humanitario es “beneficiario”.

Si tiene preguntas con respecto al Conjunto de herramientas, ha usado alguna de ellas o pretende hacerlo, nos encantaría que se ponga en contacto con nosotros. Comuníquese con el equipo de la GSMA a conua@gsma.com.

Lista de acrónimos

AAP	Rendición de cuentas a la población afectada	IM	Mensajería instantánea
AP	Población afectada	IMWG	Grupo de Trabajo de Gestión de la Información
CoNUA	Evaluación del uso y las necesidades de conectividad	KYC	Conoce a Tu Cliente
CVA	Asistencia en dinero y cupones	MISTT	Conjunto de herramientas para las habilidades de internet móvil
CWC	Comunicación con comunidades	MNO	Operador de redes móviles
ETC	Clúster de Telecomunicaciones en Emergencia	OCHA	Oficina de Naciones Unidas para la Coordinación de Asuntos Humanitarios
FGD	Debate de grupos focales	ODK	OpenDataKit
HNO	Revisión de necesidades humanitarias	PLWD	Personas con discapacidad
HPC	Ciclo del programa humanitario	SIM	Módulo de identificación del suscriptor
HRP	Plan de respuesta humanitaria	SDR	Revisión de datos secundarios
TIC	Tecnologías de la información y la comunicación	UNDAF	Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo
IDI	Entrevista en profundidad		



01

Introducción



1.1 Fundamentos y contexto

Se necesita más evidencia para comprender cómo acceden y usan la tecnología móvil las personas que viven en contextos humanitarios, así como para entender cuáles son los obstáculos a los que se enfrentan. La asistencia humanitaria está volviéndose cada vez más digital; crece el impulso para pasar de una comprensión anecdótica del uso y la penetración móvil a una comprensión basada en evidencia en los contextos de crisis humanitarias.

Existen documentos que se centraron en las perspectivas de los usuarios finales, pero The Digital Lives of Refugees (“Las vidas digitales de los refugiados”, publicado en 2019 por la GSMA en colaboración con ACNUR) fue uno de los primeros en exponer hallazgos sólidos sobre contextos específicos. Dicho documento expuso datos robustos que se enfocaban específicamente en cómo se utilizaba la tecnología móvil en los entornos humanitarios y también cuantificó por primera vez las principales brechas de acceso para los refugiados.

La GSMA, en asociación con REACH y con el apoyo del Clúster de Telecomunicaciones en Emergencia (ETC), elaboró el Conjunto de herramientas para la Evaluación del uso y las necesidades de conectividad (CoNUA) para que demás actores repliquen datos similares a aquellos en el documento “The Digital Lives of Refugees”. El Conjunto de herramientas CoNUA aborda la actual brecha de evidencia brindando herramientas para que organizaciones humanitarias y sus partes interesadas puedan medir el acceso y uso a teléfonos celulares, y las preferencias y habilidades de las poblaciones en cuestión, de manera robusta y estandarizada. Dicha medición les permitirá evaluar y realizar intervenciones humanitarias digitales adecuadas.

1.2 Este documento

El presente documento ofrece guías para la implementación del Conjunto de herramientas para la Evaluación del uso y las necesidades de conectividad (CoNUA) en este campo. Las primeras cuatro secciones exponen las consideraciones y los elementos clave al desplegar una evaluación adecuada en un contexto dado. La última sección brinda un detalle sobre el despliegue de cada una de las ocho herramientas que componen el Conjunto.

Lectura de referencia:

- > [The Digital Lives of Refugees](#)
- > [Apping and resilience: How smartphones help Syrian refugees in Lebanon negotiate the precarity of displacement](#)
- > [Connecting Refugees](#)
- > [Digital lives in Ghana, Kenya, and Uganda](#)
- > [Displaced and Disconnected](#)
- > [Refugee Connectivity: A Survey of Mobile Phones, Mental Health, and Privacy at a Syrian Refugee Camp in Greece](#)
- > [ICT4Refugees. A report on the emerging landscape of digital responses to the refugee crisis.](#)
- > [Internet governance in displacement](#)
- > [The untapped resource: Protecting and leveraging refugee social capital in protracted displacement](#)

02

**Consideraciones
clave**



2.1

Cuándo y por qué usar el Conjunto de herramientas

El Conjunto de herramientas ofrece una variedad de herramientas para examinar todos los aspectos del uso de los teléfonos celulares con propósitos humanitarios.

Las herramientas pueden utilizarse (como lo sugiere el título) para llevar a cabo evaluaciones detalladas cuando las organizaciones diseñen intervenciones habilitadas por servicios móviles o relacionadas con la conectividad. Al usarlas juntas, las herramientas forman una visión y comprensión integral del uso del teléfono celular y su contexto en una crisis en particular. En definitiva, el Conjunto de herramientas apoya a organizaciones a tomar decisiones de implementación de proyectos humanitarios destinados a mejorar la conectividad y el acceso a la tecnología móvil o proveer productos y servicios que dependen de ella.

Debido a que las intervenciones habilitadas por servicios móviles o relacionadas con la conectividad pueden tomar diversas formas (p. ej., establecer un nuevo servicio, usar la conectividad para brindar un servicio ya disponible de manera más eficaz o eficiente, o brindar capacitación para la alfabetización digital), el Conjunto de herramientas no ofrece herramientas específicas para ninguna medición de impacto de intervención específica. Sin embargo, todas las herramientas se pueden ajustar para que su alcance sea más específico. Por ejemplo, si el objetivo de la intervención es ofrecer

talleres de alfabetización digital, las preguntas de la encuesta para usuarios finales deberían probar el incremento de las habilidades de los encuestados. Además, se podría agregar una pregunta sobre la utilidad de los talleres al FGD 1.

Lectura recomendada sobre planificación de evaluaciones:

- > [Needs Assessment Handbook](#)
- > [Humanitarian Needs Assessment. The Good Enough Guide](#)
- > [Handbook on Data Collection](#)
- > [Operational Guidance on Coordinated Assessments in Humanitarian Crises](#)
- > [humanitarianresponse.info - Assessment Registry](#)

Para evitar duplicar los esfuerzos o causar fatiga de evaluación, asegúrese de verificar que no haya evaluaciones actuales o recientes sobre el mismo tema. Algunas entidades de coordinación relevantes son la [OCHA](#), el [Grupo de Trabajo de Gestión de la Información \(IMWG\)](#) local y el [ETC](#).

Ciclo del Programa Humanitario (HPC)



Si bien su nombre destaca su rol evaluativo, el Conjunto de herramientas fue creado para usarse en todo el Ciclo del Programa Humanitario (HPC)

El Ciclo del Programa Humanitario:

- A En la fase de **evaluación** del HPC, el Conjunto de herramientas permite recopilar datos estandarizados sobre el uso de la tecnología móvil en los contextos humanitarios. Ayuda a entender el contexto y cuantifica las necesidades de ciertas poblaciones.
- B En la fase de **planificación**, los datos del Conjunto de herramientas ayudan a diseñar la intervención y contribuyen a documentos estratégicos más amplios, como la Revisión de Necesidades Humanitarias (HNO) y el Plan de Respuesta Humanitaria (HRP).
- C En la fase de **movilización** de recursos, los datos recopilados permiten recibir apoyo y fondos, tanto a través de canales habituales, como el HRP o el UNDAF, como de llamamientos de emergencia.
- D En la fase de **implementación** y monitoreo, las metas del programa o del HRP están destinadas a entender si se están alcanzando los resultados deseados, lo que permite elaborar informes y que las organizaciones cambien su accionar, de ser necesario.
- E En la fase de **valoración**, el Conjunto de herramientas ofrece percepciones y preguntas de restitución de datos para saber si el programa logró sus metas.

2.2

Riesgos y preocupaciones de protección al usar el Conjunto de herramientas

Todo actor involucrado en actividades con grupos marginados (como las personas refugiadas o afectadas por una crisis) deben asegurarse de no hacer ningún daño. Esto aplica no solo al diseño de programas, sino también a las evaluaciones.

Debido a que cada contexto humanitario es único, todo aquel que se prepare para implementar este Conjunto de herramientas debe estar seguro de antemano de que no habrá problemas relacionados con la protección que afecten el bienestar de las comunidades evaluadas. Es recomendable debatir sobre este tema con colegas expertos en protección en su organización o hablar con especialistas responsables de la zona o la población a la que se planea evaluar (como colegas en el Clúster Global sobre Protección o protección de ACNUR).

the Cluster or UNHCR Protection).

A continuación, exponemos algunos aspectos de protección que pueden estar relacionados con el Conjunto de herramientas, que cubren preocupaciones de protección clave, como el consentimiento informado y guías para la recopilación y protección de datos. Aun así, tenga en cuenta que pueden existir otras consideraciones en función de la comunidad o el contexto en el que se emplee el Conjunto de herramientas.

Lectura recomendada sobre protección:

- > [Protection Mainstreaming Toolkit](#)
- > [Do No Harm](#)
- > [Data Collection in Humanitarian Response Protection](#)
- > [Handbook on data protection in humanitarian action](#)

2.2.1

Consentimiento informado

Es esencial obtener el consentimiento informado genuino de todos los participantes para cada ejercicio de recopilación de datos. El consentimiento informado se basa en estándares éticos y garantiza el respeto de los participantes como agentes autónomos en toda actividad de evaluación.

Hemos incluido como sugerencia una oración introductoria destinada a obtener un consentimiento informado genuino en la mayoría de las herramientas del Conjunto de herramientas. Al desplegar las herramientas, los usuarios deben asegurarse de haber pulido dicha introducción para garantizar que sea adecuada para el contexto y los participantes puedan entenderla fácilmente.

Los usuarios también deben asegurarse de ser completamente honestos sobre el uso que se pretende hacer de los datos recopilados. No hacerlo invalidaría cualquier consentimiento que se haya dado. Es mejor recalcar cualquier uso futuro posible de antemano (como, por ejemplo, incluir los datos en publicaciones de investigación) para garantizar que se obtiene el consentimiento adecuado.

2.2.2

Registro de SIM y regulación Conoce a Tu Cliente (KYC)

Las regulaciones generales para el registro de tarjetas SIM o el cumplimiento de requisitos Conoce a Tu Cliente (KYC) en los servicios financieros varían de un país a otro. Esto implica que los refugiados y otros grupos afectados por crisis no sean capaces de registrarse para obtener servicios móviles o financieros a su propio nombre. Dada esta situación, los usuarios del Conjunto de herramientas deben ser conscientes de no recopilar datos, accidentalmente, que impliquen a los usuarios finales, los Operadores de Redes Móviles (MNO), agentes o comerciantes en prácticas ilícitas. Recomendamos usar este Conjunto de herramientas únicamente en las comunidades que tengan el derecho legal de acceder a los servicios que a usted le interesan. Si no es el caso, aún puede utilizar la guía para la Revisión de Datos Secundarios (SDR), el mapeo de fuerza de la señal y la evaluación del mercado, pero no puede hacer a los usuarios finales preguntas sobre su uso de teléfonos.

Por estas situaciones delicadas, el Conjunto de herramientas no pregunta explícitamente a los usuarios finales acerca de su documentación identificatoria ni acerca de qué documento usaron para registrarse a servicios específicos. No obstante, sí se pregunta “¿A nombre de quién está registrado su principal número telefónico?”, lo que se puede usar indirectamente sin señalar explícitamente una práctica ilícita. En algunos contextos, sin embargo, incluso esa pregunta debe evitarse, y los usuarios del Conjunto de herramientas tendrán que usar su criterio. La serie de informes [Desplazados y Desconectados de ACNUR](#) es un buen punto de partida para comprender la regulación en su contexto.

2.2.3

Condición jurídica del usuario final

Como política general, es mejor no recopilar dato alguno sobre lo que no se necesita, especialmente datos personales. En la práctica, esto implica que solo debería preguntarse sobre la etnia o condición jurídica de un individuo si necesita comparar las respuestas con las de otros grupos. De lo contrario, sugerimos omitir preguntas del estilo.

No haga ninguna pregunta sobre la condición jurídica si las categorías “refugiado” o “indocumentado” podrían indicar la presencia de personas que luego podrían ser blanco de las autoridades u otros agentes.

2.2.4

Seguridad

En el Conjunto de herramientas, encontrará preguntas sobre tener que caminar para lograr objetivos específicos, como captar cobertura de red o cargar la batería del teléfono. Debe considerar cuidadosamente estas preguntas en cada contexto y tener en cuenta si la actividad podría representar un peligro para los entrevistados, como mujeres que deben caminar por zonas oscuras durante la noche, por ejemplo. Recomendamos que consulte con especialistas en protección y luego haga preguntas adicionales para identificar este problema. Algunos ejemplos son: “¿Se siente seguro cuando camina para obtener cobertura de red?” o “¿Se siente seguro cuando camina hacia el lugar donde carga la batería de su teléfono?”

2.2.5

Protección de datos

Cualquier actividad que resulte en producir, almacenar, analizar o compartir datos o información sensible —en particular, la información personalmente identificable (PII)— debe tener como prioridad máxima proteger tales datos. Recuerde lo siguiente:

- Solo se recopilan los datos que sean estrictamente necesarios.
- Nunca se recopilan los datos que puedan ser usados en contra de individuos vulnerables.
- La cantidad de personas con acceso a los datos debe ser la menor posible.
- Todos los datos deben anonimizarse antes de compartirlos.

2.2.6

Menores de edad

El Conjunto de herramientas no está diseñado para usarse para recopilar datos de menores. Si bien muchas preguntas parecen tener sentido para menores y mayores de edad, las consideraciones de protección de datos son mucho más estrictas al trabajar con datos de niños y niñas.

03

**Temas clave
que cubre el
Conjunto de
herramientas**



Para su facilidad de uso, organizamos las herramientas en este Conjunto según el método de recopilación de datos. Sin embargo, varios temas figuran en más de una herramienta, puesto que se investigan mejor con más de un método en paralelo. Por ejemplo, la frecuencia en el uso de SMS se evalúa mejor usando la herramienta cuantitativa de encuesta para usuarios finales, mientras que los propósitos y las razones de uso se investigan usando un debate cualitativo de grupo focal de usuarios finales, y los métodos de uso exactos se pueden observar mejor mediante un ejercicio para usuarios finales.

Recomendamos que revise todas las herramientas del Conjunto antes de elegir cuáles usar en una evaluación. A continuación, describimos algunos de los temas clave que abarcan múltiples herramientas, junto con consideraciones importantes.



3.1 Cobertura de red

Se requiere cobertura de red para acceder a la mayoría de los servicios con tecnología móvil. La información sobre la cobertura de red se puede acceder como datos secundarios o se puede recopilar manualmente en el campo. También se puede obtener una variable indirecta preguntando a las personas acerca de su experiencia de acceso a la cobertura. Los datos desagregados según operadores de redes móviles probablemente serán más útiles para el diseño y el funcionamiento de proyectos, ya que los usuarios del Conjunto de herramientas querrán comprender qué redes móviles están funcionando en el sitio de la intervención. Por lo tanto, las evaluaciones no solo deberían preguntar “¿Hay cobertura de red móvil aquí?”, sino también “¿Qué redes móviles ofrecen cobertura aquí?”.

La GSMA brinda diferentes recursos que mapean la cobertura de red. También existen herramientas de terceros que miden la fuerza de la señal y la calidad del servicio. Algunas de estas herramientas muestran los datos recopilados en un mapa, lo cual efectivamente brinda una plataforma para el mapeo de la cobertura.

Cuando sea posible y adecuado, debata y llegue a un acuerdo sobre sus planes de pruebas de cobertura con MNO asociados y sea cauto al compartir los resultados. Los datos de cobertura pueden considerarse información sensible, en particular en zonas de conflicto, y publicar resultados que no coincidan con información oficial no es la mejor manera de difundir sus hallazgos. Considere utilizar enunciados calificativos sobre la cobertura, como “según los usuarios”, o aclare que no fue posible usar ciertos servicios en un área, en lugar de decir que no había cobertura.

Lectura recomendada sobre cobertura de red:

- > [GSMA Network Coverage Maps](#)
- > [GSMA Mobile Coverage Maps](#)
- > [Opensignal](#)
- > [nPerf](#)
- > [Speedtest by Ookla](#)
- > [Cell audit app](#)
- > [Facebook Data for Good includes Network Coverage Maps](#)

3.2

Registro de SIM y regulación KYC

Como mencionamos anteriormente, por motivos de protección, es importante no recopilar información que podría implicar a los individuos en prácticas ilícitas, como el registro de tarjetas SIM o cuentas de dinero móvil sin tener los documentos de identificación correctos. Cuando sea adecuado recopilar estos datos, quizás sea útil comparar distintas perspectivas. Por ejemplo, las regulaciones en algunos países pueden permitir que los refugiados registren tarjetas SIM de manera legal, pero si la mayor parte de la población no cuenta con los documentos requeridos, se les impide hacerlo. Por

este motivo, es recomendable analizar la cuestión de la legalidad del acceso al servicio desde las perspectivas de:

- 1) los MNO (mediante revisiones de datos secundarios [SDR] o entrevistas si las demás opciones ya se agotaron y los datos son críticos¹);
- 2) los comerciantes (mediante la herramienta de entrevista en profundidad a comerciantes); y
- 3) los mismos usuarios finales (mediante la encuesta y los FGD 0, 1 y 4).

Lectura recomendada sobre el registro de SIM y la regulación KYC:

- > [Displaced and Disconnected](#)
- > [Enabling Access to Mobile Services for the Forcibly Displaced](#)
- > [Proportionate regulation in Uganda: A gateway for refugees accessing mobile services in their own name](#)
- > [ELAN Humanitarian KYC Case Studies](#)

3.3

Acceso a teléfonos móviles y obstáculos al acceso

Existen múltiples tipos de obstáculos en el acceso a los servicios con tecnología móvil.

- Físicos (si el servicio no está disponible en una ubicación determinada).
- Económicos (si el servicio es demasiado costoso).
- Culturales (si el servicio no se usa comúnmente en ciertos grupos).
- Educativos (si el servicio requiere un nivel de alfabetización o alfabetización digital más alto), entre otros.

Estos obstáculos se pueden cuantificar utilizando la herramienta de encuesta para usuarios finales (según grupo demográfico, si eso es útil), pero se comprenderán mejor utilizando herramientas

cuantitativas, como el FGD 1 de usuarios finales y los ejercicios para usuarios finales. Se puede obtener más información (en especial acerca de los obstáculos físicos y económicos) mediante las herramientas de evaluación del mercado, de mapeo de comerciantes y mapeo de fuerza de la señal.

Lectura recomendada sobre estos obstáculos:

- > [GSMA Mobile Connectivity Index: 2020](#)
- > [The humanitarian 'digital divide'](#)
- > [The Digital Lives of Refugees](#)

¹ Los usuarios de las herramientas solo deben contactarse con los MNO si la SDR y otros medios de recopilación de los datos requeridos ya han sido agotados (incluido comunicarse con otras organizaciones que quizás ya recopilen dichos datos)

3.4 Dinero móvil

Para ser considerados como servicios de dinero móvil, los servicios financieros móviles deben cumplir los criterios a continuación, que se incluyen en el [Rastreador de Despliegue de Dinero Móvil](#) de la GSMA:

- Los servicios de dinero móvil implican el uso de un teléfono celular para transferir dinero y enviar y recibir pagos.
- El servicio debe estar disponible para personas no bancarizadas,
- es decir, aquellas que no tengan acceso a una cuenta formal en una institución financiera.
- El servicio debe ofrecer una red de puntos físicos para hacer transacciones (p. ej., agentes, sucursales fuera de bancos y cajeros automáticos) que pongan a amplia disposición el servicio para todos.
- No se incluyen aquí la banca móvil ni los servicios de pagos (como Apple Pay y Google Wallet) que usan el teléfono celular simplemente como otro canal para acceder a productos bancarios tradicionales.

Resulta vital entender cómo se usan los servicios de dinero móvil y la madurez del ecosistema de dinero móvil en un contexto específico al momento de considerarlo un posible mecanismo de distribución de asistencia en dinero y cupones (CVA). Un programa de CVA que use dinero móvil tendrá más probabilidades de ser exitoso si se construye sobre infraestructura y prácticas ya existentes; por eso, el primer paso al planificar tal programa debe ser comprender el contexto de las operaciones desde múltiples puntos de vista. El acceso, el uso y los obstáculos al dinero móvil están incluidos en todas las herramientas y están codificados por color en verde para que se identifiquen más fácilmente. Así, pueden eliminarse cuando no se necesiten o conservarse cuando sean una prioridad para las evaluaciones centradas en el dinero móvil.

El objetivo de este Conjunto de herramientas es ser sucinto y ampliamente aplicable, por lo que no hay preguntas profundas para evaluar el nivel de alfabetización financiera de los encuestados. La pregunta “¿Cuál es el nivel educativo más alto al que ha llegado?” tiene como propósito saber sobre este tema, pero si la alfabetización financiera es prioritaria en la evaluación que desea hacer, considere otras herramientas para obtener datos más precisos.

Las preguntas sobre dinero móvil también pueden hacerse más específicas. Por ejemplo, en la pregunta “¿Para qué utiliza su cuenta de dinero móvil?”, la respuesta “Recibir asistencia en dinero” podría ser reemplazada por respuestas más detalladas, como “Recibir asistencia en dinero de <nombre de una organización humanitaria>”, “Recibir asistencia en dinero de otras organizaciones humanitarias” y “Recibir asistencia en dinero de autoridades locales o nacionales”.

En algunos lugares, puede haber muchos servicios de dinero móvil. Debido a limitaciones de espacio, las preguntas sobre su uso se mencionan una vez en el Conjunto de herramientas, lo cual se combina eficazmente con las respuestas sobre cada sistema por separado. No obstante, si se necesita un nivel de detalle pormenorizado —p. ej., para comparar la popularidad de los sistemas—, cada pregunta se hará de manera separada para cada servicio de dinero móvil. Tenga en cuenta que los componentes del dinero móvil de este Conjunto de herramientas no tienen como propósito ser una herramienta integral para evaluar la adecuación del dinero móvil como un mecanismo de provisión de asistencia. Las preguntas que vayan más allá del alcance del Conjunto de herramientas deben ser respondidas usando otras herramientas de evaluación.

Lectura recomendada sobre dinero móvil:

- > [Cash Delivery Mechanism Assessment Tool](#)
- > [Cash in Emergencies Toolkit](#)
- > [Programme Quality Toolbox](#)
- > [Mobile money enabled cash aid delivery: Essential considerations for humanitarian practitioners](#)
- > [GSMA Mobile Money Metrics](#)
- > [Mobile money assessment and contracting guide and Question Guide: Assessing Your Operator](#)
- > [Seeking Solutions: New Roles For Technology In Cash And Voucher Programs](#)

3.5

Comunicación con comunidades (CWC) y necesidades de información

La comunicación es un tema de interés obvio y motivo frecuente para realizar una evaluación de conectividad. El Conjunto de herramientas no pretende reemplazar las evaluaciones específicas de CWC o necesidades de información, pero puede servir como complemento, ya que brinda información más detallada sobre el uso de teléfonos celulares como canal de comunicación específico.

Puede encontrar referencias explícitas a la comunicación en preguntas sobre el uso de teléfonos en todas las herramientas sobre usuarios finales. Brindan información detallada sobre el canal, el propósito y la frecuencia exactos.

3.6

Alfabetización y alfabetización digital

La alfabetización y la alfabetización digital están intrínsecamente vinculadas a cómo se usa o se deja de usar la tecnología móvil. Si las poblaciones objetivo muestran una falta generalizada de las habilidades requeridas para usar una tecnología específica, esto puede significar que los programas humanitarios que quieran usar tecnologías móviles desconocidas no serán exitosos. Por ejemplo, si poca gente conoce los servicios de dinero móvil y no se les brinda la capacitación digital necesaria, la efectividad de dichos servicios como mecanismo para brindar asistencia y beneficios de inclusión financiera a largo plazo será limitada.

El Conjunto de herramientas aborda este tema de múltiples maneras.

- El cuestionario para usuarios finales cuenta con secciones específicas sobre alfabetización y alfabetización digital. La primera hace preguntas sobre los idiomas que se conocen y la capacidad de escritura, mientras que la segunda aborda las habilidades y conocimientos específicos relacionados con el uso del teléfono celular. Estas preguntas son críticas si el usuario del Conjunto de herramientas quiere, por ejemplo, desagregar el uso telefónico de la población objetivo según su capacidad de escritura.
- La carencia de estas habilidades (es decir, “No sé usar un teléfono celular/la internet por mí mismo”) es una de las respuestas a las preguntas

Lectura recomendada sobre CWC y necesidades de información:

- > [CDAC A Quick and Easy Guide for Those Working in Humanitarian Response and Common Needs Assessment Tools](#)
- > [Information and Communication Needs Assessment Tool](#)
- > [Why Information Matters](#)
- > [Signpost](#)
- > [Finding a Voice Through Humanitarian Technologies? Communication Technologies and Participation in Disaster Recovery](#)
- > [Regional Information And Communication Needs Assessment](#)
- > [Study on Sources and Circulation of Information in North-Kivu, DRC](#)

sobre los obstáculos al uso de teléfonos y la internet.

- La herramienta de Ejercicios propone que el usuario del Conjunto de herramientas realice sesiones prácticas para poder saber exactamente en qué punto los usuarios finales no saben cómo completar ciertas actividades con sus teléfonos.

El tema se complejiza en lugares donde se hablan múltiples idiomas. En algunos casos, puede ser útil preguntar qué idiomas conoce el individuo, tanto en el habla como la escritura. En contextos en que la totalidad de la población evaluada hable un único idioma, no son necesarias las preguntas “¿Cuál es el principal idioma que se habla en su hogar?” y “¿Qué otros idiomas habla?”.

Lectura recomendada sobre alfabetización y alfabetización digital:

- > [Mobile Internet Skills Training Toolkit](#)
- > [How to Design a Mobile Internet Skills Training Toolkit](#)
- > [Applied Digital Skills: Teach & Learn Practical Digital Skills](#)
- > [Toolkit | Education Cluster](#)

04

**Preparación
para el uso del
Conjunto de
herramientas**



El Conjunto de herramientas está diseñado para ser modular y adaptable. Todas sus herramientas se pueden usar en su totalidad o se puede elegir desplegar unas y omitir otras. También se pueden quitar algunas preguntas específicas del Conjunto de herramientas y agregarlas a otra evaluación para complementarla. Si bien debería ser posible usar algunas preguntas sin modificarlas en ninguna situación de crisis, otras —particularmente aquellas que hacen referencia a servicios específicos— tendrán que ajustarse a determinados contextos. Por ejemplo, puede que los usuarios necesiten incluir sitios web o aplicaciones de redes sociales locales relevantes en las preguntas de la encuesta para usuarios finales: “¿Actualmente tiene un teléfono y usa internet móvil (redes sociales, aplicaciones y sitios web, como WhatsApp, Facebook, etc.)?”.

El Conjunto de herramientas se puede desplegar con diferentes propósitos y en distintos casos, y debería ser posible adaptarlo a casi cualquier contexto. A continuación, exponemos los ejemplos más probables.

4.1

Revisión de datos secundarios e información contextual

Antes de comenzar una evaluación, es importante establecer si existen evaluaciones previas similares acerca del área de interés. A fin de evitar la “fatiga de evaluación” en las comunidades afectadas, deberían utilizarse las evaluaciones existentes tanto como sea posible. Solo deberían recopilarse más datos si hacerlo aportara evidencia nueva e importante.

Evaluaciones existentes

A continuación, ofrecemos una lista de repositorios donde podrá encontrar evaluaciones que ya se han llevado a cabo. Es importante también comunicarse con colegas y colaboradores locales que puedan tener conocimiento de otros recursos.

- > [BBC Media Action](#)
- > [CDAC Network](#)
- > [CaLP](#)
- > [ETC](#)
- > [Humanitarian Data Exchange](#)
- > [Humanitarian Response](#)
- > [Internews](#)
- > [Red Cross Cash Hub](#)
- > [Relief Web](#)

La información preliminar sobre el uso y el acceso a teléfonos y conectividad se puede obtener antes de llevar a cabo operaciones de recopilación de datos de campo. Es recomendable empezar revisando la regulación en materia de registro de SIM, recabar información sobre servicios de operadores de redes móviles (incluso las implicancias de sus costos) y acercarse a otras agencias humanitarias. Si una SDR no brinda la información crítica requerida de los MNO, primero debería coordinar con otros actores en su contexto para saber si ellos ya han respondido preguntas clave. Si quedan preguntas pendientes, debe acercarse a MNO locales de manera conjunta para evitar duplicar los esfuerzos. Algunas de las preguntas que deberían considerarse son las siguientes:

Acceso legal

- ¿Qué documentos necesita un cliente para registrar una tarjeta SIM?
- ¿Estos requisitos son un obstáculo para las poblaciones afectadas por crisis?
- ¿Qué documentos necesita un cliente para abrir una cuenta de dinero móvil (requisitos de Conoce a Tu Cliente [KYC])?
- ¿Estos requisitos son un obstáculo para las poblaciones afectadas por crisis?

El trabajo de los MNO con productos y servicios específicos para las poblaciones afectadas por crisis

- ¿Los MNO locales han implementado proyectos con/para las agencias humanitarias anteriormente?
- Si la respuesta es afirmativa, ¿cuáles fueron esos proyectos?
- ¿Los MNO ofrecen productos o servicios específicos para las poblaciones afectadas por crisis (p. ej., paquetes de SMS)?
- Si la respuesta es afirmativa, ¿en qué se diferencian de los demás productos y servicios de un MNO? ¿Cuán exitosos o populares son?

Información que un MNO podría compartir con propósitos humanitarios

- Cobertura de red y cobertura de agentes de dinero móvil: cantidad, densidad, ubicación de los agentes, servicios que ofrecen.
- ¿Los MNO se opondrían a recopilar datos en el campo a partir de representantes de redes, agentes de dinero móvil, comerciantes que venden teléfonos y tarjetas SIM, etc.?

Lectura recomendada sobre SDR e información contextual

- > [Displaced and Disconnected](#)
- > [GSMA Mobile Money Deployment Tracker](#)
- > [Secondary Data Review](#)
- > [Language Data Infographic](#)
- > [Access to Mobile Services and Proof of Identity](#), las páginas 22-27 contienen información a nivel país
- > [Mobile Money Regulatory Index](#)



4.2

Contextualización de las herramientas

Algunas preguntas serán más relevantes en determinados contextos. Por ejemplo, las preguntas sobre la necesidad de caminar para cargar las baterías de los teléfonos pueden ser más adecuadas para un campo de refugiados en África del Este que en un entorno urbano de Oriente Medio, donde pueden ser más relevantes preguntas sobre apagones de los servicios de electricidad. También hay varias herramientas y preguntas relacionadas con el dinero móvil, servicio que no está disponible en todos los mercados.

Puede que otras preguntas sean adecuadas para todos los contextos, pero se entiendan mejor si se efectuaran cambios en la formulación para determinados contextos, utilizando frases localizadas o ejemplos con nombres de servicios locales. La redacción que probablemente deba ser ajustada aparece entre paréntesis angulares (“<” y “>”). Por ejemplo, si se trabaja con Irak, reemplace “<moneda local>” por “dinares iraquíes”.

Algunas modificaciones también pueden ser necesarias y no estar señaladas en las herramientas. Por ejemplo, puede que necesite una pregunta específica sobre qué fuente de electricidad se utiliza para cargar la batería de los teléfonos, o quizás deba agregar más opciones de respuestas para la pregunta “¿Cuál es su género?”.

En general, si bien las preguntas se diseñaron con atención para que se apliquen a diferentes escenarios, las realidades locales siempre deben ser la prioridad para garantizar que la evaluación sea relevante. Sugerimos dos enfoques principales para contextualizar las herramientas antes de la recopilación de datos primaria: llevar a cabo una Revisión de datos secundarios (SDR) para recabar información útil de fuentes existentes y llevar a cabo Debates de grupos focales cero (FGD 0) para reunir información valiosa de los propios usuarios finales.

4.3

Debate de grupos focales cero (FGD 0)

Un FGD 0 se compone de preguntas generales destinadas a obtener un mejor y más elevado entendimiento de cuáles son los servicios que utilizan los usuarios finales para así adaptar correctamente las herramientas. Su propósito principal no es generar datos finales, sino brindar contexto desde la perspectiva de los usuarios finales.

Por ejemplo, a un usuario final con acceso a internet móvil, el FGD 0 le pregunta “¿Qué mensajería instantánea es la más popular?” porque algunas aplicaciones (como WhatsApp) son populares en todo el mundo, mientras que otras

(como Viber) son más comunes en contextos determinados.

En función de las respuestas a esta pregunta, usted debería reemplazar “<Mensajería instantánea utilizada localmente>” en la encuesta para usuarios finales por “WhatsApp y Viber” o solo “WhatsApp”.

Además de las redes y servicios de dinero móvil utilizados <aquí>, también hay preguntas sobre los servicios utilizados en la zona a la que llegan las personas desplazadas, las cuales preguntan si querrán seguir utilizando sus tarjetas SIM extranjeras, enviar dinero móvil a su país, y demás.

4.4

Traducciones

Todas las herramientas que involucren a los encuestados deben ser traducidas a los idiomas de los usuarios finales y los usuarios del Conjunto de herramientas. Esta tarea puede ser compleja en ciertos contextos donde se hablan muchos idiomas.

Se debe garantizar que las propias herramientas de recopilación de datos estén traducidas, y que se brinden listas de respuestas completas para preguntas como “¿Cuál es el idioma principal que habla en su hogar?” y “¿Qué otros idiomas sabe hablar?”.

La presente versión beta del Conjunto de herramientas incluye una versión en árabe desarrollada en el Líbano, y se pondrá a disposición una traducción inicial al francés a principios de 2021 (aunque no contará con pruebas de campo previas).

4.5

Escenarios de despliegue

Los escenarios en los que el Conjunto de herramientas puede usarse varían según el contexto, la ubicación y el propósito. Al localizar las herramientas, tenga siempre en cuenta su principal objetivo en la recopilación de datos.

A continuación, describimos algunos escenarios en los que una agencia humanitaria podría llevar a cabo evaluaciones relacionadas con teléfonos celulares, junto con los temas de investigación principales. La Tabla 1 sugiere

los componentes del Conjunto de herramientas más adecuados para temas de investigación específicos (aunque los usuarios deben utilizar su propio criterio al seleccionar las herramientas).

– **Evaluación amplia:** los temas de investigación incluyen un entendimiento básico del mapeo de cobertura de red y las mediciones de fuerza de la señal de la red; uso y acceso a teléfonos celulares; obstáculos al acceso a servicios con tecnología móvil y teléfonos celulares; uso de teléfonos celulares y servicios con tecnología móvil, alfabetización y alfabetización digital y la capacidad para usar servicios con tecnología móvil, evaluaciones de riesgo en el uso de internet y teléfonos celulares.

– Una versión más concisa podría usarse en una emergencia para realizar una evaluación rápida de **la conectividad de la red y el acceso a servicios** —este caso es el de la última fila en la Tabla de más abajo.




– **Asistencia en dinero y cupones (CVA):** los temas de investigación incluyen el uso de servicios de dinero móvil, la disponibilidad de servicios de dinero móvil en el mercado, acceso más amplio a teléfonos celulares y servicios móviles, alfabetización, uso de teléfonos celulares para hacer negocios y ganarse la vida.

– **Comunicación:** los temas de investigación incluyen acceso a servicios y teléfonos móviles, uso de teléfonos celulares para comunicarse con las poblaciones afectadas, alfabetización y alfabetización digital y capacidad para utilizar servicios.









– **Servicios y productos habilitados por la tecnología móvil:** los temas de investigación incluyen el uso de servicios como el dinero móvil o productos energéticos habilitados por la tecnología móvil. También puede utilizarse para evaluar la disponibilidad de dichos servicios en el mercado.






Tabla 1

Temas de investigación principales: herramientas y secciones sugeridas

Tema de investigación	Herramientas y secciones sugeridas	Guía
Entendimiento básico del panorama de telefonía móvil	 Usuarios finales - FGD – FGD 0  Evaluación del mercado – Servicios disponibles, opciones de conectividad – Disponibilidad de teléfonos celulares y otros productos relacionados	Use estas herramientas como punto de partida para el despliegue del Conjunto.
Mapeo de cobertura y medición de fuerza de la señal	 Mapeo de fuerza de la señal	Brinda métricas georreferenciadas sobre la calidad de la cobertura. Se puede llevar a cabo en múltiples ubicaciones para crear un mapa de cobertura.

Los temas de investigación específicos que figuran a continuación deben formarse tras obtener información contextual mediante SDR, FGD 0, y (si corresponde) evaluaciones de mercado y mapeos de la fuerza de la señal.

Tema de investigación	Herramientas y secciones sugeridas	Guía
Acceso a servicios con tecnología móvil y teléfonos celulares (por grupo demográfico)	 Usuarios finales - Encuesta <ul style="list-style-type: none"> - Demografía y condición de discapacidad - Teléfonos, SIM, acceso a cobertura  Usuarios finales - FGD <ul style="list-style-type: none"> - FGD 1  Comerciantes - Encuesta <ul style="list-style-type: none"> - Información básica - Documentación 	<p>Es parte central del Conjunto de herramientas. Evalúa la penetración de teléfonos celulares y otros aspectos del acceso a la tecnología. Ayuda a entender qué grupos pueden estar desfavorecidos o desprovistos de servicios al cuantificar las brechas de género o discapacidad en relación con la tecnología móvil, por ejemplo.</p>
Obstáculos de acceso a servicios con tecnología móvil y teléfonos celulares (por grupo demográfico)	 Usuarios finales - Encuesta <ul style="list-style-type: none"> - Demografía y condición de discapacidad - Teléfonos, SIM, acceso a cobertura - Obstáculos al uso de teléfonos celulares  Usuarios finales - FGD <ul style="list-style-type: none"> - FGD 1  Usuarios finales - Ejercicios y mapeo participativo  Comerciantes - Entrevista en profundidad	<p>Es parte central del Conjunto de herramientas. Evalúa diferentes obstáculos a la tecnología de telefonía móvil. Ayuda a identificar posibles problemas al planificar una intervención. Ayuda a entender dónde ciertos grupos se enfrentan a obstáculos únicos o potenciados respecto al acceso a servicios móviles.</p>
Acceso y uso de teléfonos celulares (por grupo demográfico)	 Usuarios finales - Encuesta <ul style="list-style-type: none"> - Demografía y condición de discapacidad - Uso de teléfonos  Usuarios finales - FGD <ul style="list-style-type: none"> - FGD 1 	<p>Es parte central del Conjunto de herramientas. Evalúa las maneras reales en las que se utiliza la tecnología. Ayuda a identificar brechas de uso dentro de grupos determinados.</p>
Alfabetización y alfabetización digital, capacidad para usar servicios con tecnología móvil (por grupo demográfico)	 Usuarios finales - Encuesta <ul style="list-style-type: none"> - Demografía y condición de discapacidad - Alfabetización - Alfabetización digital  Usuarios finales - FGD <ul style="list-style-type: none"> - FGD 1, en particular las preguntas de resolución de problemas  Usuarios finales - Ejercicios	<p>Ayuda a entender los niveles de alfabetización funcional y alfabetización digital para saber si ciertos productos de tecnología móvil o intervenciones serían adecuados. Ayuda a identificar si ciertos grupos podrían quedar excluidos accidentalmente.</p>

Tema de investigación	Herramientas y secciones sugeridas	Guía
Uso de teléfonos celulares para hacer negocios y ganarse la vida	 Usuarios finales - FGD - FGD 2	Evalúa el papel que cumplen los teléfonos celulares en las actividades económicas y de sustento de las poblaciones afectadas.
Teléfonos celulares para la Comunicación con comunidades (CWC)	 Usuarios finales - FGD - FGD 1 - FGD 3  Usuarios finales - Ejercicios	Ayuda a entender las prácticas relacionadas con el intercambio de información mediante la tecnología móvil.
Uso de servicios de dinero móvil (por grupo demográfico)	 Usuarios finales - Encuesta - Demografía y condición de discapacidad - Alfabetización - Alfabetización digital - Dinero móvil  Usuarios finales - FGD FGD 4	Mide hasta qué punto los servicios de dinero móvil están presentes y son usados por las poblaciones afectadas, y cuáles son los desafíos desde la perspectiva de los beneficiarios.
Disponibilidad de servicios de dinero móvil en el mercado	 Usuarios finales - FGD - FGD 4  Comerciantes - Encuesta Comerciantes - Entrevista en profundidad  Comerciantes - Mapeo  Evaluación del mercado - Dinero móvil	Mapea la red de agentes de dinero móvil y la capacidad del mercado. Ayuda a los usuarios del Conjunto de herramientas a comprender las capacidades de los agentes de dinero móvil para gestionar una mayor cantidad de transacciones si se selecciona el dinero móvil como mecanismo de pago en programas de CVA.
Evaluaciones de riesgo en el uso de internet y teléfonos celulares	 Usuarios finales - Encuesta - Privacidad y seguridad  Usuarios finales - FGD - FGD 1	Mide el nivel de consciencia de los riesgos a la privacidad y la seguridad asociados con el uso de teléfonos celulares.
Evaluación rápida de la conectividad de la red y el acceso de la población a servicios durante emergencias	 Mapeo de fuerza de la señal  Usuarios finales - Encuesta - Demografía y condición de discapacidad - Teléfonos, SIM, acceso a cobertura - Obstáculos al uso de teléfonos celulares  Usuarios finales - Encuesta - FGD 1	No está destinada específicamente a contextos volátiles/de emergencia, pero las mismas herramientas (recortadas para usarlas más rápidamente) se pueden utilizar en crisis que se desarrollen rápidamente.

4.6

Preparación del Conjunto de herramientas: caso hipotético

La “Agencia X” desea saber si el dinero móvil es un canal adecuado para ofrecer asistencia en dinero en un campo de refugiados, y decide investigar temas de investigación como acceso a servicios y teléfonos móviles, alfabetización y alfabetización digital, uso de dinero móvil, y disponibilidad de servicios de dinero móvil en el mercado.

Contando con conocimiento contextual básico, como estadísticas demográficas de la población del campo, la Agencia X podría comenzar llevando a cabo una revisión documental para saber cuáles son los proveedores de servicios y los servicios disponibles para los usuarios finales. Además, podría intentar identificar cuáles son las regulaciones locales en materia de registro de SIM y Conoce a Tu Cliente (KYC) para el registro de cuentas de dinero móvil para los posibles beneficiarios del dinero de asistencia. Esto se podría lograr preguntando a la administración del campo cuáles son los proveedores de servicios que operan en el campo (incluyendo MNO y demás). La administración del campo (o los MNO, cuando corresponda) podrían también compartir información sobre los productos y servicios con tecnología móvil implementados anteriormente y lo que se aprendió de dichas implementaciones. Luego, debería llevarse a cabo una revisión de los productos y servicios disponibles, incluyendo los costos de SMS, voz, paquetes de internet, y transacciones de dinero móvil. Un FGD 0 ofrecería un panorama completo, ya que los mismos refugiados informarían qué servicios tienen a su disposición.

Teniendo esta información contextual, se pueden localizar los elementos restantes del Conjunto de herramientas. Se seleccionan, se traducen al idioma local y se adapta el texto en <paréntesis angulares> para usar nombres de servicios específicos en herramientas como la encuesta para usuarios finales con sección de dinero móvil, los FGD 1 y 4 para usuarios finales, la encuesta para comerciantes, la entrevista en profundidad, las herramientas de mapeo y las de evaluación del mercado.

4.7

ODK/Kobo Toolbox

Se les da formato a las herramientas de encuestas mediante la [Kobo Toolbox](#) basada en [ODK](#) (aunque se podría codificar preguntas usando otro software, de ser necesario). Queda fuera del alcance de este documento la descripción de Kobo y la explicación de su uso, pero puede encontrar la documentación e instrucciones completas en línea. Para comenzar, algunos recursos útiles son la [configuración de KoboCollect](#) y la [descarga de datos](#) del servidor. [xlsform](#) se puede utilizar para

editar las herramientas y adaptarlas a un contexto en particular. También está disponible un [curso de capacitación sobre KoBo Toolbox](#).

Puede encontrar más información (p. ej., [traducciones](#) de los materiales de capacitación) en [Soporte de Kobo](#). También puede descargar el [manual completo, que contiene](#) una descripción exhaustiva de todas las herramientas básicas y muchas herramientas adicionales del ecosistema de ODK, en formato PDF, [aquí](#).

05

**Análisis y
elaboración
de informes**



Debido a que el Conjunto de herramientas es modular y adaptable, es probable que cada evaluación sea única en términos de tamaño, contenido, perfil del encuestado y actividades deseadas en base a los hallazgos. Esto significa que no existe solo una manera de analizar los datos de las evaluaciones o elaborar informes u otros documentos para consumo público o interno. El presente capítulo brinda una guía de alto nivel que los usuarios del Conjunto de herramientas podrían considerar al momento de abordar los análisis y la divulgación de los resultados de sus evaluaciones. La guía no es exhaustiva y supone que los usuarios ya están familiarizados con los aspectos básicos de análisis de datos y redacción de informes.

5.1 Limpieza y procesamiento de datos

En cada evaluación, los usuarios del Conjunto de herramientas deberán limpiar y procesar los datos que lleguen del campo. Dicho proceso funciona como un ejercicio de garantía de calidad, a la vez que simplifica la elaboración de análisis e informes. En el sitio web de REACH ², se puede encontrar una guía sobre cómo sería esta etapa.

A esta altura, los usuarios del Conjunto de herramientas deben dar un formato a los datos de manera que puedan usar software y enfoques que

les sean conocidos. Históricamente, los análisis de datos de CoNUA se han realizado utilizando Excel, R, SPSS, MaxQDA y Dovetail, entre otros.

Es posible que sea necesario ponderar los datos cuantitativos para garantizar que sean representativos de los grupos incluidos en el estudio y permitir que se lleven a cabo análisis comparativos entre grupos que puedan haber sido tomados como muestras independientes.

5.2 Análisis de datos

Según la amplitud de la evaluación, probablemente el análisis de los datos sea más simple cuando esté estructurado en torno a las preguntas o los temas de la investigación asociados a los objetivos generales de la actividad. Por ejemplo, las evaluaciones relacionadas con el dinero móvil podrían estructurar el análisis en torno al acceso a dispositivos de mano, el uso de servicios financieros y los niveles de alfabetización financiera, respectivamente.

Así, el análisis podría abordar las necesidades de evidencia y nutrirse de las distintas herramientas de recopilación de datos e, idealmente, a través de una combinación de datos cuantitativos y

cuantitativos, triangular y validar los hallazgos para llegar a conclusiones seguras. Esta triangulación se puede llevar a cabo mediante la combinación de los datos recopilados en encuestas para usuarios finales, debates de grupos focales y entrevistas a informantes clave, formando un panorama más completo de un hallazgo específico.

Otro enfoque que se puede tomar es primero analizar los datos de la herramienta principal, que probablemente será la encuesta para usuarios finales, si es que está en uso. Luego, los datos de otras herramientas se pueden utilizar para investigar y respaldar hallazgos interesantes o inesperados.

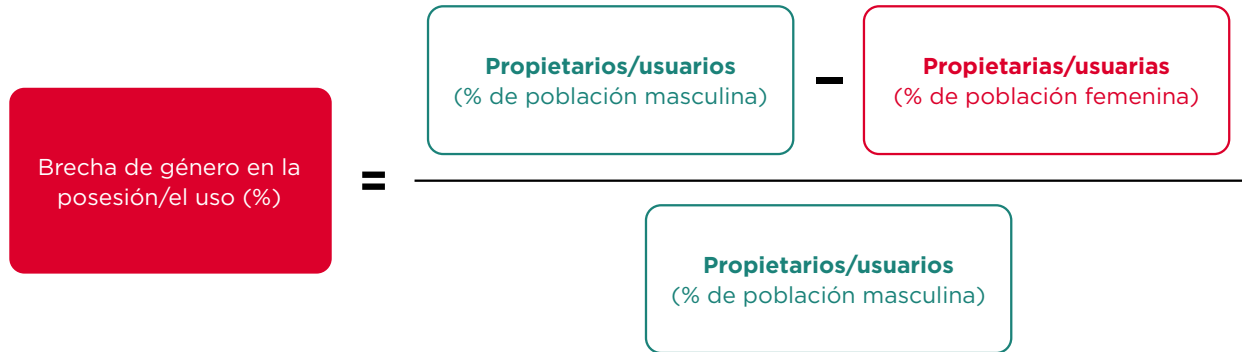
² Impact Initiative (2020) [Data Cleaning Guidelines for Structured Data](#). Ginebra.

5.2.1

Análisis de diferencias intergrupales

Al usar datos cuantitativos representativos para conocer las diferencias entre distintos grupos demográficos, como género, edad o discapacidad, se recomienda brindar una diferencia proporcional en lugar de una diferencia bruta. Esto permite producir cifras de “brechas”, como la “brecha digital de género”, un análisis común realizado al investigar problemas relacionados con la inclusión digital o financiera³.

La figura a continuación muestra cómo calcular la brecha digital de género en cuanto a la posesión. Dicho análisis puede repetirse en cualquier variable o aspecto demográfico de interés. Tanto el indicador como el aspecto demográfico deben ser binarios para que el análisis funcione.



Ejemplo:

Obstáculos en el acceso a teléfonos en Sudán

La GSMA se asoció con el NRC de Sudán para realizar una evaluación del acceso digital y sus obstáculos para las comunidades desplazadas en Sudán⁴. Un elemento clave de esta evaluación fue el análisis del acceso a teléfonos por parte de los refugiados y las comunidades que los albergaban en el estado de Nilo Blanco, incluidos los obstáculos a los que se enfrentan.

Al observar los problemas específicos que enfrentan las mujeres, en el análisis se pudo triangular información de los datos de la encuesta para usuarios finales con información que compartieron los encuestados en grupos focales. La conclusión fue la siguiente:

“Las mujeres refugiadas tienen un 18 por ciento menos de probabilidades de tener su propio teléfono celular que los hombres, y un 70 por ciento menos de probabilidades de poseer un teléfono inteligente. Los participantes del grupo focal indicaron que esto podría ser el resultado de que las mujeres se enfrentan a mayores desafíos para poder costear un dispositivo de mano y que las dinámicas de los grupos familiares, como la negación de los esposos o parejas, puede actuar como elemento disuasivo”.

³ Shanahan, M (2022) *The Mobile Gender Gap Report 2022*. GSMA. Londres.

⁴ GSMA y NRC (2022) *Digital Access and Barriers in Displacement-affected Communities in Sudan*. Londres.

Ejemplo:

Habilidades digitales en Uganda

En 2022, U-Learn⁵ combinó datos recopilados mediante la herramienta de encuesta para usuarios finales con un análisis de la capacidad de los encuestados basado en la herramienta de ejercicios para usuarios finales, a fin de conocer el nivel de alfabetización digital de los refugiados en los distintos campos ubicados a lo largo y ancho de Uganda. Se usaron los datos de los ejercicios para triangular los datos autoinformados de la encuesta, lo que ayudó a concluir lo siguiente:

“Se informa que las tareas que requieren no solo conocimientos básicos de lectoescritura y matemáticas sino también habilidades digitales complejas (p. ej., la capacidad de usar un teléfono con internet) están por encima del nivel de habilidades de la mayoría de los encuestados. [...] Los encuestados piensan que una capacitación de alfabetización básica y digital dará como resultado una mayor demanda de servicios financieros digitales y podría escalar mediante prácticas culturales comunes de intercambio de conocimientos entre las comunidades”.

Si bien la herramienta de ejercicios para usuarios finales está diseñada para análisis cualitativos, el equipo de U-Learn tomó un enfoque cuantitativo para poder interpretarla, usando tablas dinámicas de Excel, desagregadas por género y edad, para identificar la proporción de usuarios finales capaces de enviar un correo electrónico de manera independiente o semiindependiente. Sin embargo, el equipo reconoció que la muestra en estos ejercicios no es representativa; por lo tanto, las cifras son meramente orientativas.

Género	Capaz con soporte	Totalmente capaz	Internet no disponible	Incapaz	Suma total
Mujeres	15,38%	15,38%	0,00%	69,23%	100,00%
Hombres	11,11%	22,22%	3,70%	62,96%	100,00%
Suma total	13,21%	18,87%	1,89%	66,04%	100,00%

5.3

Formatos de los resultados y audiencias

Al igual que en todas las investigaciones y evaluaciones, será importante tener en cuenta el tipo de resultados que se quiere producir, incluidos los tipos de visualización de datos que ayudarán a los lectores a interpretar el análisis. Si bien alentamos la publicación de los hallazgos de evaluaciones siempre que sea posible, incluso si los datos de la evaluación solo serán usados de manera interna en su organización, será importante tener esto en cuenta.

Otro aspecto importante por considerar es la audiencia de su evaluación, así como la influencia

que pretende tener. Si bien un informe completo permitirá que las partes interesadas accedan a la información específica que precisan, usted deberá considerar publicar un resumen o una ficha informativa para los tomadores de decisiones o personas influyentes.

Si necesita inspiración sobre cómo presentar y compartir los hallazgos de su evaluación, en www.gsma.com/mobilefordevelopment/conua podrá encontrar distintos enlaces a informes y fichas informativas con datos de CoNUA.

⁵ U-Learn (2022) *Financial Services in the Uganda Refugee Response – An Assessment of User Perspectives*. Kampala.

06

Guía para el uso de herramientas específicas

Cada una de las herramientas del Conjunto cuenta con una guía específica para su uso. Cada guía se puede ver en la sección siguiente y en los archivos básicos del Toolkit.zip. La presente guía se explaya sobre la información en la guía general y ofrece detalles relevantes para cada método de recopilación de datos. Incluye pasos prácticos sobre cómo desplegar cada etapa de recopilación de datos. No está vinculada al contenido temático de las herramientas (lo cual está cubierto en la guía general y el informe general).

6.1



Herramienta 1

Guía para la encuesta para usuarios finales

La encuesta está diseñada para realizarse a nivel individual (en lugar de con grupos familiares) y debería completarse en persona. Si bien es posible recopilar datos por teléfono, hacerlo implica la inevitable incorporación del sesgo de muestreo, ya que la herramienta trata sobre el acceso y uso de teléfonos. Si se recopilan datos por teléfono, debe considerarse detenidamente las implicancias que esto tendrá en los resultados (p. ej., que sea casi imposible establecer la proporción de encuestados que no usa teléfono).

La introducción de la encuesta y la pregunta sobre el consentimiento informado deben estar adaptadas e incluir el nombre de su organización y el propósito de la recopilación de los datos. Debe asegurarse de que la descripción sea precisa y fácil de entender para que pueda obtener un consentimiento informado genuino por parte de los encuestados.

Para las preguntas con múltiples respuestas, las opciones de respuesta no deberían ser indicadas o señaladas, a menos que se indique lo contrario. Los encuestadores deben tomar las respuestas de los encuestados y elegir la que le corresponda en la lista de selección. Si el encuestado pide opciones de respuesta, deben leerse en voz alta todas las opciones antes de registrar una respuesta.

La encuesta evita hacer preguntas cualitativas a como dé lugar, ya que los FGD son métodos más adecuados para recopilar datos de ese tipo. Se presentan unas pocas preguntas de respuesta abierta, pero la mayoría son preguntas cerradas.

Es importante recordar que incluso las encuestas más sólidas no siempre recogen las preocupaciones de todos los individuos de la comunidad, sino que generan promedios. Considere usar enfoques cualitativos (como la herramienta de FGD) para capturar detalles sobre grupos específicos, especialmente si representan un pequeño subgrupo de una comunidad más grande que se está evaluando.

Según cómo se administre el cuestionario (sistema de recopilación de datos basado en ODK/Kobo o cuestionario en soporte papel), se recomienda comunicar claramente cuáles son las preguntas de una sola respuesta y cuáles admiten muchas. En la versión ODK/Kobo del formulario, la diferencia radica entre los botones de opción y las cajas de verificación visibles para el encuestador, pero cuando el cuestionario se realice mediante otros canales, esta distinción puede no resultar obvia.

Despliegue rápido de la encuesta mediante Kobo Toolbox

1. Confirme que su evaluación se llevará a cabo en un idioma que ya esté disponible. De lo contrario, traduzca el contenido al idioma deseado y haga pruebas de comprensión.
2. Edite “1.1 - Herramienta 1 - Encuesta para usuarios finales” en el archivo Excel de encuestas e incluya solamente las preguntas que haya seleccionado y luego personalice todas las celdas con <paréntesis angulares> para brindar contexto.

Por ejemplo: Si lleva a cabo una evaluación en Uganda para la Agencia X, cambie la celda G2 en la hoja de cálculo de la encuesta para pasar de

“Trabajo para <nombre de la organización>. Estoy llevando a cabo una encuesta para saber cómo se usan los teléfonos celulares en <lugar o nombre del área> para poder...”

a

“Trabajo para la Agencia X. Estoy llevando a cabo una encuesta para saber cómo se usan los teléfonos celulares en Uganda para poder...”

Si lleva a cabo una evaluación en Níger, reemplace la línea 56 en las opciones de la hoja de cálculo que dice

“<lista adaptada localmente: incluya redes de países vecinos y redes de los países de origen de los refugiados>”

con cuatro líneas que digan

Sahelcom” “Zamani” “Airtel” “Moov”

3. Ingrese a <https://kobo.humanitarianresponse.info/> e inicie sesión.

Consejo: Puede usar una dirección de correo electrónico .org para crear una cuenta si no tiene una aún.

4. Haga clic en “Crear nuevo proyecto” y seleccione “Cargar un formulario XLS”.
5. ¡Su herramienta de recopilación de datos está lista!

6.1.1 Formato de la encuesta

La encuesta está disponible en forma de:

- a) Banco de preguntas conformado por todas las preguntas desarrolladas para la encuesta, donde tanto las preguntas como las opciones de respuesta están en la misma página para su facilidad de uso. La columna de prioridades indica las preguntas que probablemente sean más esenciales y la columna de comentarios indica las relaciones lógicas entre las preguntas.
- b) Una encuesta xlsform basada en el banco de preguntas, compuesta de preguntas prioritarias “básicas” y “recomendadas”, omitiendo las preguntas “opcionales”. Está diseñada para ser exhaustiva e independiente, pero solo cuenta con una mínima cantidad de metadatos e información contextual.

Uso de preguntas a nivel individual en cuestionarios para grupos familiares:

Muchas evaluaciones humanitarias recurren a cuestionarios destinados a grupos familiares. En

cambio, la encuesta para usuarios finales hace preguntas a nivel individual. Por ejemplo, la pregunta “¿Qué tipo de teléfono tiene usted?” no aplica a un grupo familiar, sino a sus miembros por separado. Si desea usar algunas de las preguntas de la encuesta para usuarios finales en un cuestionario para grupos familiares, asegúrese de hacer una de las siguientes acciones:

- a) Cambiar la formulación y el sentido de la pregunta para que aplique para todo el grupo familiar, por ejemplo: “¿Qué tipo de teléfonos tiene cada uno de los miembros de su grupo familiar?”
- b) Usar las preguntas refiriéndose clara e individualmente a cada miembro del grupo familiar: esto es posible cuando la encuesta pregunta detalles como la edad o el nivel educativo de cada miembro por separado.
- c) Solo hacer preguntas al encuestado o jefe del grupo familiar. Este enfoque conlleva el riesgo de recopilar información incompleta y no es ideal (p. ej., un miembro joven del grupo familiar tiene un teléfono inteligente pero el jefe de familia no).

6.1.2

Metodología de muestreo

La metodología de recopilación de datos es un tema complejo en sí mismo y está fuera del alcance de la presente guía. A continuación, ofrecemos simplemente una breve descripción.

Es importante escoger el tamaño de muestra correcto para garantizar su representatividad. Este aspecto es necesario para que los hallazgos de la evaluación basada en muestras puedan generalizarse a toda la población de la cual se realizó el muestreo. En resumen, su muestra puede considerarse representativa con alta precisión si entrevista 384 individuos seleccionados al azar. Si no se necesita una calidad de datos de grado de investigación, a menudo 96 entrevistas serán suficientes. Estos tamaños de muestras se calculan

suponiendo tamaños poblacionales desconocidos (o muy grandes) y, por lo tanto, se pueden usar en la mayoría de los contextos,

como regla general. Si no se conoce el tamaño de la población, puede calcular la muestra mínima requerida de manera precisa usando una calculadora de tamaño de muestra. Los parámetros recomendados cuentan con un 95% de nivel de confianza y un 5% de margen de error (para datos de alta calidad) o un 10% de margen de error (para datos que, de alguna manera, tienen menor calidad, pero a menudo serán suficientes, y requieren muchas menos entrevistas).

Se recomienda fuertemente que la muestra sea un 10% más grande que el tamaño de muestra que arroja

la calculadora, a fin de mitigar la falta de respuestas (p. ej., puede que algunas entrevistas no puedan realizarse debido a ausencias, rechazos a participar, etc.). Para garantizar una muestra aleatoria correcta, es mejor contar con

un marco de muestreo completo y actualizado (p. ej., para la evaluación de un campo de refugiados, una lista de los residentes) del cual seleccionar individuos al azar.

Además de la selección azarosa a partir de una lista preexistente, pueden desplegarse otros métodos de muestreo, cuando sea necesario. La lectura recomendada incluye detalles sobre enfoques alternativos y cuándo utilizarlos. Si se usa el muestreo de probabilidad, se considera que el muestreo por conglomerados generará los datos menos representativos. Una mejor opción sería usar un muestreo selectivo para identificar dónde y cuándo difieren más significativamente las necesidades y capacidades.

Además de la selección azarosa a partir de una lista preexistente, pueden desplegarse otros métodos de muestreo, cuando sea necesario. La lectura recomendada incluye detalles sobre enfoques alternativos y cuándo utilizarlos.

Lectura recomendada sobre metodología de muestreo:

- > [Research Design Guidance: Sampling](#)
- > [Indikit Resources](#)
- > [Rapid Guide to Survey Sampling](#)
- > [Sample Size Calculator](#)
- > Considere, también, los recursos proporcionados en la sección Contexto del documento de la guía principal.

6.1.3

Demografía y discapacidad

La sección de datos demográficos es importante en toda encuesta. En su forma más simple, brinda estadísticas básicas sobre la población: por ejemplo, la proporción de encuestados según género. Sin embargo, también puede usarse para comparar datos demográficos entre grupos de la población (p. ej., diferencias entre los hombres y las mujeres en cuanto a la posesión de teléfonos celulares). Si lo hace, asegúrese de tener una muestra suficiente para sacar conclusiones representativas de los subgrupos de la población, en lugar de la población entera. Es recomendable tener conjuntos de datos representativos de los usuarios masculinos y femeninos.

La lista breve de preguntas de Washington Group ayuda a saber qué proporción de personas tienen determinadas discapacidades. Esto es particularmente útil al evaluar si las personas con discapacidad (PLWD) se enfrentan a obstáculos únicos o potenciados al intentar acceder a productos y servicios móviles. Si no se cuenta con un conjunto de datos específico para las PLWD, no es posible hacer afirmaciones generales sobre todo el subgrupo demográfico. De todas maneras, puede que los resultados preliminares sugieran algunos patrones.

Según el contexto o los encuestados, puede agregar la opción “otros” a la pregunta “¿Cuál es su género?” o incluir otras opciones específicas para el contexto.

6.1.4

Acceso a servicios y teléfonos

Esta sección se centra en la posesión y el acceso a teléfonos. Si son de interés otros tipos de dispositivos conectados (tablets, computadoras portátiles, dispositivos wearable), también se pueden añadir a esta sección. Por cuestiones de simplicidad, no hay preguntas para los usuarios finales sobre las tarjetas SIM (para evitar explicar qué es una tarjeta SIM). No obstante, se hace la distinción entre “teléfonos” y “números de teléfono”.

Una pregunta de esta sección es levemente diferente, ya que no pregunta sobre el individuo entrevistado, sino sobre todo el grupo familiar. “¿Cuántos teléfonos celulares hay en su grupo familiar?” puede ser útil en algunos contextos para saber, por ejemplo, si todo el grupo familiar se beneficia del acceso a un teléfono para emergencias, incluso si solo un miembro utiliza realmente el teléfono con frecuencia diaria.

6.1.5

Secciones sobre acceso físico y la necesidad de caminar

Existen cinco secciones sobre el acceso físico a servicios específicos:

- Recarga de tiempo de aire
- Cobertura de red para hacer llamadas o enviar mensajes de texto (SMS)
- Cobertura de internet móvil (datos)
- Carga de batería del teléfono
- Agentes de dinero móvil (más adelante, en la sección dedicada al dinero móvil)

Estas secciones se disponen de manera similar para su facilidad de lectura y se centran en el acceso físico, la necesidad de caminar, y el tiempo y frecuencias necesarios para hacerlo. Estas preguntas pueden estar asociadas con problemas de seguridad (vea la sección de protección en la guía principal), y usted debe garantizar haber considerado este tema al elaborar las preguntas para su contexto.

6.1.6

Tres grupos de preguntas sobre los obstáculos al acceso

Según el motivo específico por el cual se recopilan los datos, este puede ser uno de los temas más importantes por investigar. Los obstáculos se dividen en tres grupos:

- Para aquellos que no poseen un teléfono celular.
- Para aquellos que poseen un teléfono pero no usan internet móvil.
- Para aquellos que poseen un teléfono y usan internet móvil, pero no tanto como quisieran.

Estos grupos de obstáculos se excluyen mutuamente, por lo que se hará solo un grupo de preguntas en una entrevista, pero las respuestas entre ellos se armonizarán tanto como sea posible. En cada grupo, las preguntas de seguimiento indagan sobre cuáles son los obstáculos más importantes.

6.1.7

Alfabetización digital

Una de las habilidades que se mencionan en esta sección (“Buscar información específica en Google o <buscador local relevante>”) está diseñada para entender si los entrevistados usan internet más allá de ecosistemas de información autosuficientes como Facebook (mediante el uso de un navegador web para buscar información).

6.1.8

Privacidad y seguridad

Esta sección tiene el propósito de entender mejor cuáles son las percepciones de los entrevistados sobre los riesgos de usar teléfonos y cuáles acciones toman para abordarlos. Quizás esta sea la sección que más requiere datos cuantitativos mediante la encuesta para usuarios finales y datos cualitativos mediante el FGD 1.

6.2



Herramienta 2

Guía para los debates de grupos focales de usuarios finales

El Conjunto de herramientas está diseñado para aplicarse a diferentes entornos geográficos. Las guías para FGD fueron elaboradas para usarse esporádicamente cuando las conversaciones sean fluidas, pero también brindan indicaciones exhaustivas para las situaciones en las que no fluyen. Las indicaciones se organizan en tres niveles cada vez más específicos:

- Preguntas;
- Indicaciones generales; e
- Indicaciones específicas para usarlas cuando sea necesario hacer avanzar la charla.

El facilitador debe empezar cada tema con una pregunta y se deben registrar las respuestas del grupo. Cuando el grupo haya brindado todos sus comentarios sin agotar el tema, deben usarse las indicaciones generales para que el debate avance. Si la charla ha pasado por todos los temas relevantes, se puede pasar a la siguiente pregunta. Si no es así, pueden usarse las indicaciones específicas para generar más detalles. El objetivo es que se aborden todos los temas (que sean relevantes) mencionados en todos los niveles de indicación: cuántas indicaciones se necesiten dependerá de cada grupo en particular. Las indicaciones específicas son bastante detalladas y en los grupos pequeños (sugerimos entre 5 y 6 participantes) debe asegurarse de que todos tengan la oportunidad de participar.

Ejemplo:

Una pregunta del FGD 2

Pregunta	¿Qué desafíos enfrenta al usar un teléfono celular para hacer negocios?
Indicaciones generales	¿Son los mismos desafíos que enfrenta al usar el teléfono celular por motivos personales?
Indicaciones específicas	¿Tiene problemas de cobertura?
	¿Tiene problemas con su recarga de tiempo de aire?
	¿Tiene problemas para cargar la batería?
Indicaciones generales	¿Son desafíos específicos al uso del teléfono celular en los negocios?
Indicaciones específicas	¿Tiene problemas con el costo de usar el teléfono con propósitos comerciales?
	¿Tiene muchas llamadas, mensajes, contactos?

Al grupo se le preguntó “¿Qué desafíos enfrenta al usar un teléfono celular para hacer negocios?” y respondieron que los problemas frecuentes incluyen la cobertura de red, el fácil acceso a recargas de tiempo de aire, y apagones de electricidad que impiden que carguen sus baterías. Esta respuesta agota la primera indicación general de esta pregunta, por lo que no se usará. El facilitador continúa con la pregunta “¿Se enfrentan a desafíos específicos al uso del teléfono celular en los negocios?” y responden que los costos son muy altos. Para cubrir el tema restante, pregunta si el grupo enfrenta desafíos debido a la “gran cantidad de llamadas, mensajes, contactos” y responden que eso no es un problema. De esta manera, se abordan todos los temas, la pregunta tiene una respuesta completa y se utilizaron indicaciones específicas solo cuando fue necesario.

Los FGD no usan métricas estadísticas como lo hacen los datos cuantitativos, pero es igual de importante que los participantes del debate sean representativos de la comunidad más amplia.

Se debe tener cuidado y evitar sesgos en la selección de los participantes, en particular para evitar la falta de representación de grupos marginados.

El propósito de cada FGD se indica en los campos rojos en los encabezados y sugiere los participantes que deberían formar parte de cada uno. Si la intención es realizar un análisis comparativo entre diferentes grupos, se deben debatir los mismos temas con representantes de esos distintos grupos. Se pueden encontrar sugerencias para cada grupo en los campos en rojo claro.

Las preguntas e indicaciones son todas abiertas para provocar respuestas naturales. Cuando sea posible, la formulación de las indicaciones debe ser parecida a la de las preguntas de la encuesta para poder comparar y sintetizar datos cuantitativos y cualitativos sobre el mismo tema y así respaldar las conclusiones a las que se llegó mediante el análisis de los datos. Es probable que las respuestas y los debates de carácter cualitativo sean más parecidos a una narración que a declaraciones breves, por lo que es recomendable grabar el debate. Debe obtener el consentimiento de todos los participantes para grabar la charla, ya sea en forma de declaraciones de consentimiento firmadas o consentimiento verbal antes de empezar a grabar. También se recomienda asignar a una persona que tome notas, además del moderador del debate, quien escribirá las respuestas a medida que avanza la charla.

Para determinar cuántas sesiones deben hacerse para cada FGD es mejor que se logre la saturación de los datos, lo que significa que no se graban nuevas respuestas ni opiniones adicionales. Esto implica que un FGD determinado se volverá a hacer siempre que los participantes brinden respuestas que no hayan sido registradas en sesiones previas de ese mismo FGD. Según el contexto donde se lleve a cabo la evaluación, puede ser útil llevar a cabo la evaluación en múltiples idiomas para obtener un mejor entendimiento de la situación. Puesto que cada sesión de FGD debería ser llevada a cabo solo en un idioma, esto podría significar que la cantidad de sesiones realizadas aumente considerablemente. Tomemos el ejemplo del FGD 1, que podría desglosarse en las siguientes sesiones: 2 categorías de género x 4 idiomas x 6 sesiones para lograr la saturación, lo cual resultaría en 48 sesiones solo para el FGD 1. Por lo tanto, piense qué dimensiones demográficas son las más importantes para representar a fin de poder controlar la cantidad de sesiones necesarias.

Lectura recomendada sobre la buena moderación de debates de grupos focales

- > [How to ... Conduct a Focus Group Discussion \(FGD\)](#)
 - > [OIRA Assessment Methods/Tools - Conducting Effective Focus Groups](#)
 - > [Focus group data saturation: A new approach to data analysis | Request PDF](#)
-

6.2.1 Para romper el hielo

Se recomienda empezar las sesiones con actividades para romper el hielo que ayuden a que los participantes piensen en el tema del debate y animen a todos a expresarse. La herramienta propone algunos temas para romper el hielo que se pueden usar en todos los FGD. Además, también hay una serie de temas para romper el hielo que son solo para el FGD 3, que usan ejemplos relevantes para tal grupo.

Los moderadores con experiencia pueden elegir adaptar las actividades para romper el hielo que hayan utilizado en el pasado. Lo animamos a compartir con la GSMA cualquier actividad para romper el hielo que haya elaborado y le haya funcionado particularmente bien.

6.2.2 FGD 0

Este FGD sirve para entender mejor el contexto y localizar las demás herramientas de recopilación de datos. Este proceso está descrito en detalle en el documento de la guía principal.

También incluye una sección que ofrece una guía sobre cómo comunicar mejor los resultados de la evaluación a la comunidad.

6.2.3 FGD 1

Este FGD se utiliza para obtener información detallada sobre:

- Tecnologías, servicios, redes y aplicaciones que se utilizan, cómo y para qué se utilizan.
- Identificar problemas a los que se enfrentan los usuarios finales al acceder y usar la tecnología móvil.
- Comprender las diferencias de uso y los obstáculos entre diferentes grupos.
- Identificar maneras sugeridas por los usuarios para resolver problemas.

La guía cuenta con una larga lista de preguntas e indicaciones. Para controlar la duración del debate, debe pulirlas e incluir solo las que sean necesarias o útiles.

6.2.4 FGD 2

Este FGD explora el rol de los teléfonos celulares en relación con el sustento y los negocios de las personas. Los temas incluyen el rol de los teléfonos celulares para hacer negocios y realizar transacciones de dinero móvil. Aquí se pueden producir desafíos posibles que son específicos para usos comerciales de los teléfonos y las posibles maneras de abordar tales desafíos.

6.2.5 FGD 3

Este FGD investiga la confianza en los canales y fuentes de comunicación para respaldar las decisiones sobre cómo comunicar mejor la información mediante el uso de tecnología móvil. Se centra en servicios populares de comunicación masiva, en base a la presunción de que un método de comunicación exitoso debería construirse sobre sistemas que ya usen las audiencias objetivo.

6.2.6 FGD 4

Este FGD tiene el objetivo de investigar el uso del dinero móvil. Se puede emplear de dos maneras, según cuál sea el interés al hacer estas preguntas:

- Si el objetivo es poder entender de manera general cómo y por qué se usa o se deja de usar el dinero móvil en la población de interés, se debe emplear un solo conjunto de FGD (con una combinación de participantes que representen a los usuarios y no usuarios de dinero móvil).
- Si el objetivo es distinguir la situación de personas que usan dinero móvil de las que no —incluyendo los motivos para su uso y los obstáculos para ser usuario—, será mejor llevar a cabo dos debates separados: uno para los usuarios y otro para los no usuarios.

6.3



Herramienta 3

Guía para los ejercicios para usuarios finales

Esta herramienta combina un debate de grupo focal con la observación del usuario. El objetivo no es evaluar las habilidades de los participantes, sino observar cómo completan tareas específicas. Así, se pueden identificar desafíos concretos en el uso de la tecnología. Si los participantes son capaces de completar las tareas de diferentes maneras, debata los enfoques y los resultados. Para quienes no puedan completar las tareas, tome nota de los desafíos específicos.

Para lograrlo, los grupos deben ser más pequeños que los de FGD típicos: se recomienda un tamaño de 2 a 4 participantes. Puede que sea conveniente combinarlos con los FGD del Conjunto de herramientas.

Ejemplo

Una ONG está pensando usar dinero móvil para ofrecer asistencia en dinero. Sin embargo, a pesar de que hay un servicio de dinero móvil disponible, no hay certezas sobre si es accesible o comprendido por los beneficiarios previstos. Las sesiones de ejercicios pueden revelar que un punto problemático común es configurar y usar códigos PIN distintos para desbloquear y acceder al teléfono y al servicio de dinero móvil.

El facilitador de la sesión debe brindar los recursos y servicios necesarios para que los ejercicios se lleven a cabo sin problemas. Según las tareas que se seleccionen, esto incluye:

- La dirección de correo electrónico (posiblemente temporal) del facilitador, así como cuentas relevantes para los ejercicios de mensajería;
- conexión Wi-Fi;
- crédito de red o tarjetas para raspar (cuando corresponda), que también pueden usarse como incentivos convenientes para los participantes; y
- en algunos casos, puede que sea más útil pedirles a los participantes que usen sus propios dispositivos, mientras que en otras ocasiones será mejor proporcionarlos.

Para evitar que la sesión se haga demasiado extensa, sería mejor omitir tareas que los usuarios posiblemente nunca necesiten o que sean irrelevantes en el contexto. Por ejemplo, enviar correos electrónicos puede no ser una práctica común en ciertos contextos donde las aplicaciones de mensajería son más populares. En dichos casos, será mejor omitir el ejercicio sobre correos electrónicos.

Los ejercicios también pueden ser una buena oportunidad para conocer los canales exactos (p. ej., grupos de WhatsApp) que usan los participantes para mantenerse informados.

6.3.1

Mapeo participativo

El mapeo participativo es un ejercicio especial. La sesión de mapeo puede considerarse un “FGD geográfico”, donde se les pregunta a los participantes sobre los puntos y áreas de interés que se destaquen por alguna razón. Los temas por mapear pueden ser cualquier tipo de servicio móvil, incluso zonas de buena y mala cobertura, puntos de carga de batería, comerciantes que ofrecen recargas de teléfono, agentes de dinero móvil y rutas de acceso a ellos. También se puede registrar información temática adicional, como el horario de atención de los comerciantes.

Las sesiones de mapeo se pueden organizar usando una gran variedad de herramientas y enfoques. En su forma más simple, partiendo de una página en blanco, se puede dibujar un mapa simplificado que muestre solo los límites de las zonas y los puntos de referencia e interés. También puede utilizar como referencia mapas existentes. Mapas de referencia que pueden usarse como fondo en los que se puede dibujar se pueden encontrar, entre otros, en [ACNUR](#), [ReliefWeb](#), [HumanitarianResponse](#), [REACH](#), [OpenStreetMap](#) y [FieldPapers](#).

Se debe tener precaución al preguntar sobre rutas o lugares potencialmente peligrosos. Por ejemplo, un lugar en la periferia de un campo puede tener mejor cobertura durante las noches, pero si no está bien iluminado, puede ser una zona peligrosa.

Lectura recomendada sobre mapeo participativo:

- > [Good practices in participatory mapping: a review prepared for the International Fund for Agricultural Development \(IFAD\)](#)
 - > [Participatory Mapping and Visualization of Local Knowledge: An Example from Eberbach, Germany](#)
 - > [Discover sensitive mapping: a high-potential participatory approach](#)
-

6.4



Herramienta 4

Encuesta para comerciantes

Herramienta 5

Guía para la entrevista en profundidad

La palabra “comerciante” hace referencia a vendedores, dueños de tiendas, representantes de redes, revendedores de tarjetas para raspar y SIM, y agentes de dinero móvil que ofrecen productos y servicios relacionados con la telefonía móvil y el dinero móvil. Un comerciante puede ser una tienda local de comestibles que vende tarjetas para raspar para recargas de tiempo de aire de una o más redes móviles, un punto de venta de una red de marca, un agente de dinero móvil que puede registrar clientes a nuevas cuentas de dinero móvil, y cualquier otro rol similar.

Las dos herramientas de entrevista a comerciantes son muy similares en cuanto a las preguntas que se hacen, pero difieren en la manera en que se registra la información. La herramienta de encuesta tiene como propósito recopilar datos cuantitativos, igual que la encuesta para usuarios finales (consulte la [Guía para la encuesta para usuarios finales](#) para conocer la metodología). Puede que sea útil desplegar esta herramienta en evaluaciones a gran escala donde haya una gran cantidad de comerciantes. Se brindan listas de selección en todas las preguntas y poco espacio para respuestas cualitativas. En cambio, la herramienta de entrevista en profundidad (IDI) tiene un enfoque más conversacional; se hacen preguntas muy similares, pero se da espacio para respuestas no estructuradas. La herramienta de IDI puede ser mejor para evaluaciones de menor escala, con menos entrevistados. Ambas herramientas para comerciantes se pueden usar de manera colectiva para una evaluación, complementando con la IDI

la herramienta de encuesta para comerciantes, o usando cada una de manera independiente.

Ambas ayudan a conocer sobre la oferta de teléfonos, SIM y otros servicios en el mercado y deben usarse conjuntamente con las herramientas para los usuarios finales para obtener el panorama completo. La herramienta de IDI contiene una pregunta sobre si el comerciante “sería capaz de prestar servicios a más clientes que los actuales”, lo cual puede ser útil, por ejemplo, al evaluar la capacidad potencial del mercado de respaldar un proyecto de CVA basado en dinero móvil.

Según el objetivo exacto del despliegue de la herramienta de encuesta para comerciantes, puede ser útil tener en cuenta una muestra estratificada, por ejemplo, asegurando que hay una buena representación de todos los operadores de redes móviles entre los comerciantes, para no sesgar los resultados hacia un MNO. Consulte la sección de lectura recomendada sobre metodología de muestreo en la [Guía para la encuesta para usuarios finales](#).

Antes de implementar estas herramientas, los usuarios deben verificar si es posible entrevistar a agentes. Según el contexto, es probable que se deba informar al MNO y las autoridades locales. Sugerimos entrevistar a los comerciantes de manera individual cuando puedan dejar sus negocios por el tiempo suficiente.

6.5



Herramienta 6

Guía para el mapeo de comerciantes

Las herramientas de encuesta e IDI a comerciantes no contienen preguntas sobre la ubicación del comerciante. Esto es así con el propósito de que los encuestados puedan conservar su anonimato y sentir que pueden responder libremente.

Esta herramienta ayuda a entender cuántos comerciantes ofrecen servicios específicos en una ubicación o zona determinada. Permite crear un mapa de densidad de comerciantes, lo cual puede identificar zonas desatendidas.

Funciona con GPS, y el paquete de Kobo Toolbox cuenta con una manera integrada de mostrar los datos en forma de mapa. Para obtener una visualización más potente, los datos deben descargarse y superponerse en un sistema de información geográfica (GIS) con la herramienta de mapeo de fuerza de la señal.

En algunos contextos, es posible que los agentes se trasladen para brindar servicios a clientes en múltiples ubicaciones. En estos casos, valdrá la pena usar las entrevistas en profundidad (en lugar de este ejercicio de mapeo) para observar las zonas en las que determinados agentes brindan servicios para evaluar si existen brechas. Quizás se deba ajustar este enfoque en base al contexto, pero debería ayudar a identificar si existen zonas desatendidas o sin servicio en absoluto. Es posible que los usuarios deban usar su creatividad para hacerlo de manera efectiva.

6.6



Herramienta 7

Guía para la evaluación del mercado

Esta herramienta difiere un poco de las demás del Conjunto, ya que no especifica qué preguntas hacer, sino qué información recabar. Esto puede llevarse a cabo de varias formas; elegir la mejor manera dependerá del contexto, aunque la herramienta propone algunas sugerencias. La meta es obtener un entendimiento del mercado local que va más allá de hacer preguntas específicas a los comerciantes.

La primera sección contiene detalles sobre productos y servicios de MNO, como las llamadas y paquetes de SMS. Dicha información usualmente se obtiene a partir de los sitios web de los MNO o a través de materiales promocionales impresos.

La segunda sección explora el hardware para usos móviles disponible en el mercado local. Algunas de estas preguntas se pueden hacer en la IDI para

comerciantes, pero otras van un poco más allá al evaluar cuál es dicho hardware y qué es capaz de hacer. La tercera sección verifica cuán común es que se acepte dinero móvil en las tiendas además de las que venden teléfonos celulares, para saber si el dinero móvil se puede usar para pagos o si se necesita extraer el dinero.

Por último, la sección final se centra en el acceso a electricidad, específicamente para mantener con carga los teléfonos celulares.

Algunos de estos temas (circulación de efectivo, acceso a electricidad) pueden ameritar evaluaciones completas por separado y requerir más exploración, según los requerimientos. Al utilizar esta herramienta, consulte la sección Revisión de datos secundarios del documento de la guía principal.



Herramienta 8

Guía para el mapeo de fuerza de la señal

Esta herramienta ofrece la manera más directa de entender la cobertura de red, pero es más útil al combinarla con las percepciones de los usuarios finales mediante las herramientas de encuesta y mapeo participativo. La lista de tareas cada vez más demandantes es lo más simple posible y brinda información clara sobre los servicios móviles (como llamadas o SMS) que son accesibles para la red local en una ubicación determinada y los que no lo son.

Típicamente, las mediciones deben tomarse en el exterior, a menos que el propósito sea específicamente verificar la cobertura de red en espacios cerrados. En cualquier caso, debe ser coherente a lo largo del ejercicio de mapeo. También es conveniente usar el mismo teléfono de manera constante para tomar, maquetar y repetir las mediciones para mayor fiabilidad. En algunos contextos, la cobertura puede cambiar con el tiempo (p. ej., mediodía vs. noche, días de semana vs. fines de semana). En dichos casos, es conveniente repetir las mediciones durante las diferentes situaciones.

Si el propósito de la medición es crear un mapa, los puntos de medición no deben estar tan separados. Si la zona de interés es pequeña —por ejemplo, un solo campo—, bastaría con colocar unos pocos puntos a unos cientos de metros uno de otro.

Si el mapeo es de una zona más grande, como una ciudad con pueblos aledaños, se necesitarán más puntos, pero pueden estar más alejados. No olvide las mediciones en las calles entre los asentamientos, si corresponde.

Lectura recomendada sobre el mapeo de fuerza de la señal:

- > <https://www.missingmaps.org/blog/2017/01/06/opensignal-data/>

OFICINA CENTRAL DE LA GSMA

One Angel Lane
London, U.K.
EC4R 3AB
United Kingdom
Tel: +44 (0)20 7356 0600
Fax: +44 (0)20 7356 0601

